

I bimbi da spot

Repubblica

21-03-2005

"*Non mi baciare*" era il mio bavaglino preferito per via di quel divieto saggissimo che tentava di emanciparmi dalle salvazioni all'aglio e dagli aliti fumosi di nazionali semplici di certi parenti pronti ad effusioni esorbitanti. Sono certo di ricordare che non riuscivo a capire gli adulti che non riuscivano a capire me e il mio desiderio di essere considerato una persona completa, vera, uguale alle altre. Una persona piccola di età, ma completa di tutto, compresa la voglia di essere rispettato e lasciato in pace con il mio compito durissimo di crescere e di capire il mondo. Una faticaccia, come tutti sanno. Nel mio caso, ancora in corso. Guardo con curiosità e rispetto i bambini a cui non mi riesce di rivolgere le consuete e abituali attenzioni vezzeggiate fatte di ninoli lessicali, di vocine, di suoni onomatopeici. Sono piccoli, mica cretini. Sono convinto che i bambini siano persone serie che si annoiano moltissimo degli atteggiamenti degli adulti che li trattano come bestioline deficienti. Questa è solo una riflessione particolare a margine di una valutazione generale catastrofica che andrebbe fatta dell'atteggiamento sociale verso l'infanzia nel tempo modernissimo ed emancipato in cui viviamo.

Basterebbe considerare la diffusa e rassegnata accettazione della recinzione dell'infanzia nel grande circo del consumismo: i bambini consumatori, ebbene, sì, sono la peggiore invenzione del mercato. Consumatori e spendaccioni, alacri istigatori dei genitori o di chi ne fa le veci, veci indulgentissime, all'acquisto, all'avidio shopping nell'immenso supermercato dei consumi inutili attivati da spinte insistenti al raggiungimento di stili di vita che esistono solo nella testa dei pubblicitari al soldo di un'industria senza cuore. Naturalmente la partecipazione dei bambini alle pubblicità dirette ed indirette passa, impunita e dilagante, a svolgere il ruolo irresistibile di pressione degli acquirenti muniti di portafoglio tracimante. È indecente la dilagante presenza di bambini nei consigli per gli acquisti, arruolati per interpretare il ruolo consolatorio di mediatori dello spendere e, soprattutto, spendere con l'arma definitiva dell'innocenza e la malleveria della loro naturale bellezza. Questi piccoli garanti della bontà implicita dell'atto di comprare e dell'obbligo di consumare, sono solo la rappresentanza sparuta, ma agguerrita, di un esercito di bambini acquirenti dediti all'autolesionismo di perseguire l'obesità fisica, morale e mentale.

Non mi capacito anche del fatto che questo sfruttamento dell'infanzia discende da una vecchia e consolidata abitudine dei demagoghi di usare i bambini come garanti subliminali della loro soperchieria intrisa di paternalismo: è noto che i dittatori hanno sempre prediletto farsi rappresentare circondati di infanti adoranti latori di fiori e abbracci devoti trattati come ambasciatori dell'affetto popolare e della gratitudine delle masse per essere eterodirette dal padre padrone di turno. Di Stalin, Hitler e Mussolini si conservano fotografie e filmati ripugnanti. L'ultimo, in ordine di tempo, è stato Saddam Hussein, carezzevole e nonnesco. Il duce arrivò ad affiliare alla lupa di Roma, ignara e notoriamente ritrosa, il vasto italico asilo infantile del regime: i Figli della Lupa destinati alla improbabile marzialità degli Italiani e, con decreto d'autorità, stabilì che i bimbi d'Italia si dovessero chiamare tutti Balilla e non più, modestamente Mario o Ciccio o Peppino o Pierino. Nessuno aveva avvertito Mussolini che quel Balilla lì altro non era che la storpiatura del poco eroico Baciccia operata da qualche scherano austriacante sulle carte dell'anagrafe genovese.

Mi dicono e, peraltro, vado constatando che nelle campagne elettorali odierne si tenti la stessa strada dell'infanzia sponsorizzatrice. Ebbene lo trovo ripugnante. È vero che i bimbi non votano, ma i loro babbi e le loro mamme sì, ma è anche vero che andrebbero tenuti alla larga da problemi che dovranno doverosamente affrontare per i fatti loro al momento debito. Auguro ai candidati che usano questi sistemi di perdere le elezioni e di far la fine che nella teodicea implacabile e ristoratrice del Vangelo si prevede per i seminari di scandalo nell'infanzia: che s'attacchino una macina di mulino al collo e si buttino in mare. È vero che il Signore Gesù raccomandò di lasciare che i pargoli andassero da Lui, ma non era candidato in alcuna campagna elettorale né vendeva merendine.

Michele Mirabella