

venuta a procurare entro il termine del 31 dicembre 2013" le "indispensabili" "obbligazioni giuridicamente vincolanti" è la

associazione delle arze interessate e con esponenti sindacali, la percezione dominante è che siamo ar-

que associazioni e adimenti dell'asta fluviale del fiume Basento; Progettazione e realizzazione

agato e continuo ad essere pagato da chi di lavoro o di tumore ci è morto; da chi ha contratto malat-

galarighi fiumi di danaro pubblico. Se prevalesse ad esempio il principio secondo cui chi inquina paga si

Contro il mandato nazionale No Trivestione Basilicata

Publicità e informazione: quando la Tv di Stato esagera

La pubblicità occulta un'altra insidiosa forma di pratica sotterranea in uso tra gli organi d'informazione pubblici. Veniamo ai fatti. Il marchio "Asinella" prodotto in Basilicata una serie di prodotti per la cosmesi naturale a base di latte di asina. Faccio rilevare che durante la trasmissione "Buongiorno Regione" a cura della Tgr Basilicata delle ore 7,25 del 3 dicembre 2013 abbiamo assistito ad una pubblicità tradizionalmente denominata "redazionale", la quale si rivolge al pubbli-

co con le ingannevoli sembianze di un normale servizio giornalistico, apparentemente riconducibile ad una disinteressata scelta della redazione di parlare dei benefici che produce il latte di asina. Ovvero alle 7,45 nella rubrica "l'esperto risponde" il docente Carlo Cosentino della scuola agraria dell'università della Basilicata spiega le proprietà indiscusse del latte di asina usato come alimento pediatrico e ora anche nella cosmesi naturale per il benessere del corpo umano. Del resto la storia ci ha tra-

mandato che donne importanti come Cleopatra, Poppo e Pulcinella Bonaparte furono le prime a lasciarsi sedurre, già dai tempi antichi, da questa pratica di bellezza: erano solite immergersi nel latte d'asina e praticare quello che, a distanza di secoli, sta tornando ad essere un trattamento esclusivo e di tendenza che fa business. E il docente di Unibas Carlo Cosentino lo ha ben capito. Fino a qui non ci sarebbe nulla di

strano se non fosse per il fatto che durante la messa in onda sul tavolo sono stati esposti una serie di scatole di prodotti che evidenziano il marchio "Asinella" e di più l'esperto, mentre spiega le proprietà benefiche dei vari prodotti, tiene in mano e mettendola in mostra con "astuzia" una delle scatole contenente sempre il richiamo del marchio "Asinella". Se non bastasse, la regia "occulta" realizza dei primi piani mira-

ti delle scatole e dei faccioni per rendere ancor più leggibile il marchio "Asinella". A chi giova questa "pubblicità redazionale" che costituisce un'ipotesi "certa" di "pubblicità occulta" la cui natura pubblicitaria della comunicazione riposa nella circostanza della presenza di "uno scopo di promuovere la vendita di beni" ... oppure la prestazione di opere o di servizi" (art. 2, c. 1°, lett. a, d.lgs. n. 74/1992), fine che è evidentemente incompatibile con quello, giornalistico, di fornire solo un'informazione obiet-

tiva sulle proprietà del latte di asina. Lascio ai lettori la libera interpretazione dell'operato della testata giornalistica Rai della Basilicata. Per quanto mi riguarda: se in vista dei cedessi di compiere un atto contro la legge, credo che il non pagamento del canone "Rai" sarebbe il primo della lista. Per chi non lo sapesse della redazione della Tgr, ricordo che la legge italiana ha stabilito da molto tempo il principio che la pubblicità deve essere "trasparente".

ENZO CLAPS
Avigliano

Una pagina per la vita

A CURA DEL MOVIMENTO PER LA VITA "VOCE SENZA CONFINI"

presto in edicola

