

Michele Castignani

S...BALLO E INCIDENTI AUTOMOBILISTICI

Sempre più giovani muiono il sabato notte! La politica non riesce a trovare gli strumenti opportuni per affrontare questa nuova emergenza e, per ora, si limita a realizzare spot. Vengono, cioè, realizzati filmati attraverso i quali convincere gli spettatori a non fare qualcosa ritenuto eticamente non corretto. Di spot su "sballo e incidenti automobilistici" discutiamo con un cineasta, Mica Naan

Qual è l'utilità di questo tipo di spot? Nessuna. Almeno degli spot visti finora. Lo spot tradizionale segue sempre questo stesso schema: ragazzi che bevono o ingeriscono pasticche, prendono l'automobile e incidentano. Attenzione però: sbagliato è credere che in futuro non si possa realizzare qualcosa che produca minimi risultati.

Che cosa potrebbero far vedere di diverso? Non si deve far credere soltanto all'identità droga (alcool) uguale sballo uguale pericolo, perché tutti coloro che non abusano di alcool o che non usano droghe, potrebbero sentirsi liberi da angosciose preoccupazioni, che invece dovrebbero sempre avvertire. Lo spot non influisce sul tossico dipendente, il quale vive in uno stato di alterazione che non gli consente di percepire adeguatamente i suggerimenti esterni. E, dunque, i potenziali consumatori dello spot sono: chi fa uso saltuario di droghe e chi non ne fa uso ma vive comunque un disagio.

Non trova la sua affermazione piuttosto paradossale? Certamente. Ma vorrei esser chiaro: è noto che chi si sballa con eccitanti subisce un'alterazione nello stato di guida; ma meno pericoloso non è colui che non si sballa, allorquando si tiene nella giusta considerazione ciò che io chiamo la sua "volonà di potenza". Cioè, il fattore critico non è la sostanza, ma l'individuo - alienato. Quindi, che cosa dovrebbe far vedere uno spot? Metterei in luce che il destino di un uomo non dipende solo da se stesso, ma anche da uno stronzo di ragazzo, non necessariamente allucinato, che alle cinque del mattino corre a più di 100 Km/h in pieno centro urbano. Farei vedere un vecchio in motorino travolto dall'auto di quel ragazzo. Farei vedere il vecchio dissanguato per le ferite, steso a terra. Farei vedere la faccia sconvolta del giovane, corrosa dalle lacrime. Farei vedere le esequie del vecchio, e suo nipote, ancora fanciullo e ingenuo, mentre parla col nonno stecchito dentro la cassa.

Un'immagine di certo sconvolgente, ma quanto efficace? Lo abbiamo detto poc'anzi: tutto quanto è stato fatto prima non ha funzionato. Dobbiamo pur provare qualcosa di nuovo, no? D'altra parte, lo spot non può che essere utilizzato come qualcosa che integra un altro tipo di intervento, non può certo surrogare un provvedimento diretto e necessario.

Provvedimento di che tipo? Sarebbe facile limitare la velocità e la potenza delle auto, già in fabbrica. Si potrebbe, ancora, obbligare a produrre auto dotate di sistemi elettronici per avvertire pericoli imminenti, utili soprattutto quando le condizioni del tempo sono pessime.

Questi però non risolvono nello specifico il problema. Non crede? No, ma è sempre dal generale che dobbiamo partire. Perché, comunque, è la velocità che non viene tenuta sotto controllo la causa immediata dell' incidente. Pensi lei, al limite, se la velocità massima di un'auto fosse 40 km/h, certo allora sarebbe molto più difficile morire. Non entro nello specifico perché di questo non mi occupo, ma vi sono state in passato molte proposte, talune interessanti e parecchie criticabili, ma nessuna di esse si è tentato mai di sperimentare. Si provi! se non funzionano si tenti qualcos'altro.

In conclusione, che speranze nutre per il futuro? Un buono spot non salverà nessuno. Ma spero faccia riflettere e parlare, perché, in fondo, il vero problema rimane l'uomo e la sua società.

(Consumatori, Edizione adriatica, aprile 1999 n.3)