

Persuasione?...

Nel [numero 21 del 31/10/2007 del settimanale "Oggi" dalla rubrica "Oggi e domani –salute e scienza"](#) Il professor Veronesi risponde alla domanda di una lettrice che lo interpella a proposito della campagna sensazionalistica contro l'anoressia ad opera del fotografo Oliviero Toscani, consistente in una foto raccapricciante di una "modella" ridotta a pelle ed ossa dall'anoressia.

La lettrice chiede se certi messaggi terroristici servano ai fini della prevenzione. La risposta di Veronesi è il riassunto della campagna salutista, manipolatoria delle coscienze, che in poche righe racchiude lo spaventoso disegno di ingegneria sociale e di manipolazione persuasiva tipica dei regimi repressivi.

Veronesi si toglie il camice bianco dell'oncologo per indossare l'abito del pedagogo e sentenza: "l'educazione sanitaria non si fa incutendo paure. Soprattutto quando ci si rivolge ai giovani, i divieti e le imposizioni sono sempre controproducenti". Come può un grande sostenitore dei divieti, rimangiarsi tutto quello che ha sostenuto per anni? Forse sono i dati forniti dalle agenzie di statistica che hanno "dimostrato" che l'abitudine al fumo è in forte aumento tra gli adolescenti a costringere il Professore a rendersi conto che le campagne terroristiche da loro utilizzate hanno dato risultati opposti a quelli che si cercava di ottenere?

Queste campagne fallimentari sono state effettuate con un enorme sperpero di denaro pubblico, anche se il "popolino" non sa e non deve sapere quanto esattamente sia stato sottratto dalle casse dello Stato. Di conseguenza il Professore e i suoi seguaci hanno deciso di passare alla strategia dell'"educazione" anche se sarebbe più onesto che si parlasse di campagne di rieducazione di staliniana memoria. I camici bianchi sono pronti a scendere di nuovo in campo con nuove strategie, generosamente finanziate con denaro pubblico, per trovare metodi più adatti ad attirare l'attenzione dei "consumatori".

Tenteranno la strada già battuta dalle agenzie pubblicitarie, troveranno slogan più persuasivi, magari utilizzando i sensi di colpa, i sentimenti di inferiorità, il bisogno di conformismo tipici di tutte le personalità insicure. Mezzi feroci, già utilizzati dalla pubblicità per orientare i consumi della popolazione, oggetto di forti critiche da parte delle associazioni che si battono in difesa dei diritti del consumatore, ma in nome della salute potranno essere utilizzati senza limiti.

Ogni mezzo diventa lecito se ha come fine la promozione della salute. "Ritengo che senza la cultura della salute una società non sia veramente democratica" sostiene Veronesi, giustificando la manipolazione persuasiva che ti fa sentire buon cittadino solo se non ti esponi a comportamenti a rischio e ti autorizza al disprezzo verso coloro che hanno comportamenti "antisalutisti".

Poi, in ampia contraddizione di quanto sostenuto all'inizio della risposta (divieti e imposizioni sono sempre controproducenti), conclude: "E io che sono stato tra i primi e decisi sostenitori della legge contro il fumo nei luoghi pubblici, trovo eccessiva e terroristica anche la pubblicità sui pacchetti di sigarette"

...Chi si può fidare di una persona che nello spazio di un articolo mostra contraddizioni così palesi? Eppure riesce ad ottenere finanziamenti pubblici per portare avanti i suoi progetti.

-- Mariassunta Cappelli, Bologna