

# Giochi, Barra (Cri): Pubblicità dissuasiva? Il grande imbroglio della prevenzione

"Solo ricordare l'esistenza del gioco ha l'effetto contrario di promuovere"

di red - 19 dicembre 2014 14:31

fonte ilVelino/AGV NEWS

Roma



“La pubblicità nasce per promuovere i consumi, è chiaro quindi che la pubblicità sul gioco d’azzardo induce a giocare”. Massimo Barra, già presidente della Croce Rossa Italiana e fondatore di Villa Maraini, uno dei Sert - Servizi per le Dipendenze patologiche più grandi d’Italia, non ha dubbi in merito: “Anche la pubblicità cosiddetta ‘dissuasiva’ è una contraddizione in termini. È il grande imbroglio della prevenzione basata sulla conoscenza. Perché si fonda comunque sul consumo”, spiega al VELINO. “Per il gioco d’azzardo vale la stessa cosa che vale per le droghe: ricordare l’esistenza della sostanza - o del gioco - a chi magari non ci pensava nemmeno non rappresenta un’azione dissuasiva ma ha un effetto contrario di suggestione, di promozione. La vera prevenzione è qualche cosa di molto più serio”. Secondo Barra il gioco d’azzardo non è però paragonabile alla tossicodipendenza: “Manca il termine stesso ‘tossico’. In comune hanno però la dipendenza. Ogni situazione ha la sua peculiarità e la sua prognosi”. Certo è - spiega - che “c’è molta gente che gioca troppo. Come avviene per le droghe legali, quelle che si fanno sono lacrime di cocodrillo. Prima si piange e poi a ogni angolo di strada c’è un posto dove poter alimentare il vizio della dipendenza psicologia. E lo Stato ci guadagna sopra”. E i sert? “Nella regione Lazio i Servizi per le dipendenze patologiche sono obbligati ad occuparsi esclusivamente dei cittadini della propria zona”, spiega. “Un concetto novecentesco ancora legato al nuovo feudalesimo dell’igiene mentale. In regione non si sono accorti che il mondo è cambiato”.