

23 ottobre 2015 12:14

## I paladini dei consumatori e i disagi di Aduc

di [Vincenzo Donvito](#)



I paladini dei consumatori sono soggetti occasionali ma che riescono ad ottenere fiducia e stima rispetto a quanto si fanno vedere, piuttosto che ai risultati e alle soluzioni dei problemi. Questo sembra essere l'assioma dominante nella nostra piazza politica, civica e mediatica. Un dato di fatto. Motivi? Diversi. E' l'Italia. In buona compagnia -per carità-. Uno dei tanti Paesi in cui conta più l'apparire che l'essere. E apparire significa anche -a nostro avviso- non prendere in considerazione uno degli aspetti fondamentali dei rapporti -pubblici e privati- degli esseri umani: la fiducia. Da cosa dovrebbe nascere questa fiducia? Dal credere che il difensore dei propri diritti sia soggetto scevro dal costume a cui tu -presunto vessato e/o fregato- cerchi di non soggiacere e di liberarti.

Uno dei tanti "saggi" proverbi che si possono usare per l'occasione è "la tentazione fa l'uomo ladro", che in generale non vale se questa tentazione non riguarda l'uomo ma il proprio dio. Ma qual è il limite tra uomo e dio? Noi non siamo esperti di cose divine e non lo sappiamo, ma osservando quel che accade ci è venuto un dubbio che per molti questo limite non esista; per cui l'uomo che appare, anche se soggetto a tante tentazioni, è di per sé degno di fiducia.

Ci sono due grandi paladini dei consumatori che dovrebbero rispondere a queste caratteristiche, almeno così lo credono loro e i tanti che danno loro fiducia.

Uno è una trasmissione tv della famiglia Mediaset, Le Iene. L'altro è un'associazione che si chiama Altroconsumo, che è numericamente [la più importante anche sul web](#).

La trasmissione tv, oltre ad avere il proprio sito sponsorizzato da banner pubblicitari, presta il proprio nome e i propri attori/giornalisti alla sponsorizzazione pubblicitaria di un rivenditore di connessione Internet, Linkem. L'associazione, che è anche casa editrice molto presente nel mercato pubblicitario per invitare all'acquisto dei propri prodotti, in questi giorni è anche sponsor del gigante dei motori di ricerca in web, Google, con una campagna "Vivi Internet. Al Sicuro" per la condivisione dei dati online.

Noi ci siamo posti la domanda di cui sopra: si può avere fiducia di chi è sponsor di coloro che spesso sono la propria controparte? Che è la stessa domanda che ci siamo posti nei confronti di tutte le associazioni che sono finanziate dallo Stato, dove quest'ultimo è spesso controparte delle stesse associazioni per difesa e affermazione dei diritti dei consumatori.

Noi di Aduc, proprio perché ci poniamo queste domande, non sponsorizziamo e non prendiamo soldi da nessuna delle nostre ipotetiche controparti. È una nostra scelta. Ci sentiamo così a nostro agio.

Ma questo vuol dire che Aduc ha ragione e gli altri hanno torto? Non lo sappiamo. Ma ci teniamo a comunicare questo nostro disagio civico nel leggere e ascoltare queste pubblicità.