

Polizia e Mediaset: uno spot contro i tifosi violenti

La traiettoria di un tiro perfetto sferrato da un calciatore e la traiettoria (purtroppo) altrettanto perfetta di un petardo che colpisce in testa il portiere avversario, le capriole di gioia di un asso del pallone e la carambola di un motorino (!) lanciato dagli spalti dello stadio. Con una didascalia che accompagna ogni coppia di immagini che sottolinea, senza metafore, l'imbecillità di chi va allo stadio per compiere azioni criminali. **"Imbecilli all'ultimo stadio"** è infatti il titolo dello spot "dedicato" ai tifosi violenti, o più semplicemente criminali, che ha realizzato Mediaset in collaborazione con la Polizia di Stato. Lanciato in concomitanza con l'inizio del campionato italiano di calcio, la clip va in onda in tutte le trasmissioni sportive di Italia1 e durante le pause pubblicitarie di Canale5 e Rete4.

Un'esperienza inedita in cui credono molto i vertici della Polizia di Stato: la comunicazione attraverso gli spot. Dopo le campagne sociali sulla sicurezza stradale, i consigli antitruffa per gli anziani, l'invito ai ragazzi a non bere alcolici, è la volta dei tifosi violenti.

Trenta secondi di immagini, commentate solo da didascalie, per un esperimento diretto, efficace, dal montaggio raffinato. Vengono infatti utilizzate gesta calcistiche per accostare le "imprese" violente e vigliacche dei criminali da stadio, dei tifosi violenti, degli "imbecilli all'ultimo stadio", appunto. Azioni di gioco sui campi e azioni di teppismo sugli spalti, una metafora per palati fini, con l'obiettivo che se non si riuscirà a far breccia nel cuore degli "animali", si spera riesca a far prendere le distanze dai violenti ai tifosi innamorati dello sport.

È un ulteriore passo avanti che la Polizia compie nei confronti della prevenzione. E "la prevenzione attraverso la comunicazione - sottolinea il responsabile delle Relazioni Esterne della Polizia Roberto Sgalla - credo possa aiutare molto a creare quel senso civico che è la base per andare la domenica allo stadio". Non a caso la parola più ricorrente in tutte le campagne sociali recenti e nelle direttive operative fornite agli agenti è: prevenzione.

18/09/2006