



Per favore non rompiamogli le favole

ROBANNA CAPRILLI

ROMA. Un titolo accattivante per una proposta di legge di iniziativa popolare a tutela del delicato rapporto infanzia-iv. La Coop se ne fa promotrice. Su «Non rompiamogli le favole» due milioni di soci sono ora impegnati nella raccolta delle firme per impedire che i programmi televisivi destinati a un pubblico prevalentemente composto da minori di 14 anni - come recita il primo articolo della proposta di legge - siano interrotti da spot pubblicitari.

All'iniziativa si è arrivati dopo un sondaggio (commissionato dalla Cooperazione all'Università di Trento) rivolto agli under 14 chiamati a pronunciarsi sul loro rapporto con la televisione e in particolare col messaggio pubblicitario. L'85% si è detto contro l'interruzione degli spot che, al di là di ogni aspettativa, sono ritenuti poco divertenti. Più importante, gli intervistati (840 ragazzi tra i 10 e gli 11 anni) hanno riconosciuto di essere fortemente influenzati dalla pubblicità nel loro comportamento d'acquisto. E del resto non è difficile immagi-

nario: l'Italia detiene il record europeo dei piccoli teledipendenti. La stessa indagine dice che la metà del campione sondato trascorre davanti alla tv da 2 a 3 ore al giorno e il 18,2% 4 ore o più. Il 14% sono mini-tele spettatori - assolutamente solitari. In alcuni casi il tempo libero lo si consuma totalmente davanti al televisore. Le preferenze si indirizzano a telefilm e cartoni. Qui la fantasia ha ancora la meglio. Rotolare dal mondo dell'immaginazione al realismo del messaggio pubblicitario, anche se educato, disturba i più.

I bambini chiedono che almeno quelle poche porzioni di vita che rimangono ancora da spendere esclusivamente in favole restino al di fuori degli interessi degli adulti e della logica del mercato. Ma visti i risultati dell'indagine, non certo confortanti, il rapporto bambini-piccolo schermo impone un'attenzione ben più approfondita. La proposta di legge, infatti, non è che un momento, uno stimolo iniziale per aprire un ampio discorso sui programmi televisivi.

Una firma della gastronomia racconta le stagioni nel piatto

LINDA LUCINI

MILANO. La grande novità per Decio Carugati è arrivata con l'apertura dell'atelier culinario al Festival nazionale dell'Unità dell'86. Una proposta che allora fece molto scalpore perché, «stando» in alto per la manifestazione, puntava su una cucina raffinata a prezzi conseguenti.

Ora da allora la collaborazione del cuoco (ma forse la definizione più adatta sarebbe quella di «cultore della cucina») con la Coop era già avviata, al punto che la stessa decise di sponsorizzare uno dei tavoli dell'atelier. Quel tavolo ha capitato numerosi personaggi della cultura, della ricerca scientifica e della moda, come Umberto Eco, Antonio Porta, Marco Riva, Bob Noor-

CONSUMO

L'impegno del movimento cooperativo per educare all'acquisto soci e clienti

Una banca dati al servizio del cittadino

PIERLUIGI GIGGINI

GENOVA. Saper leggere un'etichetta, conoscere le sigle degli additivi tossici, riuscire a valutare la congruità del prezzo di un vestito, sapere distinguere nella giungla dei prodotti che «garantiscono la qualità» con troppa leggerezza. Oggi per la famiglia media la spesa al supermercato, la richiesta di un documento, lo shopping in centro o il pasto rapido fuori casa rappresentano altrettante scaramucce di una piccola guerra quotidiana: lo scontro fra il portafoglio e il bollettino; il portafoglio e (soprattutto) la salute ne sono le probabili vittime.

Va detto che molto è cambiato in questi anni, anche per effetto delle campagne di educazione e tutela realizzate dalla cooperazione, ma le iniziative sporadiche non bastano più. C'è bisogno di un impegno permanente, che possa svilupparsi con strutture permanenti. Ecco perché a Genova si è costituito un Centro di educazione ai consumi, promosso dal Comune e dalla Coop Liguria. Il Centro ha sede presso la coop Negro di piazza San Benigno, una struttura fondata dai portuali e che, in base a una ricerca condotta quattro anni fa, più fregarsi del titolo di supermercato più risparmiarsi d'Italia. In funzione dal mese di gennaio, è dotato di una biblioteca e di una videoteca aperte al pubblico il martedì e il giovedì, dalle 14.30 alle 17.30. Un Comitato scientifico determina i programmi di attività rivolte ai cittadini, casalinghe e insegnanti.

«L'iniziativa è nata sull'onda dell'impegno che da tempo dedichiamo all'educazione al consumo nelle scuole e che nell'ultimo anno scolastico hanno coinvolto dodicimila ragazzi di tutta la Liguria», afferma Marcello Balestrero, direttore soci e consumatori di Coop Liguria. «Il Centro è nato proprio sulla spinta dei docenti, che hanno chiesto una struttura capace di assicurare in permanenza materiali per proseguire in classe il lavoro cominciato con le campagne di Coop Liguria».

In questi primi mesi di attività il servizio prestato ha coinvolto circa un migliaio di ragazzi. Nei locali della «Negro» si assiste a filmati e a conferenze di esperti e docenti universitari su temi quali l'alimentazione e le malattie sociali, l'alimentazione in età scolare, i prodotti dell'alveare, eccetera. Dopo la prova generale di questo periodo, con il prossimo anno scolastico, l'attività del Centro genovese per l'educazione ai consumi entrerà pienamente «a regime». «È nostra intenzione», conclude Balestrero, «ampliare i confini del campo d'intervento: ci occuperemo anche di problemi storici e di scottanti questioni sociali come la situazione dei Paesi in via di sviluppo». Un Centro, insomma, dove si realizza concretamente il diritto all'informazione, ma che vuol fare anche cultura e diventare il luogo fisico di costruzione di un nuovo tessuto di solidarietà.

Col «Faust food» Goethe irrompe in paninoteca

GIUSEPPE MUSLIN

PORDENONE. «Faust Food? Sì certo, non è un errore e non c'è una «u» di troppo, si scrive proprio «Faust» e non è altro che una proposta della Coop consumatori di San Vito al Tagliamento rivolta ai ragazzi delle scuole del Friuli-Venezia Giulia. Una proposta che si avvale del Teatro Studio di Trieste e che, finora, ha incontrato l'incondizionato consenso di migliaia e migliaia di giovani.

«L'iniziativa», spiega Lucio Pieri, dirigente Coop - rientra nel nostro impegno sull'educazione alimentare, rivolta ai ragazzi. Lo spettacolo riprende, aggiornata in chiave comunitario-alimentare, l'opera di Goethe, miscelandola con la nuova e «diabolica» moda del fast food. Da questa proposta è nata un'esperienza che, partita dal Friuli-Venezia Giulia, ha toccato anche altre regioni.

Sono stati gli insegnanti, sollecitati dagli stessi ragazzi delle scuole, ad inserire nei loro programmi l'educazione alimentare. «Faust», ricercatore instancabile - spiega Fabiana Romanutti del Teatro Stabile di Trieste - è al lavoro nel suo superlaboratorio, dove inventa cibi sempre nuovi e crea, soprattutto, i messaggi più adatti per convincere la gente ad acquistarli. E Faust, dopo mille prove, cerca di inventare il cibo multiso, dai molti sapori, che si vuole dare e da mangiare.

Cibo multiso, che non è di facile attuazione. Le difficoltà sono tante: ma Faust non si arrende e cerca in Meli-

Nordemilia guarda allo sport

REGGIO EMILIA. Se il fabbisogno di zuccheri, grassi e proteine per chi svolge attività fisica è ormai risaputo, molto ancora sfugge, riguardo alla necessità di altre componenti nella dieta, come vitamine, ferro e rame e tanti altri elementi presenti nei cibi. Un fatto è comunque certo: chi si sottopone a particolari carichi di allenamento, per raggiungere la condizione atletica ottimale deve aumentare la dose di particolari sostanze come ad esempio il ferro, altrimenti rischia la cosiddetta «anemia da sport», che colpisce frequentemente gli atleti. Poiché gli sportivi hanno bisogno di una dieta bilanciata, la regola principe da adottare è quella di variare il più possibile l'alimentazione in modo da garantirsi l'apporto di tutti gli elementi. Questo principio vale anche per i giovanissimi che si avvicinano a una disciplina sportiva e che sono ancora in fase di crescita e maturazione fisica. In particolare a loro, che devono equilibrare perfettamente la fatica fisica all'alimentazione, Nordemilia e Coop Lombardia hanno dedicato conferenze e dibattiti su come praticare lo sport in modo sicuro.

Che lo sport sia molto diffuso in età prepuberale è documentato anche da una recente inchiesta condotta dal Comune di Parma, dove il 25% dei ragazzi compresi tra i 6 e i 14 anni è iscritto a una società sportiva e si allena quotidianamente. Ma quando un giovane si dedica attivamente allo sport ha bisogno di mangiare di più, di assumere integratori particolari, come surplus vitaminici? E la domanda più frequente che i genitori rivolgono agli esperti chiamati dalle coop nelle loro tavole rotonde. Ed è un errore piuttosto diffuso tra gli adulti credere che un bambino dedito allo sport debba essere superalimentato. Niente di più sbagliato. La pratica di un'attività sportiva nel bambino - a detta degli esperti - non implica un surplus di consumo energetico rispetto ai suoi normali ritmi di vita quotidiana, gioco compreso. Se infatti mettiamo a confronto due bimbi, completamente a digiuno, uno che pratica sport, l'altro no, vediamo che il loro fabbisogno alimentare è assolutamente identico. La differenza non riguarda la quantità, bensì la qualità degli apporti nutrizionali: zuccheri, grassi, vitamine e carboidrati devono risultare ben bilanciati fra di loro.

inpa S.R.L.
INDUSTRIA NAZIONALE PRODOTTI ALIMENTARI

Fornitori di fiducia dei negozi Coop

Stabilimento e Amministrazione
SOVIOLIANA DI VINCI (PIRELLA)
Via Provinciale 22 - Telef. 0571/508100 501040

I.C.A.M.
di Luigi e Paolo Matteini

Macellazione e vendita carni Bovino - Ovino - Suino

Pollame e cacciagione all'ingrosso

STIACIOLE (GR) TELEFONO 0564/409016

CASEIFICI SARDAFORMAGGI
PRODUTTORE - FORMAGGI - TIPICI - SARDI

Il gusto e l'antica genuinità del formaggio del pastore: pecorino grazzola

CASEIFICI RUDDUSO (SASSARI)
Deposito frigoriferi: Incisa Valdarno (Firenze)
Telefono 055/8330046

Con gli anziani al supermarket

MILANO

Tra qualche anno in Italia il 20% della popolazione avrà più di 65 anni. Si presenta la prospettiva di vivere sempre più a lungo, e in condizioni sempre migliori. Un ruolo importante spetta perciò alla prevenzione. L'alimentazione è uno dei punti cruciali del discorso preventivo, insieme all'educazione al movimento, alla salute mentale, all'uso di sostanze farmacologiche e ai problemi sociali.

La Coop Lombardia si è fatta interprete di queste istanze organizzando una serie di dibattiti e conferenze sui problemi della terza età tenuti da geriatrici e psicologi. Le conferenze, che si protrarranno fino al termine dell'anno un po' in tutta la Lombardia, affrontano diverse tematiche: ansietà e depressione nell'anziano, consigli sull'alimentazione più corretta in età avanzata, rapporto tra farmaci e invecchiamento, ruolo del medico di famiglia, usabilità di un ampio spazio è dedicato al discorso alimentazione, settore di cui si occupa più direttamente la Coop lombarda. Nelle tavole rotonde, sempre affollate, si parla così di diete dimagranti, della variazione dei cibi, delle quantità ottimali da consumare di vino e caffè, dei dolci.

A.C.M.
Azienda Cooperativa Macellazione

CARNE & SALUMI
ASSO

Strada Due Canali 13 - 42100 REGGIO EMILIA
Tel. 0522/79.71 - Fax 0522/43391 - Telex 530547 A.C.M.I.

Margarine interamente vegetali

Prodotte esclusivamente per il Gruppo **COOP**

Margarina
della **IGOR S.p.A. OZINUOVI**
Il primo stabilimento del Sud Europa per la produzione di margarine

FAVILLA
Pulisce al limone

Scintilla
fibre e spugne abrasive

dianex
lo strofinaccio specializzato

DIABOLINA
pulitori e accenditori per stufe e camini

FACCO G. & C. - MILANO
MILANO - Corso XXII Marzo, 24
Telefono 02/65.181.195 r.a. - Fax 65184474 - Telex 314017 FACCO I

UN CARRELLO IN 1'14"03.

OMRON
Macchine e Sistemi per il punto cassa

Siamo molto veloci. Per noi il Vostro negozio è una pista da gran premio dove possiamo esprimere tutto il nostro potenziale ed ogni carrello che si avvicina alla cassa è una occasione in più per stabilire nuovi record. È finita l'era dei conti sbagliati, delle lunghe code, delle macchine inceppate. Oggi codici a barre, moneta elettronica, macchine e sistemi sempre più raffinati ed una puntuale assistenza permettono una sicura gestione del punto cassa, e della Vostra attività, senza perdite di tempo. Con un sorriso.

Distribution Systems