

Kindjes van de rekening

Linda Polman

Ik interviewde bewoners van een snikheet kamp voor aardbevingsslachtoffers bij Port-au-Prince in Haïti en zag op weg naar de uitgang een jong meisje zonder benen. Ik keek hoe ze zwetend en kreunend de wielen van haar rolstoel over de losse keien tussen de tenten duwde, centimeter voor centimeter richting waterpomp. Zo'n kind is geknipt voor gebruik in een fondsenwervingscampagne van een NGO, dacht ik en gaf mezelf meteen een lel op mijn hand om mijn cynisme af te straffen.

Maar het is wel zo: kinderleed verkoopt. Het is wetenschappelijk bewezen dat een afbeelding van een ongelukkig kind 2,5 keer meer oplevert dan een foto van een lachend kind. Meer geld en ook meer sollicitanten; tenminste, ik denk dat Defensie dat hoopte toen de organisatie besloot om in de reclamecampagne 'Werken bij Defensie: je moet het maar kunnen' twee kinderen een onfortuinlijke hoofdrol te geven. Het ene speelt een angstig meisje dat in een helikopter vol militairen een geruststellende aai over haar gehoofddeckte koppie krijgt, en het andere speelt een schattige baby wiens moeder voor pampus op een militaire stretcher ligt en daarom door een militair van een flesje melk moet worden voorzien. Je hoort er niemand over. We zijn eraan gewend om kinderen uit verre, warme landen in dergelijke treurige rollen op tv te zien.

Commotie is er wel over een reclamespotje dat de PvdA onlangs lanceerde, waarin de kinderen van lijsttrekker Diederik Samsom in de schijnwerpers staan. Samsom speelt met ze, smeert hun boterhammen en brengt ze naar school. Tussendoor vertelt hij over zijn dochter Benthe, die met een handicap geboren is. 'Lopen kan ze al, en aan lezen en schrijven werken wij nu hard.' Dat vindt heel Nederland dan opeens schandalige exploitatie van kinderleed, want Benthe is minderjarig en niet in staat om in te schatten wat de gevolgen kunnen zijn van haar deelname aan het campagnefilmje van haar

vader. Straks is ze ouder en realiseert ze zich dat heel Nederland 'alles' over haar weet. Onder de strijdkreet 'Wie komt op voor Benthe' slepen militante kindervrienden de lijsttrekker voor de Reclame Code Commissie.

Zo mogelijk nog nationaler is de verontwaardiging over tv-producent Talpa's nieuwste infotainment-concept, dat in de media al *So You Wanna Be a Pleegouder* wordt genoemd. In de serie gaat een kind dat uit huis is geplaatst een weekend logeren bij drie verschillende pleegouders. Daarna mag het kiezen bij welk gezin het wil blijven. Luchtalarm loeit! Kamerleden eisen opheldering en deskundigen buitelen over opiniepagina's in kranten: hier worden morele grenzen overschreden! Talpa zweert het allemaal integer te bedoelen, want er is een tekort aan pleegouders en de show moet kijkers inspireren om zich als pleegouder aan te melden, maar we weten natuurlijk allemaal dat niet kortere wachtlijsten, maar hogere reclameinkomsten het doel van Talpa zijn.

Zo bestaan er voor onze eigen minderjarigen een heleboel regels, Kamervragen en Reclame Code Commissies om ze te beschermen tegen lieden die financieel wijzer van hun leed willen worden, maar als het gaat om kinderen uit arme landen malen we daar niet om. Tentoonstelling van het leed van arme kinderen is juist goed, want dat is in het eigen belang van die kinderen, wordt zelfs gezegd.

Toen ik haar zag met haar rolstoel op de kale keien, bleek het meisje zonder benen dus inderdaad al te schitteren in een reclamecampagne van een Franse NGO. Op haar site maakt dat ACTED reclame voor zichzelf. 'Coralie' had een *housing solution* aan ACTED te danken, of zoiets. ACTED de fondsen, ik het gelijk. Dat schiet niet op. Ik ga het zelf ook doen: voor u schrijven over kinderleed en 2,5 keer zoveel afrekenen. Volgende maand in *Andere Ogen: Do You Wanna Be Het Kindje Van De Rekening? Mijn rekening*, om precies te zijn. ■