



agenzia fides

AGENZIA DELLA CONGREGAZIONE PER L'EVANGELIZZAZIONE DEI POPOLI

Agenzia FIDES – 28 agosto 2007

DOSSIER FIDES

BAMBINI E MEDIA (II PARTE): RACCOGLIERE LA SFIDA EDUCATIVA

Il tema della 41esima Giornata delle Comunicazioni sociali, **“I bambini e i mezzi di comunicazione: una sfida per la comunicazione”**, ci invita a riflettere su due aspetti particolarmente importanti. Il primo è la formazione dei bambini perché siano in grado di recepire in modo critico ciò che vedono. Il secondo è la formazione alla conoscenza e all’uso consapevole dei media, in continua trasformazione tecnologica.

Infatti, specifica Benedetto XVI in apertura del messaggio per la Giornata dello scorso 20 maggio 2007: “Le complesse sfide che l’educazione contemporanea deve affrontare sono spesso collegate alla diffusa influenza dei media nel nostro mondo. Come aspetto del fenomeno della globalizzazione e facilitati dal rapido sviluppo della tecnologia, i media delineano fortemente l’ambiente culturale (cf. Giovanni Paolo II, *Il Rapido Sviluppo*, n.3). In verità, vi è chi afferma che l’influenza formativa dei media è in competizione con quella della scuola, della chiesa e forse, addirittura con quella della famiglia”.

Addirittura, come sottolineato dal Pontificio Consiglio per le Comunicazioni Sociali: “per molte persone la realtà corrisponde a ciò che i media definiscono come tale”. Episodi di cronaca recente – violenze filmate coi videofonini nelle classi scolastiche, abusi su handicappati, fenomeni di bullismo e di violenza diffusa - dimostrano come i bambini cresciuti con una media di oltre 4 ore al giorno davanti al televisore di casa da soli, abbiano assorbito la logica del “sono in video dunque esisto”. Sulla relazione tra consumo televisivo e comportamenti violenti nei minori, psicologi, pedagogisti e massmediologi discutono da tempo. Ma una quantità innumerevole di indagini condotte in molti Paesi occidentali dimostrano come tale correlazione sia ormai innegabile.

NUOVI LINGUAGGI

Il fatto che molti ragazzi vivano completamente immersi nel mondo dei vecchi e nuovi media sempre più spesso in correlazione tra loro, è ribadito dalla popolarità di alcuni modelli televisivi baciati da effimeri quanto penosi “momenti di gloria” presenti nei programmi dagli ascolti più alti, dai reality ai talk show, per non parlare del “trash” oggi diventato un “genere” di spettacolo.

Tra le preferenze espresse dalle adolescenti italiani che guardano la televisione più di tre ore al giorno al primo posto troviamo le “veline”, mentre i coetanei puntano sul più classico

esempio del calciatore. La cosa più importante comunque è apparire, poco importa per quale ragione, essere “qualcuno” o “qualcosa” anche per un attimo nell’olimpo mediatico.

Sono gli esempi più negativi dei condizionamenti derivati da un eccessivo e acritico uso dei mezzi di comunicazione. Ci troviamo di fronte ad una nuova generazione cresciuta davanti al televisore, capace di usare le nuove tecnologie che spesso trovano impreparati i genitori stessi che hanno acquistato e reso fruibili queste nuove tecnologie.

Tant’è che oggi i film si guardano sul videofonino, la televisione sullo schermo del computer. Si telefona con internet e grazie al download si scaricano compact disc e DVD di ultima uscita, si filma e si fanno le foto col cellulare e così via.

Nelle case il lessico familiare è ridotto a misura di sms, si parla con la televisione in sottofondo, ci si scrive mail elettroniche, si fanno “visite virtuali” via computer, ci si aggira in biblioteche altrettanto virtuali, così che la parola “cartaceo” evoca immagini dell’altro secolo, ormai desuete.

Diversa dalle generazioni precedenti è la situazione dei nostri figli che hanno aperto gli occhi su questi scenari in mutamento tecnologico profondo, inarrestabile, travolgente. E’ quella che gli esperti chiamano la generazione “nata con sei dita”: dove oltre le cinque di norma, la sesta è il mouse del computer.

L’introduzione del mondo “virtuale” di internet e dei videogiochi ha creato un distacco dalla realtà vera e propria. Le due dimensioni sembrano a volte universi paralleli per molti ragazzi, con conseguenze non indifferenti sul piano del processo di maturazione. Il successo di siti web in cui si può vivere una seconda vita (vedi le migliaia di registrazioni in pochi mesi sul sito italiano “Second Life” che nel mondo raccoglie già sette milioni di iscritti), in cui la simulazione riproduce ogni situazione della vita reale. Solo che tutto è finto, a partire dalla nuova identità che si può scegliere per entrare a far parte di questo mondo fuori dal mondo in cui si può essere chiunque. Cioè nessuno.

Così la grande sfida culturale è oggi proprio la ridefinizione dei confini, a volte troppo labili, dei confini tra il reale e il virtuale, superando il “digital divide” che oggi separa le generazioni adulte da quelle più giovani.

I GIOVANI: PROTAGONISTI O VITTIME DEL CAMBIAMENTO?

Il loro linguaggio è povero, spesso infarcito di termini tratti dal dizionario del “web”: cliccare, chattare, messaggiare, sono neologismi del loro vocabolario quotidiano. Manca una dimensione umanistica della tecnologia in grado di tracciare il perimetro culturale tra reale e virtuale. Così il villaggio globale ha diffuso condivisione su modelli comportamentali devianti o comunque opinabili.

E ragazzi che vivono a milioni di chilometri di distanza giocano lo stesso videogioco, vedono lo stesso film, così come, trasversalmente, assorbono modelli e comportamenti simili. Gli adulti spesso sono meno padroni dell’uso delle nuove tecnologie e guardano ai ragazzi che navigano in internet con rassegnata preoccupazione o con molte limitazioni d’uso.

Le radici delle difficoltà in questo campo educativo sono ben spiegate da Marina D’Amato, docente di sociologia presso l’Università di Roma tre, che sottolinea: *“Ogni generazione ha bisogno di ritrovarsi anche in un mondo fantastico che serve ad interiorizzare il paradigma del buono e del bello, del giusto e dello sbagliato, dell’opportuno e dell’utile anche in rapporto agli esempi che vengono dalla narrativa. Oggi ci troviamo in una condizione in cui nonni e genitori raccontano sempre meno ai figli e ai nipoti e questo ruolo è stato è stato assunto dalla televisione*

ma in realtà la televisione “spaesa” e “con- fonde” cioè fonde insieme modelli morali che sono frutto di ansie e problemi non risolti più che di certezze e, sebbene mutino con la frequenza di tre, quattro anni, essendo riproposti continuamente finiscono per giustapporsi l’uno all’altro”(vedi “Come mediare i media” a cura di Mario Russo)

Se è vero che la tv è il medium più usato fino all’adolescenza, subito dopo nasce l’attrazione fatale per internet. Il cambiamento nasce dall’approccio col linguaggio televisivo, ascoltato spesso per troppe ore in età infantile, che si basa su una mediazione della realtà, e attiva in questo modo un processo di ricezione di tipo emotivo.

Su questo registro emozionale è più facile restare coinvolti da situazioni e figure capaci di proporsi come modelli identificatori, serbatoi di senso e comportamenti da imitare.

Il potere di concentrare una volontà emulativa su alcuni personaggi particolarmente rispondenti ai bisogni interiori del ragazzo, (bisogni il più delle volte indotti dalla pubblicità o da modelli emulativi), è fortemente correlato alla quantità di ore che il ragazzo passa usando nuovi o vecchi media.

EDUCAZIONE NECESSARIA

“L’adeguata formazione ad un uso corretto dei media è essenziale per lo sviluppo culturale, morale e spirituale dei bambini... Educare i bambini ad essere selettivi nell’uso dei media è responsabilità dei genitori, della Chiesa, della scuola. Il ruolo dei genitori è di primaria importanza. Essi hanno il diritto e il dovere di garantire un uso prudente dei media, formando la coscienza dei loro bambini affinché siano in grado di esprimere giudizi validi e obiettivi che li guideranno nello scegliere o rifiutare i programmi proposti. Nel fare questo, i genitori dovrebbero essere incoraggiati e sostenuti dalla scuola e dalla parrocchia, nella certezza che questo difficile aspetto, sebbene gratificante, dell’essere genitori è sostenuto dall’intera comunità”.

Le parole del discorso di Benedetto XVI definiscono il paradigma di un corretto rapporto tra media e minori con grande chiarezza. Una chiarezza di cui siamo grati al Magistero della Chiesa, nel momento in cui il mondo dei media sembra ignorare le reali problematiche educative dei bambini e le esigenze di qualità e sicurezza da parte della famiglia nell’uso dei media, dal cinema ai videogiochi, dalla televisione a internet.

Di fronte all’ utilizzo distorto del mezzo televisivo, il più diffuso tra i mezzi di comunicazione, la Chiesa si interroga sul perché la televisione non possa svolgere un ruolo educativo e perché i media non possano essere compagni di gioco e di crescita affidabili. Lo spot di una recente campagna, promossa dal Ministero delle Comunicazioni, sul corretto uso dei media mostra vari membri della famiglia impegnati a guardare la televisione accanto ad un bambino.

Che si tratti di un nonno o di una mamma, il messaggio è lo stesso: non lasciate solo un bambino davanti ad un mezzo che, senza il supporto critico-educativo di un adulto, può trasmettere contenuti inadatti all’età e alla maturità di chi guarda. Senza dimenticare le responsabilità degli editori televisivi impegnati nella organizzazione dei palinsesti, il ruolo della famiglia è davvero insostituibile.

Se infatti lo scopo di chi gestisce società di editoria televisiva, oppure multinazionali produttrici di videogiochi o gestori telefonici è quello di promuovere e vendere il prodotto, il benessere psicofisico del bambino è al centro degli interessi degli educatori, siano essi insegnanti o in primo luogo genitori.

Lo spiega bene il messaggio del Papa che continua l'analisi, sottolineando che *“Educare i bambini ad essere selettivi nell'uso dei media è responsabilità dei genitori, della Chiesa e della scuola. Il ruolo dei genitori è di primaria importanza. Essi hanno il diritto e il dovere di garantire un uso prudente dei media, formando la coscienza dei loro bambini, affinché siano in grado di esprimere giudizi validi e obiettivi che li guideranno nello scegliere o rifiutare i programmi proposti (vedi Giovanni Paolo II, Familiaris Consortio, 76). Nel fare questo i genitori dovrebbero essere incoraggiati e sostenuti dalla scuola e dalla parrocchia”*.

CONTENUTI DEI MEDIA

Nel panorama di una rivoluzione multimediale che trasversalmente sta cambiando abitudini, mentalità, modelli e linguaggi, va rimessa al centro del dibattito la tutela di ciò che tocca minori. Senza demonizzare i “mezzi” che in quanto tali non sono né buoni né cattivi, è importante puntare sull'analisi del prodotto per individuare i contenuti migliori per bambini e adolescenti. Perché la televisione è uno strumento che apre finestre di conoscenza sul mondo e se ben utilizzata da “cattiva maestra” può diventare una preziosa fonte di stimoli di crescita umana e culturale.

Lo stesso vale, a maggior ragione per la “rete” che tutto ingloba e tutto comprende, per i videogiochi dove invece di violenza e mostri si potrebbero (e accade) mettere in scena storie istruttive e dai contenuti interessanti.

Giustamente Benedetto XVI mette in luce le enormi potenzialità di miglioramento dei contenuti di questo enorme campo di produzione multimediale: *“L'educazione ai media dovrebbe essere positiva. Ponendo i bambini di fronte esteticamente e moralmente eccellente, essi vengono aiutati a sviluppare la propria opinione, la prudenza e la capacità di discernimento. E' qui importante riconoscere il valore fondamentale dell'esempio dei genitori e i vantaggi di introdurre i giovani ai classici della letteratura infantile(...) La bellezza, quasi specchio del divino, ispira e vivifica i cuori e le menti giovanili, mentre la bruttezza e la volgarità hanno un impatto deprimente sui comportamenti”*. Davanti ad un generale scadimento del prodotto televisivo, più forte e vibrata appare la domanda di qualità da parte di larga parte di un pubblico di famiglie che chiede di essere non più solo un indistinto esercito di utenti silenziosi, ma un pubblico in grado di esprimere preferenze per contenuti formativi e informativi di buon livello.

Il messaggio di Benedetto XVI continua con alcune importanti indicazioni: *“Come l'educazione in generale, quella ai media richiede formazione nell'esercizio della libertà. Si tratta di una responsabilità impegnativa. Troppo spesso la libertà è presentata come una instancabile ricerca del piacere o di nuove esperienze(...) Questo desiderio profondamente sentito da genitori ed insegnanti di educare i bambini nella via della bellezza, della verità e della bontà può essere sostenuto dall'industria dei media soltanto nella misura in cui promuove la dignità fondamentale dell'essere umano, il vero valore della vita familiare, le conquiste positive e i traguardi dell'umanità. Da qui la necessità che i media siano impegnati nell'effettiva formazione e nel rispetto dell'etica viene vista con particolare interesse e urgenza non solo dai genitori ma anche da coloro che hanno responsabilità civica”*.

In realtà ci troviamo a dover ammettere che in Italia manca una vera “cultura del bambino”: la situazione è talmente seria che a livello istituzionale si sta cercando di dare un nuovo impianto generale alla verifica e al controllo dei contenuti di campi di intrattenimento come i

videogiochi finora sottoposti solo a codici di autoregolamentazione nati e siglati ad uso e consumo delle industrie produttrici.

E ancora una volta il primo e indispensabile appoggio al bambino non può che venire dalla famiglia e da un più stretto rapporto con insegnanti ed educatori: proprio come sottolinea Benedetto XVI, ricordandoci che la preoccupazione educativa dei genitori non deve diventare una preoccupazione generica, ma una attenzione costante a tutto ciò che interessa i figli.

L'INDUSTRIA DEI MEDIA

1) LA TELEVISIONE

Se la tradizionale tv via etere si presenta come settore di attività ormai “maturo” si affaccia invece all’orizzonte lo scenario del digitale (satellitare o terrestre), anche nel senso della piattaforma digitale in grado di consentire il collegamento Tv e internet e altri media tramite computer. Per quanto riguarda la qualità della programmazione a fronte di molti buoni propositi enunciati a livello istituzionale, appare diminuita l’attenzione alle esigenze dei minori, anche in relazione alle diverse fasce di età. La programmazione per i minori è confinata infatti in reti e orari particolari mentre il resto della programmazione nella fascia oraria “per tutti” spesso presenta contenuti inadatti ai minori. Ma quali sono le aspettative delle giovani generazioni nei confronti della televisione? E’ proprio vero che preferiscono il trash, i giochi a premi demenziali e le “veline”?

Da una recente indagine del Censis su “Comunicazione, pluralismo sociale, società aperta”(2005) emerge che il rapporto dei bambini e in particolare degli adolescenti tra i 14 e i 18 anni, e la televisione è improntato da elementi di forte contraddizione e di passività. Il 100 % di questa fascia d’età guarda la televisione praticamente ogni giorno (86%) seguendo un po’ di tutto, con una rilevante predilezione per i film (72%), lo sport (32%) e i reality (18%).

Tuttavia il campione intervistato risulta tutt’altro che soddisfatto di ciò che vede. Infatti il 36% degli adolescenti denuncia la volgarità diffusa nei programmi, il 25% la superficialità. Il 46% di loro considera la tv un mezzo “inadatto”, mentre è interessante notare che il 25% ritiene che in generale la programmazione televisiva alimenti nei bambini più piccoli una visione consumistica della vita. Da questi dati emerge il contrasto tra la ricerca di svago e la condanna di ciò che viene loro proposto dai palinsesti. A significare che l’alto tasso di fruizione non è un indicatore di gradimento.

Accertato l’assioma che la televisione sia onnipresente, appare chiaro che sono gli stessi giovani a chiedere maggiore attenzione ai contenuti: meno violenza e meno volgarità. L’esigenza di una diversa regolamentazione, dice chiaramente il rapporto Censis *“non viene solo da quanti, genitori ed educatori, sono preoccupati per la potenziale influenza negativa sui minori, ma viene espressa chiaramente anche dagli adolescenti, per lo meno dalla parte più accorta e consapevole di essi”*.

Per meglio tutelare i diritti dei minori, dal 2002 è stato istituito presso il Ministero delle Comunicazioni il Codice di autoregolamentazione TV e Minori a cui hanno aderito gli editori televisivi sia a livello nazionale che locale. Sulla base dei principi in materia della Costituzione italiana e della Convenzione dei diritti del bambino dell’ONU del 1989, in questi anni di attività il Comitato di applicazione ha valutato migliaia di casi in cui sono state violate le norme di tutela che

prevedono la messa in onda di programmi e immagini adatte ad un pubblico di minori nella cosiddetta “fascia protetta” dei palinsesti televisivi (dalle 7,30 alle 22,30), intervenendo con denunce e sanzioni applicate nei casi più gravi dall’Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni. In prospettiva tale Comitato si sta evolvendo verso un più ampio organismo di controllo che si chiamerà “Media e minori” in cui oltre alla televisione saranno monitorati anche i settori della videofonia e dei videogiochi e il campo maggiormente a rischio, quello di internet.

REGOLE DI TUTELA IN ALTRI PAESI

Diversa è la situazione in altri Paesi come ad esempio la **Gran Bretagna**, dove il sistema di regolamentazione dei media è strutturato e complesso e si è aggiornato negli ultimi decenni, con una particolare attenzione alla tutela dei minori. Le innovazioni tecnologiche in questo settore hanno spinto la normativa inglese ad una serie di nuove disposizioni ,come ad esempio , la visione in casa di video per soli adulti che fuori dalle mura domestiche sarebbero loro vietati o per combattere la piaga mondiale dei siti internet per pedofili, contenenti materiale pornografico o con contenuti che possono nascondere l’addestramento di minori (vedi la Protection Children Act del 1978).

La programmazione televisiva è regolamentata dal Broadcasting Act (1996) da cui deriva l’istituzione della Broadcasting Standard Commission (BSC) un organo di controllo indipendente che stabilisce le norme della valutazione dei programmi anche per quanto riguarda contenuti violenti o che possano offendere la pubblica decenza (sito ufficiale www.bsc.org.uk). La BSC è l’organismo preposto all’interno della struttura del broadcasting, per la supervisione e la regolamentazione di tutte le televisioni e le emittenti radiofoniche , via cavo e satellitari. I suoi compiti sono quelli di elaborare codici di condotta di applicazione degli standard e di rispetto della giustizia e monitorare gli standard verificando il rispetto delle leggi. La messa in onda di programmi con contenuti ritenuti inadatti ai minori di varie età, già da qualche anno la televisione inglese ha adottato il sistema watershed , uno spartiacque orario tra la programmazione familiare e quella per gli adulti . L’intero sistema televisivo inglese conta sulla responsabilizzazione delle famiglie , senza la collaborazione delle quali , ogni codice di standard sui programmi è praticamente inutile.

In **Francia** è in vigore da anni un codice segnaletico televisivo che entra in funzione per i programmi inadatti ai minori. La valutazione della fiction televisiva viene effettuata dal Conseil Supérieur de l’Audiovisuel (CSA), una autorità amministrativa indipendente che controlla la diffusione dei film e delle altre emissioni sui vari canali televisivi private, nazionali, regionali o locali. La normativa francese (legge 2002/719) vieta la diffusione di trasmissioni che possano nuocere gravemente all’integrità fisica, mentale e morale dei minori in base a contenuti di pornografia o violenza gratuita . Le trasmissioni sono contrassegnate da un codice segnaletico che, abbinato al sistema delle fasce orarie di programmazione, garantisce alle famiglie migliore chiarezza sulla visibilità dei programmi per i minori.

In **Germania** particolare attenzione viene riservata al tema dei minori dalla legislazione tedesca che colloca sin dalla nascita l’inizio dei diritti fondamentali del cittadino. La loro tutela è disciplinata a livello pubblico dalla **JSchG** (del 26 febbraio 1985) mentre la legge **GjSM** si occupa della diffusione di pubblicazioni e contenuti mediatici dannosi per i minori.

La regolamentazione in ambito televisivo si rifà all'accordo sulle radiodiffusioni dei Lander Federali che gli enti per i media dei Lander hanno preso come base per l'adozione di direttive a tutela dei minori nell'emittenza privata. Non sono ammesse trasmissioni che incitano all'odio razziale, che esaltano la violenza o la guerra, che offendono la dignità dell'uomo, che sono di genere pornografico, che mostrano persone morenti o sofferenti in modo lesivo della dignità umana. I responsabili della programmazione, scegliendo l'orario di emissione devono far sì che i minori non vedano trasmissioni che possano nuocere al loro benessere psichico, fisico o mentale. Le trasmissioni inadatte ai più piccoli possono essere trasmesse solo dopo autorizzazione dell'ente competente del Land interessato.

I responsabili dell'organizzazione dei programmi televisivi a livello nazionale sono tenuti a nominare degli incaricati per la tutela dei minori che concorrono all'acquisto, alla progettazione e alla realizzazione dei programmi. Le emittenti private hanno fondato nel 1993 l'Associazione "Autocontrollo Volontario televisione" ("Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen" FSF) a cui devono essere presentati particolari programmi prima della messa in onda e la cui valutazione ha peso nelle decisioni dagli enti per i media dei lander Federali nelle loro verifiche. Esiste poi l'Ufficio comune per la tutela dei minori, del programma, la competenza mediatica ed i media del cittadino "(GSJP), di cui fa parte un esponente dell'ente per i media dei Lander Federali, che esprime il suo parere su particolari serial, telefilm e spettacoli più o meno adatti ai minori. Il GSJP decide su richieste di spostamenti di orari di messa in onda per i film vietati ai minori, controlla i formati dei programmi nuovi e, sperimenta nuove disposizioni per la tutela dei minori nella tv digitale. La peculiarità della giurisdizione tedesca, sia in campo televisivo che cinematografico e mediatico in generale, è la minuziosa attenzione alle esigenze di sviluppo del minore e ai rischi che questo può correre fuori da una corretta osservanza delle leggi.

Negli **Stati Uniti** è possibile consultare una "Guida televisiva per i genitori" via internet (vedi il sito www.mpaa.org) che prevede alcune categorie di ascolto applicate ai programmi televisivi trasmessi all'intero pubblico. Questa guida prevede varie sigle per identificare il target d'ascolto di ogni trasmissione: si va dal TV Y (per tutti i bambini) al TVG (per tutti) attraverso vari sbarramenti d'età che corrispondono al passaggio dalla prima alla seconda infanzia e da questa all'adolescenza. C'è poi il TVPG (parental guidance, presenza di un genitore accanto), un TV 14 (parent strongly cautioned, genitori seriamente avvertiti) per i programmi contenenti scene di sesso e violenza. Infine TVMA prevede un "mature audience only" ovvero un pubblico d'età superiore ai 17 anni, ultima frontiera dei contenuti "restricted".

Queste valutazioni sono state elaborate sulla base delle opinioni dei genitori stessi e sono facili da capire e a portata di mano. Le linee guida tv per i genitori possono essere usate insieme al V-chip, un dispositivo di filtraggio installato nella maggior parte dei più recenti apparecchi televisivi, per permettere ai genitori di bloccare i programmi inadatti.

SCHEDE: 1

Brasile :“O que eu penso de teve”

In Brasile l'audience infantile è molto alta: circa 30 milioni di bambini ogni giorno guardano la Tv per almeno tre ore al giorno. Spiega la professoressa Rosalia Duarte del Dipartimento di Scienze dell'Educazione dell'Università cattolica di Rio de Janeiro "I bambini sono molto perspicaci ma noi possiamo e dobbiamo aiutarli ad ampliare il loro quadro di riferimenti affinché possano discutere ancor meglio sui contenuti di quello che vedono. Per questo abbiamo bisogno, prima di tutto, di ascoltare ciò che hanno da dire sull'argomento e dialogare con

loro. Oltre a questo, specialmente in Brasile, abbiamo bisogno di offrire loro altre opzioni di divertimento e un accesso maggiore, più ampio e molto più frequente, ad altre attività culturali". Nell'ambito di una ricerca su questionario diffuso nelle scuole intitolata "O que eu penso de teve" (cosa penso della Tv) è emerso che "I bambini vogliono fortemente essere ascoltati su ciò che pensano della tv e si risentono nel vedere che le loro opinioni sono ritenute poco importanti; non sono contenti dell'eccesso di immagini di violenza esibite in televisione, soprattutto della violenza "reale" – che definiscono come quella che viene trasmessa nei telegiornali. Adorano guardare la tv e non importa che cosa gli adulti pensino o dicano al riguardo; a loro piacciono quasi tutti i tipi di programmi messi in onda: telenovelle, cartoni animati, programmi umoristici, films, serie tv, ma ciò non fa di loro degli spettatori "idioti" in quanto fanno delle critiche molto interessanti, pertinenti e ben elaborate su ciò che considerano brutto o inadeguato in televisione. Per la maggior parte di loro la televisione si offre come principale opzione di divertimento (in alcuni casi, l'unica), il che è un dato piuttosto preoccupante. Ma ciò che ha chiamato maggiormente la nostra attenzione è il grado di esperienza con cui questi bambini analizzano la televisione: sono esperti e dimostrano di conoscere la televisione anche dal di dentro, incluso i linguaggi che essa utilizza, la sua struttura di produzione, la sua logica interna e i suoi modi di intervento.

I bambini apprendono valori e disvalori attraverso la tv, non ci sono dubbi, ma dimostrano di avere senso critico su questo argomento quando affermano nei loro testi che i programmi trasmessi in tv possono insegnare "a essere buoni, ad aver coraggio e a fare del bene, a curare la natura e se stessi, a essere onesti e a lottare per ciò che si desidera", ma anche "ad essere crudeli e bugiardi, a rubare e a uccidere, a non rispettare i genitori e a comprare quello di cui non si ha bisogno". Parlando della validità dell'insegnamento della Media Education, la professoressa Duarte sottolinea il bisogno "di ascoltare ciò che hanno da dire sull'argomento e dialogare con loro. Oltre a questo, specialmente in Brasile, abbiamo bisogno di offrire loro altre opzioni di divertimento e un accesso maggiore, più ampio e molto più frequente, ad altre attività culturali".

SCHEDA 2:

Osservatori Internazionali

I dati esaminati dall'OssCom -Centro di ricerca nei media nel gennaio del 2006 evidenziano la tendenza a mettere in atto forme di co-regolamentazione in cui l'azione legislativa degli stati membri si integra con misure di auto-regolamentazione messe in atto da produttori, broadcasters, professionisti della comunicazione sotto l'effetto di controllo e sanzioni. Due gli strumenti più usati a livello europeo in osservanza delle direttive dell'art. 22 di "Tv senza frontiere": la definizione di fasce orarie protette (water shed) e la segnaletica in video (dettato da un sistema di rating). Malgrado ciò, alle tradizionali aree problematiche della violenza e della pornografia si affiancano nuove aree "a rischio" per i minori: volgarità, abusi e dipendenze da sostanze, linguaggio e comportamenti volgari, discriminazioni e abusi, violazioni e offese alla dignità umana. I criteri di valutazione dei programmi sono un problema condiviso da molti Paesi dell'Unione, mentre si fa strada una omogeneizzazione internazionale dei sistemi di classificazione (vedi Nicam, più avanti) basati sulla visualizzazione di cinque icone che illustrano simbolicamente quali sono le problematicità del programma in esame e al di sotto di quale età è sconsigliato.

Da segnalare l'attività dell' EUROPEAN MEDI@CULTURE – Online Il progetto promosso dalla Commissione Europea di Bruxelles nel quadro delle iniziative e-Learning, gestito dal Centro mediatico del Baden-Württemberg. Il sito presenta informazioni sull'educazione ai

media in Europa, in particolare in Francia, Austria, Finlandia e Germania. La sezione Projets Multimédia raggruppa i progetti sui media sviluppati da scuole e associazioni giovanili nel corso del tempo (vedi <http://www.european-mediaculture.org>)

SCHEDE 3

Sudafrica: Vertice mondiale sui media per l'infanzia

L'appuntamento triennale si è svolto nel marzo scorso a Johannesburg in Sudafrica con la partecipazione di esperti del settore di numerosi Paesi. Insieme si è discusso sulla necessità di una programmazione adatta ai bambini per capire in che modo la violenza nei 'media' può influire sulla psiche dei minori.

Ma al quinto 'Vertice mondiale sui media per l'infanzia', c'erano anche moltissimi bambini provenienti da tutto il mondo impegnati a discutere sul difficile tema 'Media come strumenti di pace e democrazia globale', sotto la guida di gruppi di adulti, tra cui diverse organizzazioni cattoliche, impegnati da anni a promuovere regole per l'infanzia da rispettare nelle trasmissioni radiotelevisive attraverso codici di regolamentazione da redigere o in molti casi da aggiornare, in base alla diffusione anche in molti Paesi del Sud del mondo delle nuove tecnologie multimediali, il cui uso merita attenzioni particolari per la tutela del pubblico più giovane.

In particolare in Africa, ha spiegato l'organizzatore del vertice, Firdoze Bulbulia, si sta prendendo in esame il progetto di un 'Media center' per bambini, che possa produrre e distribuire prodotti radiotelevisivi per i più piccoli, con lo scopo di realizzare un canale televisivo pan-africano per l'infanzia; gli organizzatori del vertice stanno anche lavorando al progetto di un'alleanza africana sui mezzi d'informazione e di comunicazione sul modello di quella già esistente in America latina.

2)INTERNET

In Italia il 47% delle famiglie italiane ha un computer, un dato rilevante ma sempre più basso rispetto alla media di altri Paesi europei. L'uso di internet da parte di adolescenti e giovani, la loro familiarità con tutto quanto si può digitare e "scaricare" da internet pone non pochi problemi. Per sua stessa natura di rete di comunicazioni globale, il problema si pone in ottica internazionale, cercando di garantire la tutela dei minori attraverso precisi accordi con i provider per un effettivo controllo dei contenuti. In campo italiano la tutela dei minori fino al 2006 era stata lasciata in mano agli stessi *provider* che il 19 novembre 2003 hanno siglato un accordo di autoregolamentazione: il Codice Internet e Minori. Sebbene l'accordo sia stato stipulato tra i rappresentanti dei vari provider innanzi al Ministero per l'Innovazione e la Tecnologia, resta comunque un accordo privato, con le lacune, soprattutto dal punto di vista delle sanzioni, che spesso tali atti comportano. Nel 2006, a seguito dei numerosi casi di violenza sui minori, molti dei quali operati attraverso la diffusione di materiale pedopornografico (se non proprio attraverso l'adescamento di minori via internet), è stata emanata la legge 38 del 6 febbraio 2006

“Disposizioni in materia di lotta contro lo sfruttamento sessuale dei bambini e la pedopornografia anche a mezzo Internet”.

Infine in applicazione della legge 38/2006 è stato emanato a febbraio 2007 un Decreto sui requisiti tecnici degli strumenti di filtraggio che i fornitori di connettività alla rete internet devono utilizzare al fine di impedire l’accesso ai siti segnalati dal Centro Nazionale per il contrasto alla pedopornografia. Però ciò non basta a superare la difficoltà che i minori possano rischiosamente navigare nella “rete delle reti”.

Attualmente è stato ripristinato il Comitato antipedofilia e devianza minorile in Internet “Ciclope”, già istituito presso il Ministero Pari Opportunità, poi latitante per un anno circa, fino alla sua ricollocazione presso il ministero per la Famiglia. Sta anche per entrare in funzione un sito dedicato all’uso di internet presso il ministero delle Comunicazioni ed un numero verde “114” (curato dal Ministero per le Comunicazioni e “Save the children”) a cui potrà rivolgere qualunque cittadino voglia segnalare casi di abusi, devianza o pedopornografia. Tra le iniziative più recenti si segnala anche il nuovo portale www.tiseiconnesso.it aperto dal ministero delle Comunicazioni italiano sempre in collaborazione con Save The Children, in cui sono sviluppate una serie di informazioni sui contenuti sia per i genitori che per i bambini, in osservanza alla campagna di spot televisivi che ha come slogan “Il miglior modo per aiutare tuo figlio a non fare uso sbagliato delle tecnologie, è conoscerle”.

Da segnalare anche come la rete sia diventata un grande mercato on line : per alcuni produttori l’e-commerce di giocattoli vale già il 4% del fatturato; solo nel 2005 le vendite telematiche si sono concretizzate in 37.600 atti d’acquisto. Le ragioni per investire sull’on-line sono molteplici: dalla possibilità di aggirare difficoltà logistico-distributive, all’ampliamento della gamma merceologica, sino al coinvolgimento del cliente attraverso campagne di direct mail e la creazione di comunità virtuali intorno ai singoli giochi.

SCHEDA:

Pedopornografia e Internet

Nel marzo 2006 sono entrate in vigore le nuove misure dirette a contrastare e reprimere il fenomeno dello sfruttamento sessuale dei minori e la pedopornografia stabilite dalla Legge 38/2006 "Disposizioni in materia di lotta contro lo sfruttamento sessuale dei bambini e la pedopornografia anche a mezzo Internet" – pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale del 15 febbraio 2006, n. 38 - con la quale vengono sostanzialmente modificati ed integrati gli articoli 600bis e seguenti del Codice Penale.

La legge ribadisce gli articoli del Codice penale (art. 527,528,529 e 725) che puniscono “atti osceni in luogo pubblico , pubblicazioni, spettacoli osceni, disegni o figure che offendano la pubblica decenza”.

Poiché molte in molte pubblicazioni, trasmissioni televisive e spot pubblicitari, pur non prettamente a carattere pornografico, l’immagine dei bambini e degli adolescenti viene presentata in maniera esplicita o più spesso sottilmente illusoria in maniera falsata, si richiede un nuovo impegno da parte delle Istituzioni preposte ad osservare la normativa in vigore, coinvolgendo, a seconda dei casi, gli organi di Polizia , l’Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria, il Ministero delle Comunicazioni, la polizia Postale o il “Comitato tv e minori”.

3)CINEMA

Ribadendo quanto scritto nella Costituzione italiana e cioè il diritto - dovere delle famiglie di essere protagoniste dell' educazione dei figli, in molti sentono che è arrivato il momento di rimettere mano alla legislazione che riguarda il vecchio concetto di " censura" (la legge 161 /62, che prevede la possibilità di negare il "nulla osta" alle sale e di effettuare tagli alla pellicola anche in funzione di un pubblico adulto) oggi superato da un sempre più urgente criterio di tutela dei minori nei confronti dei film che vedono nei circuiti cinematografici, ma anche successivamente in casa, spesso in prima serata televisiva.

La corretta valutazione preventiva di un film permette alla famiglia di avere in mano strumenti di scelta della fruibilità o meno di uno spettacolo (conoscere la trama, gli eventuali contenuti sensibili, il target di visione assegnato all'opera in altri Paesi, ecc). Per questo è giusto rimettere mano alla normativa, operazione che richiede attenzione e accortezza da parte delle istituzioni in un momento di transizione mediatica come quello che stiamo vivendo, in cui i media sono di fatto diventati una importante componente nell'educazione del minore.

Non mancano pellicole che attirano l'attenzione pubblica per i contenuti di violenza eppure circolanti nel circuito cinematografico senza divieti d'età. Per un film che fa "notizia" sui giornali ce ne sono molti altri dai contenuti scadenti o addirittura pericolosi che filtrano dalle maglie della commissione di revisione cinematografica, attualmente in funzione presso il Dipartimento cinema del Ministero dei Beni Culturali.

Mentre il Disegno di legge del Ministro dei Beni Culturali, , sta per affrontare il suo iter parlamentare, nuovi scenari si aprono con l'introduzione in Italia, dell'autocensura dei film da parte dei produttori o dei distributori cinematografici e l'introduzione di nuove e più specifiche fasce di divieti per i minori a partire dai 10 anni. Il divieto verrà assegnato in base ad una griglia di valutazione dei contenuti dell'opera e successivamente vagliato da una Commissione di psicologi, educatori e genitori.

Questo sistema è ispirato al modello americano della Motion Picture Association of America (MPAA) che da oltre 40 anni rappresenta gli interessi dell'industria audiovisiva americana nel mondo. Funzionante sulla base di regole ben precise (messe a punto negli anni anche da sentenze delle Corti federali di vari Stati in base a proteste di cittadini) l'autocensura americana prevede la presenza di una sola commissione addetta ad erogare i divieti dal PG 12 al restricted 17 anni. Questa commissione è composta esclusivamente da genitori ritenuti i primi depositari dell'educazione dei figli in rappresentanza trasversale dell'utenza. Cospicue sanzioni economiche assicurano che il meccanismo di autocertificazione corrisponda in effetti agli interessi dei cittadini. Sul sito web della Motion Picture ci sono le linee guida per la valutazione delle opere di entertainment per i genitori e sono pubblicati i divieti assegnati ad ogni film che è in circolazione nelle sale. In genere le valutazioni appaiono molto più severe rispetto ad altri Paesi. Tutto ciò nei molti anni di applicazione ha qualificato l'industria americana e il corretto servizio agli utenti. Qualunque strada si intenda seguire in Italia, è importante per le famiglie che venga potenziato il mercato di produzioni adatte per l'infanzia: è giusto che il meccanismo dell'industria cinematografica giri con i suoi ritmi di produzione ma non è giusto confondere i target di fruizione (come qualunque industria sa bene).

Per quanto riguarda le normative europee di valutazione dei film e più in generale di tutto l'entertainment (neologismo anglosassone che trova la sua radice etimologica nel rapporto tra educazione e gioco) fruibile da minori, va invece citato il sistema NICAM attuato in Olanda da

oltre 5 anni. Il NICAM (Nederlands Instituut voor de Classificatie van Audiovisuele Media) , fondato nel 1999, sulla base della legge Media Act (in base a cui i programmi di gruppi che abbiano avuto la licenza per attività di broadcasting non devono includere opere audiovisive che nuocciano allo sviluppo fisico e psicologico di persone sotto i 16 anni) e sulla base delle direttive CEE (“Televisione senza frontiere” IV).

Il sistema di classificazione preventiva è attivo anche in **Grecia** con la legge 1.597 del maggio 1986 che prevede norme che prima della proiezione in sala , ogni film venga sottoposto dal produttore o dalla società d’ importazione alla visione della Commissione per la Gioventù che classifica il film come adatto ai minori, vietato ai minori di 13 anni, di 17 anni oppure nei casi più gravi ,severamente non adatto ai minori. La Commissione per la gioventù è di competenza del Ministero della Cultura ed è stata concepita in termini di proporzionalità e rappresentanza : dello Stato (Ministero della Cultura), delle categorie legate al cinema , degli psicologi dell’età educativa e dei sociologi, dei giovani degli insegnanti e dei genitori.

In **Austria** vige un sistema di valutazione complesso istituito sulla base del principio costituzionale federalistico, che affida la tutela dei minori nell’ambito del cinema e più in generale dei mass media, alla competenza specifica dei Lander. La legge nazionale che inquadra la regolamentazione dei media è la **ORF ACT** , ovvero **l’Austrian Broadcasting Corporation** n 379/1984 che stabilisce su quali criteri si deve basare la protezione rispetto a programmi e film trasmessi in televisione o attraverso altri canali mediatici. Per quanto riguarda la circolazione dei film, la valutazione preventiva delle opere cinematografiche per la decisione circa la fascia di età del pubblico idonea alla visione, è regolata dalla legge austriaca sulla Tutela dei Minori “Jugendschutzgesetz”, applicata dalle leggi dei Lander federali. Tale legge stabilisce ben nove fasce di divieti d’età a partire dai sei anni , con una successiva scansione che prevede divieti per i dieci, dodici, quattordici e sedici anni. Alla supervisione del sistema di valutazione cinematografica è preposta una apposita Commissione che ha sede presso il Ministero della Pubblica Istruzione di Vienna che trasmette i suoi pareri in relazione all’idoneità dei film alle autorità locali . In genere i singoli Lander adottano le decisioni della Commissione, è a livello locale che viene decisa la loro applicazione.

In **Spagna** l’articolo 20 della Costituzione riconosce il diritto del cittadino ad esprimere e diffondere liberamente i pensieri, le idee e le opinioni qualunque mezzo di riproduzione. Se da una parte l’esercizio di tali diritti “ *non si può restringere attraverso nessun tipo di censura previa*”, lo stesso articolo specifica che “*Queste libertà hanno il loro limite nel rispetto dei limiti riconosciuti nelle normative che esprimono tale rispetto, specialmente, nel diritto all’onore, alla privacy, alla propria immagine e alla protezione della gioventù e dell’infanzia*”.

In base a questo principio, la qualificazione dei film (Real Decreto 81/97) e delle opere audiovisive avviene prima della loro diffusione , presso l’ Istituto di Cinematografia e delle Arti Audiovisive (ICAA) , un ente autonomo, dipendente dal Ministero dell’educazione e la cultura , attraverso la Segreteria di Stato delle cultura (vedi sito www.mcu.es).

La Subdirecion General de Fomento de la Industria Cinematografica e Audiovisual che fa parte dell’ICAA si occupa , tra l’altro, della classificazione per età delle pellicole e delle opere audiovisive per la loro esibizione pubblica e la distribuzione. La commissione è incaricata di emettere informazioni sulle pellicole e audiovisivi con classificazione per le “sale X” e sulla classificazione per fasce di età del pubblico.

Le pellicole a carattere pornografico non possono ricevere sovvenzioni dallo Stato, e sulle proiezioni in sala vige un prelievo fiscale destinato in parte ad incrementare il Fondo di protezione della cinematografia.

La proiezione può avere luogo solo nelle “sale X” in cui non sono visibili tipi diversi di opere cinematografiche e in cui è proibito l’ingresso ai minori di 18 anni.

CINEMA IN TV

Dato l’alto consumo di programmi televisivi da parte dei minori, in base alle direttive UE che promuovono l’autoregolamentazione a livello nazionale delle emittenti TV e la partecipazione delle famiglie in questa opera educativa, sono da alcuni anni in vigore codici segnaletici (Francia, Olanda, GB, Grecia, Italia) validi spesso sia per identificare i film proiettati in sala che quelli trasmessi in TV. La tutela dei minori nel settore televisivo è stata realizzata anche adottando il cosiddetto sistema “watershed” (spartiacque) che funziona in base alla selezione di fasce orarie protette, alcune consigliate alla visione dei minori, altre per tutti, e altre ancora, soprattutto nei palinsesti notturni, la cui visione è consigliata solo ad un pubblico adulto.

La fascia di età attribuita dalla valutazione preventiva del film ha in tutti i paesi europei una ovvia ricaduta nella programmazione nelle fasce orarie protette o segnalate delle televisioni pubbliche.

La definizione di linee di condotta comune è alla base di accordi di autoregolamentazione e coregolamentazione televisiva per la definizione di un codice di condotta comune alle emittenti pubbliche e private. Questo approccio ha una base normativa che fa capo alla autorità dello Stato o alla fiducia assegnata dai consumatori alle emittenti pubbliche o private che adottino sistemi di autoregolamentazione.

A rendere visibile agli adulti le classificazioni assegnate per i minori molte emittenti europee hanno adottato un sistema di segnaletica che, attraverso simboli cifre, colori, segnali acustici avvertono il pubblico di quanto sta per andare in onda.

Ma anche questo sistema, come i sistemi di filtraggio (tipo v-chip) da solo non basta a garantire una vera tutela dei minori di fronte ad un moloch di immagini difficili da decodificare per un minore (basti pensare alle immagini di guerra dei telegiornali, a film scabrosi o all’informazione su delitti efferati che hanno spesso come teatro proprio il nucleo familiare).

E’ sulla collaborazione tra Stato, produttori di audiovisivi e famiglie che può essere fondato un autentico rispetto dei minori che incoraggi la crescita positiva del ragazzo, sulla base dei valori fondanti della persona umana.

4) VIDEOFONIA MOBILE

Oggi la diffusione della videofonia ha raggiunto il tetto di diffusione in Italia del 134%, a significare che in molti oggi possiedono almeno due cellulari, compresi i giovani e i giovanissimi, che vengono dotati di questo strumento dai genitori stessi. Infatti un ragazzo su due tra gli 8 e i 13 anni ne ha uno in tasca. Quello che potrebbe essere uno strumento per seguire meglio gli spostamenti e le necessità dei figli si rivela invece un pericoloso mezzo soggetto ad altri utilizzi da parte del minore che non si separa mai dal suo telefonino, nemmeno in classe, come lamentano molti insegnanti. Malgrado il codice di autoregolamentazione firmato dai gestori principali

(Codice di condotta per l'offerta dei servizi a sovrapprezzo a tutela dei minori) di fatto il telefono cellulare con i nuovi servizi opzionali, è diventato ormai un mini personal computer in grado di permettere usi nuovi, mai permessi finora.

Gli sviluppi tecnologici in atto nel campo della telefonia mobile - in particolare per quanto riguarda le sinergie con internet e l'adozione di sistemi DVB di videofonia - contribuiscono ad accrescere le opportunità comunicative anche per le nuove generazioni e, al tempo stesso, ripropongono in termini nuovi la questione della tutela dei minori. Le ulteriori evoluzioni prevedibili per i prossimi anni e il numero sempre maggiore di persone coinvolte, richiedono una forte consapevolezza sociale e la costante attenzione dei soggetti chiamati ad garantire i diritti dei cittadini.

In questo contesto vanno riaffermati i diritti dei minori nel campo della comunicazione, tra i quali non ultimo quello alla sicurezza anche dai rischi di induzione a comportamenti illeciti o di accesso a contenuti nocivi e indesiderati. Anche in questo campo è essenziale il ruolo dei genitori e, più in generale, di quanti sono chiamati a svolgere funzioni educative. La maggiore sicurezza di bambini e ragazzi dall'accesso a contenuti illegali deve essere perseguita anche attraverso un potenziamento delle conoscenze e delle capacità dei papà e delle mamme.

Sulla loro "alfabetizzazione" ai media devono collaborare anche le istituzioni pubbliche promuovendo un uso positivo delle nuove possibilità tecnologiche. Alle aziende spetta la responsabilità di immettere sul mercato un prodotto che dia garanzie nei confronti dei minori, superando i limiti stabiliti dal codice di autoregolamentazione firmato dai gestori di telefonia mobile, e offrendo maggiori informazioni ai maggiorenni che firmano un contratto di utenza, con l'adozione di blocchi automatici di accesso a contenuti nocivi, qualora il mezzo passi nelle mani di un minore.

5) VIDEOGIOCHI

E' una industria globale, che ha conquistato i giovani e non solo. Le cifre del repentino diffondersi dei videogiochi parlano di 250.000 siti di videogames, ognuno dei quali propone una serie di titoli, molti dei quali infarciti di scene di sesso e violenza. Una recente ricerca dell'Istituto Italiano di Medicina Sociale (IIMS) mette in evidenza, tra l'altro la scarsa informazione da parte degli adulti sui videogames usati dai figli, la predominanza di temi violenti in più del 30 % in titoli non sconsigliati ai minori, la prevalenza di personaggi virtuali normali che possono diventare speciali compiendo azioni straordinarie.

Ma il punto di rischio più alto riguarda i piccoli videogamers tra i 6 e i 9 anni soggetti ad entrare così intensamente nel gioco virtuale da arrivare a forme di dissociazione dalla realtà che richiedono un monitoraggio molto attento da parte degli adulti. La stessa ricerca indica la presenza di videogiochi nel 25% delle famiglie con bambini dai 3 ai 5 anni e ben il 65,2% delle famiglie con bambini tra i 6 e i 10 anni. Ciò che produce effetti negativi a livello cognitivo sui ragazzi non sembra essere tanto il mezzo specifico quanto gli elementi che creano l'eccitazione: velocità di produzione dello stimolo e della risposta, velocità delle immagini, effetti speciali, contrasti, frammentarietà della storia, binomio rumore e azione. L'uso prolungato del gioco inibisce, secondo alcuni psicologi, l'area della capacità critica provocando passività e insieme aggressività nel ragazzo. Ma non vogliamo demonizzare i videogiochi, sia perché ce ne sono molti adatti ai più

piccoli o con valenze informativo- educative, sia perché l'uso di questo medium risulta di fatto uno step che prepara il ragazzo al successivo e più sofisticato uso di internet.

In ogni caso, i dati sulla vendita di questi prodotti di entertainment sono in crescita praticamente ovunque e la diffusione del medium è accompagnata da una accettazione (a volte sarebbe meglio parlare di rassegnazione) sociale sempre più ampia.

E' urgente implementare i percorsi conoscitivi e le strategie internazionali per il monitoraggio di un mercato ormai sempre più vasto. Appare urgente approntare modalità operative per il controllo dei contenuti e il sistema sanzionatorio sia per il produttore che per il venditore. Il codice di autoregolamentazione Pegi (derivato nel 2003 dal sistema di valutazione olandese Nicam, per la segnalazione di contenuti inadatti ai minori) adottato dall'industria di entertainment videoludici è l'unica forma di autoregolamentazione esistente attualmente che prevede sanzioni (raramente applicate, anche di fronte a casi di lampante gravità) a carico di produttori che mettono in commercio videogiochi con indicazione di fasce di età, a dir poco approssimativa.

Il Pegi a cui aderisce dal 2002 l'Associazione europea Isfe, risulta evidentemente carente nella sua dichiarata funzione di "fornire all'utenza le informazioni più opportune" sul target di fruizione e poiché il settore della videoludica sviluppa oggi un giro d'affari di oltre 740 milioni di euro, coinvolgendo 24 milioni di giocatori (43% della popolazione a partire dai 4 anni di età) con una vendita dei prodotti classificati + 3 anni che tocca il 48% degli utenti .

Un dato che definisce l'impatto di questo genere sull'infanzia e l'adolescenza, mostrandone tutta la pericolosità sia per la fruizione di contenuti inadatti , sia per l'eccessivo numero di ore consumato in questo passatempo, spesso solitario e senza la presenza di un adulto accanto. Se è vero, come sostiene l'industria, che la produzione di videogiochi violenti è solo una minima parte del mercato, è anche vero però che questa rappresenta la fetta più cospicua del ritorno economico.

L'interesse per i videogiochi è alimentato dalla sinergia film –ispirato all' omonimo videogioco che rende sempre più attrattivo questo genere, in particolare per gli adolescenti. E' dunque importante anche in questo campo stabilire regole precise in difesa dell'utenza del pubblico dei minori, più esposto ai rischi delle nuove forme di entertainment, sempre più sofisticate e coinvolgente per l'intreccio narrativo e gli effetti grafici.

6) PUBBLICITÀ

Il problema della tutela dei minori di fronte alla pubblicità, si pone come un sottoproblema del più ampio quadro che regola i non facili rapporti tra media-minori. Il mezzo televisivo - quindi anche la pubblicità - costituisce fonte di pericolo per i minori e cioè per la maggiore difficoltà da parte dei bambini, soprattutto in età prescolare, a cogliere la riconoscibilità dello spot rispetto al resto della programmazione e della finzione televisiva rispetto alla realtà. Da tali considerazioni non deriva un acritico rifiuto della pubblicità in quanto tale - a cui si riconosce invece, laddove svolta correttamente, una positiva funzione nel processo di formazione, crescita critica e socializzazione dei minori - ma la necessità di prevedere un sistema di regole volte a garantirne un uso corretto.

L'effetto degli spot pubblicitari è tale che in alcuni Paesi si stanno prendendo misure drastiche a riguardo. Nel Regno Unito ad esempio, sono stati recentemente vietati gli spot

pubblicitari nei programmi destinati ai minori sino a 9 anni, dal 1° gennaio 2008 quelli destinati ai ragazzini sino a 15 anni ed entro la fine del 2008 saranno vietati in tutti i canali rivolti ai bambini. Nonostante la pubblicità serva a finanziare i programmi, per quelli rivolti ai bambini si troveranno altre fonti. Anche in Francia si comincerà a seguire una “linea dura” a riguardo: vista l’alta incidenza di pubblicità di merendine, bevande e dolci in genere, ora gli spot per bambini devono essere preceduti da una sorta di avviso orientato ad una corretta alimentazione.

Ma perché i bambini sono così fragili davanti ai richiami della pubblicità? In Italia spiega Paolo Landi, segretario generale dell’Adiconsum (Associazione difesa consumatori e ambiente) in un capitolo del saggio “Bambini multimediali: *“Se assumiamo che la pubblicità altro non fa che veicolare un sapere subito concretizzabile in un “avere”, o in un “essere”, o in un “fare” il bambino intrometta senza fatica le tre componenti che ossessionano gli esperti di marketing: La componente cognitiva (come fornire informazioni indelebili su un prodotto o un servizio), la componente affettiva (come far reagire emotivamente il consumatore) e quella comportamentale (come far muovere il piccolo consumatore verso un acquisto). Da questo punto di vista il bambino è l’utente ideale, il consumatore a cui si può vendere qualunque cosa”.*

In Italia vige un Codice di autodisciplina pubblicitaria nato nel 1966 sulla base di un accordo fra operatori del settore. La prima forma di tutela, in larga misura di derivazione comunitaria, vede come protagonisti le Autorità amministrative indipendenti: l’Autorità garante della concorrenza e del mercato o settoriale, l’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e nell’editoria. Mentre, per l’autoregolamentazione, compendiata dalle norme contenute nel Codice di Autodisciplina Pubblicitaria ed ora, seppure con forza giuridica differente, nel Codice di Autoregolamentazione TV e minori, a cui viene riconosciuta potestà decisionale e sanzionatoria nella formula delle ordinanze-ingiunzioni.

Dell’enorme potere di influenza che la pubblicità svolge sui bambini appare pienamente consapevole il mondo delle imprese, in tutti i Paesi in cui la televisione fa da risonanza ai messaggi pubblicitari.

NORMATIVA INTERNAZIONALE

L’argomento della tutela dei minori nei media è uno dei più dibattuti sia a livello di normative nazionali sia in ambito internazionale. Ci si trova infatti a dover fare i conti con le larghe maglie della “rete” globale del web. L’esempio che più chiaramente mette in evidenza questo momento di transizione e di necessaria messa a punto di leggi in grado di arginare la fruibilità di contenuti nocivi per i minori, riguarda innanzitutto internet. Chiunque nel mondo può aprire siti “a rischio” con contenuti illegali fruibili da utenti sprovvisti alla latitudine opposta del globo.

Per quanto riguarda i principi generali a livello di diritto internazionale bisogna rifarsi innanzitutto alla Convenzione Onu dei diritti del fanciullo di New York, ratificata dal Parlamento italiano (legge n. 176/1991), che garantisce al bambino una “considerazione preminente” anche circa la libertà di espressione, sia per quanto riguarda l’espressione che la tutela dei contenuti recepiti. Sempre nella stessa Convenzione, all’art. 17, si parla del rapporto tra minori e televisione, auspicando “un sistema normativo a tutela del minore –utente, pur con tutte le difficoltà che si presentano “ sia in ordine all’individuazione dei fenomeni da monitorare che alle possibili normative da mettere in atto.

Nel diritto comunitario tale tutela viene ancora ribadita dalla Carta dei diritti fondamentali dell’Unione” approvata a Nizza nel 2000 dove l’articolo 24 sottolinea che “Gli stati

parti riconoscono l'importanza della funzione esercitata dai mass media e vigilano perché il fanciullo possa accedere a informazioni e materiali...finalizzati a promuovere il suo benessere sociale, spirituale e morale, nonché la sua salute fisica e mentale". La successiva direttiva 89/552/CEE ha previsto alcuni divieti sia per i programmi che per i messaggi pubblicitari destinati a questo pubblico". L'articolo 22 di tale direttiva spinge ad impedire la messa in onda di programmi che contengano scene pornografiche o di violenza gratuita o altri programmi inadatti a tale pubblico. Non possiamo tralasciare di menzionare le direttive espresse da "Televisione senza frontiere" oggi giunta al suo quinto aggiornamento, che in tema di tutela settoriale dei minori si ricollega al più generale statuto dei diritti dei minori e trova corrispondenza negli articoli 30 e 31 della Costituzione italiana.

Se è chiaro che i principi normativi sono tutti a favore della tutela dei minori, è anche vero che una tecnologia in continua evoluzione ha messo in crisi le vecchie "regole del gioco". Ora però è chiaro che non è più dilazionabile la necessità di stabilire nuovi assetti normativi perché i bambini possano usare i mezzi di comunicazione del loro tempo con profitto e serenità anche per le famiglie.

LA MEDIA EDUCATION NEL MONDO: PER SAPERNE DI PIÙ

La diffusione della media education risponde al bisogno di informarsi sulle novità in campo dei new media . Di seguito citiamo solo alcuni siti che in vari Paesi offrono maggiori informazioni su come apprendere un migliore uso dei media affrontando le problematiche della tutela dei minori e dell'alfabetizzazione alle nuove tecnologie da parte degli adulti. The Media Awareness Network - Réseau éducation-médias è una organizzazione canadese no-profit pioniera nello sviluppo di programmi sull'educazione ai media: produce, a tal fine, programmi on line in collaborazione con organizzazioni internazionali, nella convinzione che, per interpretare i messaggi informativi, di intrattenimento e commerciali i giovani abbiano bisogno di strumenti critici validi. Da qui l'importanza di formare anche gli adulti (famiglie e insegnanti) su come funzionano i media e come determinano lo stile di vita.

L'organizzazione compie un'azione continua di monitoraggio sui media (televisione, cinema, videogiochi, carta stampata, pubblicità, eccetera); la sezione dedicata ai genitori offre una serie di spunti per riflettere con i figli sui media; quella per gli educatori include lezioni e materiali di supporto; una sezione è dedicata all'analisi di questioni legate ai media come la diffusione degli stereotipi, la rappresentazione della violenza e della diversità, la privacy, la pubblicità rivolta ai minori (il sito internet in lingua inglese e francese è <http://www.media-awareness.ca>) Quai des images è il sito dedicato all'insegnamento del cinema e degli audiovisivi edito dal Ministero per l'educazione nazionale francese. Propone attività di educazione all'immagine e di analisi dei film legate ai programmi scolastici; raccoglie i testi ufficiali sugli audiovisivi; offre una serie di strumenti d'analisi e di studio molto completi su specifici film e autori particolari; informa su conferenze, seminari, corsi e festival sull'audiovisivo e il suo utilizzo in ambito educativo e didattico. Raccoglie, inoltre, le proposte e le esperienze compiute da insegnanti e allievi dei licei francesi nel campo dell'educazione all'immagine e organizza un forum di discussione sulla media-education aperto a tutti (<http://www.ac-nancy-metz.fr>).

Sempre in Francia è attivo il blog Zéro de conduite realizzato dagli insegnanti e destinato a insegnanti, genitori e studenti. Promuove l'uso del cinema come strumento pedagogico dedicandosi in particolar modo all'attualità cinematografica ma senza trascurare i classici e i documentari.

Ricco di rubriche e di spazi di approfondimento si propone come contenitore di temi e luogo di dibattito aperto (<http://cinema-ducation.fluctuat.net>)

L'Università del Massachussetts ha organizzato il Media Education Foundation – MEF challenging media che produce e distribuisce documentari volti a incoraggiare il pensiero critico e il dibattito sul rapporto tra chi detiene il potere sui media, i contenuti dei media commerciali, la domanda democratica di un libero flusso di informazioni, le diverse rappresentazioni di idee e pensieri e il diritto dei cittadini a informare ed essere informati. Alcuni degli argomenti e format affrontati criticamente : l'identità di genere nella pubblicità; l'immagine del sesso nei videoclip; il ruolo dei media nella costruzione dell'appartenenza culturale; media e salute,ecc.(<http://www.mediaed.org/>) (M. F.)