

**IL BAMBINO CHE NON C'E':
LA RAPPRESENTAZIONE DEI MINORI NEI
TG LOCALI**

Di Rossella Tirota, Alessandra Donattini, Marco Guiati

Il monitoraggio è stato interamente eseguito dal CORECOM Emilia-Romagna

Coordinatore scientifico del monitoraggio:

Rossella Tirota, dottore di ricerca in Sociologia (CORECOM Emilia-Romagna).

Gruppo di lavoro:

dottoressa Alessandra Donattini, laurea specialistica in Scienze della Comunicazione Pubblica, Sociale e Politica (CORECOM Emilia-Romagna);

dottor Marco Guiati, laurea specialistica in Scienze della Comunicazione Pubblica, Sociale e Politica (CORECOM Emilia-Romagna);

dottor Antonio Platis, laurea in Informatica (CORECOM Emilia-Romagna).

Tiratura: 400 copie

Distribuzione gratuita

© Regione Emilia-Romagna - CORECOM Emilia-Romagna, 2011

Tutti i diritti riservati. È consentita la riproduzione a fini didattici e non commerciali, a condizione che ne venga citata la fonte.

Il testo integrale è pubblicato su internet all'indirizzo <http://assemblealegislativa.regione.emilia-romagna.it/corecom>.

INDICE

| | |
|---|---------|
| PREMESSA: RIUSCIREMO MAI A COMUNICARE UN BAMBINO? | Pag. 5 |
| INTRODUZIONE | Pag. 7 |
| CAPITOLO 1: LO SVILUPPO DELLE RETI SOCIALI: LA TELEVISIONE COME <i>STATUS SYMBOL</i> | |
| 1.1. Introduzione | Pag. 9 |
| 1.2. La televisione come agenzia di socializzazione | Pag. 10 |
| 1.3. Una finestra per guardare il mondo | Pag. 14 |
| 1.3.1. Una nuova <i>baby sitter</i> | Pag. 16 |
| 1.3.2. Una Tv troppo violenta? | Pag. 18 |
| CAPITOLO 2: DALLA CARTA DI TREVISO AL CODICE DI AUTOREGOLAMENTAZIONE TV E MINORI | |
| 2.1. Premessa | Pag. 21 |
| 2.2. La tutela dei minori nel mondo dell'informazione: la Carta di Treviso | Pag. 22 |
| 2.3. Bollino verde e fascia protetta per un palinsesto a misura di bambino: il Codice di autoregolamentazione Tv e Minori | Pag. 25 |
| CAPITOLO 3: NOTA METODOLOGICA | |
| 3.1. Oggetto di studio e obiettivi del monitoraggio | Pag. 29 |
| 3.2. Il campione | Pag. 31 |
| 3.3. Lo strumento di rilevazione | Pag. 32 |
| CAPITOLO 4: QUALE IMMAGINE? | |
| 4.1. L'argomento e i soggetti delle notizie | Pag. 35 |
| 4.2. La voce dei minori | Pag. 46 |

| | |
|---|---------|
| 4.2. La struttura delle notizie e dei Tg | Pag. 48 |
| 4.3. Il rispetto dei diritti dei minori | Pag. 55 |
| CONCLUSIONI | Pag. 66 |
| BIBLIOGRAFIA | Pag. 69 |
| SITI CONSULTATI | Pag. 71 |
| FONTI NORMATIVE | Pag. 73 |
| QUOTIDIANI E RIVISTE | Pag. 74 |
| APPENDICE | |
| Il Codice di autoregolamentazione Tv e Minori | Pag. I |
| La Carta di Treviso | Pag. XV |

PREMESSA

RIUSCIREMO MAI A COMUNICARE UN BAMBINO?

*“In un universo
in cui il successo è dato dal guadagnare tempo,
pensare ha un solo difetto,
ma incorreggibile: quello di farne perdere.”
Jean-François Lyotard*

“Riusciremo mai a capire un bambino?” Questa è la domanda che si poneva Philipp Frank, uno dei primi biografi di Einstein. Riusciremo mai a comunicare un bambino o un adolescente è la domanda che, parafrasando Frank, dovremmo farci parlando del rapporto tra media e minori.

L'interessante analisi sintetizzata nella presente pubblicazione ci offre in questo senso risposte confortanti, ma che rilevano al contempo alcune criticità. E' questo, a mio parere, l'elemento cruciale del lavoro realizzato dal CORECOM Emilia-Romagna.

La ricerca condotta registra infatti un sostanziale rispetto dei codici di autoregolamentazione nella rappresentazione dei minori all'interno dei telegiornali locali, evidenziando tuttavia come l'informazione venga veicolata attraverso modalità omologate nei linguaggi e nella struttura.

Del resto, siamo consapevoli di quanto spesso “Carta di Treviso e Codici di autoregolamentazione siano stati fin qui aggirati o irrisi in un crogiuolo di voci e immagini che con l'alibi dell'approfondimento sono diventati spettacolo noir.”¹

Queste considerazioni mi pare assumano rilevanza determinante se si considerano i dati della ricerca Eurispes-Telefono Azzurro, raccolti nel 10° Rapporto Nazionale sulla Condizione dell'Infanzia e dell'Adolescenza, che segnalano come i telegiornali siano seguiti dai minori più di quanto si pensi: l'analisi indica ad esempio che quasi un

¹ Neirotti M., *Basta accanirsi su Yara - I genitori contro i media*, La Stampa, 3 aprile 2011, p.17.

quinto dei bambini tra i 7 e gli 11 anni sono rimasti impressionati dalle immagini di violenza trasmesse dai notiziari.²

Perciò l'elemento interessante della ricerca sintetizzata nella pagine seguenti è il fatto di scoprire che, al di là di una sostanziale correttezza regolamentare, affiora comunque il rischio di un "tradimento", ovvero un'immagine del minore quasi sempre comunicata secondo logiche più attente a colpire emotivamente il telespettatore che ad offrire utili occasioni di approfondimento intorno alla condizione reale e quotidiana dell'infanzia e dell'adolescenza.

Si svela dunque all'interno del processo di *newsmaking* l'attenzione rivolta all'*audience* e, al contempo, la disattenzione per il contenuto e i protagonisti dell'evento.

Così facendo si comunicano bambini, fanciulli e ragazzi – la stessa parola "minore" mi sembra di per sé contraddittoria per chi voglia accreditare giovani donne e uomini come paritari soggetti di diritto, portatori di saperi e competenze – non per quello che sono, ma per come vengono letti attraverso lenti adulte, con il risultato che l'immagine che ne risulta è estremamente depauperata.

Tutto ciò non sorprende se si pensa che ancora oggi, nella cosiddetta società dell'immagine, sono in genere molto scarse le testimonianze relative al mondo dell'infanzia e ancor meno quelle in grado di rendere visibili e analizzabili vissuti, accadimenti quotidiani, intelligenze e competenze di bambini e ragazzi.

Proprio questo, in conclusione, mi pare il punto di attenzione e di rilancio che il presente studio riesce a sollevare, con un'evidenza che mi auguro possa stimolare nuove soluzioni nelle scelte comunicative degli operatori dell'informazione e di tutti coloro disposti a perdere un po' di tempo per cercare davvero il modo di raccontare l'infanzia e l'adolescenza.

Arianna Alberici

Componente CORECOM Emilia-Romagna

² Eurispes, Telefono Azzurro, *10° Rapporto Nazionale sulla Condizione dell'Infanzia e dell'Adolescenza*, Eurilink, Roma, 2009, p. 663.

INTRODUZIONE

Approfitto dello spazio che il CORECOM mi ha affidato per proporvi alcune riflessioni e osservazioni nate dal lavoro con i ragazzi e le ragazze.

Da tredici anni Zaffiria incontra circa 4.000 studenti ogni anno e il tema dell'informazione d'attualità è spesso oggetto di lavoro.

Quali sono le notizie che li colpiscono di più? Sicuramente al primo posto devo citare le notizie di cronaca che riguardano la loro fascia d'età. Yara, durante questo anno scolastico, è stata la notizia che i ragazzi hanno menzionato con maggior coinvolgimento. Perché aveva la loro età, perché faceva una vita normale, perché semplicemente andava in palestra, nel suo paese. E' facile capire come scatti l'immedesimazione e anche la paura. Ad alzata di mano, tutte le ragazze incontrate, mi hanno confidato che un po' di paura è venuta anche a loro: "perché d'inverno fa buio presto e non ci pensi che possa succederti qualcosa".

Parlavano riferendosi alle loro vite, prova concreta di come quello che ascoltano e vedono in tv influenza la loro quotidianità.

Poi ci sono le violenze in famiglia: ogni volta che un genitore o una persona cara è responsabile di violenza su un loro coetaneo questo li turba profondamente. La famiglia deve saper e poter proteggere, questo è quello che dicono i ragazzi. E' il resto del mondo, semmai, da tenere a bada. Le notizie di cronaca che parlano di orchi "con le pantofole di casa" spaventano da morire. Anche quando sono successe anni fa: nei lavori di gruppo nei quali emergono le notizie che li hanno colpiti di più ascolto il racconto di notizie di cronaca datate ma che sembrano ri-attualizzate dalle emozioni provate dai ragazzi.

Dalla cronaca locale arrivano tanti spunti per raccontarsi: "Ho scelto una foto di un ragazzo caduto con il motorino: anch'io ne vorrei uno ma ammetto di aver paura di cadere".

E non è solo la cronaca ad occupare i loro interessi: notizie sull'ambiente (merito dei tanti progetti scolastici?), sulle tecnologie, sullo sport e la moda sono quelle gettonate per un'informazione rilassante e piacevole. La politica non la citiamo neppure. Gli adulti non sembrano uscire bene dall'informazione d'attualità: quando fanno i politici sono vittima di *zapping* (se possibile) o di improvvisa sordità, quando gestiscono i grandi temi del mondo lasciano i ragazzi

con la sensazione di non avere un progetto per il futuro. Disastri ambientali e guerre raccontano a bambini e adolescenti di un mondo in cui le sfide sono davvero grandi e spesso le notizie di un Tg non li aiutano a comprenderlo meglio.

Vuoto totale anche per quello che riguarda la Carta di Treviso: i diretti interessati non sanno che ci sono protocolli d'intesa che mirano a preservare il loro diritto ad una crescita serena anche a costo di mediare con il diritto di cronaca. Li sorprende scoprirlo e spontaneamente parte il dibattito sulle notizie nelle quali è stata oppure no rispettata la carta.

L'ultima riflessione: l'accesso all'informazione d'attualità passa per la televisione. Scoprono le notizie del mondo guardando i telegiornali, nazionali e locali. Questo a testimonianza dell'importanza di vigilare su questo genere che rappresenta davvero la loro porta di accesso all'attualità. I giornali entrano in poche case e internet non viene considerato un mezzo per informarsi sull'attualità. I siti dei principali quotidiani nella quasi totalità dei casi li scoprono durante l'attività educativa.

Per questo motivo è fondamentale l'attività di monitoraggio realizzata dal CORECOM: su quei Tg si modella, prende forma l'idea del mondo che li circonda e nel quale vivono. E' su alcune di quelle notizie che si innestano paure che si riassorbono nel corso di settimane, ma che lasciano il segno anche anni dopo.

Alessandra Falconi

Presidente Centro permanente per l'educazione ai media Zaffiria³

³ Per maggiori informazioni visitare il sito www.zaffiria.it.

CAPITOLO I

LO SVILUPPO DELLE RETI SOCIALI: LA TELEVISIONE COME *STATUS SYMBOL*

1.1. Introduzione

Si può senza dubbio affermare che la televisione sia uno tra i più accreditati diffusori della cultura di massa nel nostro paese, un microcosmo capace di catturare per lunghi momenti il tempo libero e i consumi culturali degli italiani. Ed è altrettanto indubbio che essa abbia sollevato più giudizi e problemi di qualsiasi altro *medium* della storia.

Alla televisione va riconosciuto l'importantissimo contributo di aver ridimensionato le differenze culturali fra diverse classi d'età, aree geografiche e sociali assai distanti e, infine, per aver esteso notevolmente il nucleo dei valori condivisi dall'insieme della comunità nazionale.

Il mezzo televisivo, attraverso la sua capacità di unire enormi platee attorno ad eventi, in grado di educare, informare e catturare l'attenzione di milioni di persone, è stato lo strumento di comunicazione di massa più efficace e discusso di tutti i tempi, anche a causa del suo potere di influenzare e modificare la realtà.

Alla sua nascita, tuttavia, non sembrava che il nuovo mezzo potesse affermarsi in maniera tanto rapida e capillare, anche a causa dell'enorme diffusione della radio. Nel 1939 il *The New York Times* scriveva a tale proposito che “*la tv non sarà mai rivale della radio perché è un mezzo che obbliga la gente a tenere gli occhi fissi sul video, le persone in America non hanno abbastanza tempo per dedicarsi alla sua visione*”.⁴ Mai affermazione fu più lontana dalla realtà.

In breve tempo, il televisore divenne uno *status symbol*. Famiglie che avevano a disposizione scarsissime risorse finanziarie erano disposte a economizzare sui beni di prima necessità per poterne acquistare uno. È in quest'ottica che molte persone di condizioni modeste iniziarono anche a utilizzare forme di pagamento dilazionato.

⁴ Pulcini E., *Click tv, come Internet e il Digitale cambieranno la televisione*, Franco Angeli, Milano, 2006, pag. 115.

Gradualmente, ma anche con una velocità senza precedenti, il televisore si è diffuso in modo capillare raggiungendo tutte le case al punto da risultare, al giorno d'oggi, il *medium* più diffuso e più intensamente utilizzato per occupare il tempo libero, con il 92,1% di utenti complessivi, di cui il 27,3% che fruisce anche di quella satellitare e il 13,4% di quella digitale terrestre.⁵

Esso, infatti, è in grado di soddisfare una forbice molto ampia di domande, che spaziano dall'intrattenimento all'informazione, dallo spettacolo alla cultura, dallo sport alla *fiction*.

Il successo della televisione può essere imputato all'altissimo grado di penetrazione e di assiduità nella fruizione, dovuti al fatto di avere una diffusione pressoché universale, sostanzialmente indipendente dalle variabili geografiche.

Il bisogno comune di mezzi di comunicazione affidabili per la copertura di grandi distanze è cresciuto, infatti, parallelamente all'aumento della complessità sociale.

Fino a quando le attività umane rimasero prerogativa di un piccolo gruppo che si muoveva entro spazi limitati o rimaneva fermo in un villaggio, la potenza della voce umana o un uomo capace di coprire di corsa una certa distanza furono mezzi sufficienti per risolvere i problemi di comunicazione. Tuttavia, quando furono inventate organizzazioni sociali complesse per scopi militari, commerciali o di governo, questi gruppi si trovarono ad affrontare continuamente la questione di coordinare le loro attività senza avere un metodo veramente affidabile per trasmettere informazioni velocemente a distanze notevoli.

1.2. La televisione come agenzia di socializzazione

Si può affermare con sicurezza che la televisione svolga sull'*audience* diverse funzioni di tipo sociale.

James Lull distingue gli usi sociali della tv in strutturali e relazionali.⁶

I primi sono a loro volta suddivisi in usi strutturali ambientali (che si caratterizzano dalla creazione di un flusso di rumore di fondo, che garantisce una fonte di divertimento per la famiglia) e usi strutturali

⁵ XXXXI *Rapporto Annuale del Censis*, estratto riportato su <http://www.webmasterpoint.org>.

⁶ Lull J., *In famiglia, davanti alla TV*, Meltemi, Roma, 2003, pag. 65.

regolativi (caratterizzati dalla strutturazione della giornata e delle attività della famiglia in funzione degli appuntamenti televisivi e dall'incidenza sui modelli di conversazione).

Gli usi relazionali della televisione, in altre parole i modi attraverso quali i membri dell'*audience* usano la televisione per creare accordi pratici sociali, si distinguono in quattro tipi: il primo uso consiste nel facilitare la comunicazione; il secondo nel creare un maggiore senso di appartenenza a chi guarda la tv, in modo da facilitarne anche le relazioni interpersonali; il terzo fa riferimento al suo essere un mezzo di apprendimento sociale per moltissimi aspetti della vita quotidiana; il quarto, infine, permette di dimostrare competenze e di attuare forme di dominio attraverso le modalità prescelte di ricoprire certi ruoli all'interno della famiglia.

I *mass media* dunque, e tra essi la tv in particolar modo, rappresentano una delle agenzie di socializzazione più influente nella vita delle persone, preceduta solamente dalla famiglia e dalla scuola. Essi, svolgono una funzione di primo piano "nel costruire le rappresentazioni e i ruoli degli appartenenti di una determinata società, veicolando modelli di comportamento e valori di riferimento".⁷

Che cosa significa l'espressione 'agenzia di socializzazione'?

Col termine socializzazione intendiamo l'apprendimento di valori, norme, modelli culturali da parte dei membri di una collettività, che non solo vengono conosciuti, ma anche interiorizzati, così che la maggior parte dei desideri, delle aspettative e dei bisogni vi si conformano e gli individui percepiscono come "naturale" adottare certe scelte piuttosto che altre.

Un tempo i due tradizionali enti di socializzazione erano, come detto in precedenza, la famiglia e la scuola, ma nella nostra società non si può ignorare l'importanza sempre maggiore che acquisiscono le comunicazioni di massa nella costruzione di rapporti sociali tra le varie generazioni.

La socializzazione prodotta dai *media* agisce su due livelli: da un lato essi sono un potente mezzo di *socializzazione primaria*, in quanto forniscono ai bambini una serie di valori, ruoli, atteggiamenti, competenze e modelli precedentemente forniti esclusivamente dalla

⁷ Parola A. (a cura di), *Le trappole del verosimile. TV dei ragazzi e qualità: analisi e proposte*, Franco Angeli, Milano, 2009, pag. 50.

famiglia, dalla comunità o dalla scuola, ponendosi dunque come degli agenti paralleli di socializzazione.

Dall'altro lato essi svolgono una funzione di *socializzazione secondaria*, poiché forniscono informazioni e intrattenimento attraverso i quali le persone accrescono la propria consapevolezza sulla realtà sociale e allargano la sfera delle proprie conoscenze.

A questo processo si sviluppa parallelamente quello d'inculturazione, che consente di fare un ulteriore passo in avanti, assimilando la "cultura del gruppo di appartenenza durante il processo di socializzazione dell'individuo".⁸

Al suo arrivo nel nostro paese, il televisore si è dovuto scontrare con la ritrosia e l'ostilità dimostrate dagli intellettuali e dai pensatori dell'epoca, che hanno esercitato una forte resistenza verso il nuovo mezzo, circondato da un clima di sfiducia e di pessimismo.

Pier Paolo Pasolini fu uno dei primi a rendersi conto dei reali effetti del piccolo schermo sugli spettatori, intuendo i cambiamenti sociali e culturali prodotti dalla massificazione televisiva. Si accorse che "tutti i giovani di borgata avevano iniziato a vestire, comportarsi, pensare in modo analogo. Se prima di allora si poteva distinguere un proletario da un borghese, oppure un comunista da un fascista, già agli inizi degli anni Settanta ciò non era più possibile in quanto l'omologazione sociale in Italia si stava allargando a macchia d'olio".⁹

Pasolini chiamò questi fenomeni *mutazione antropologica*, prendendo a prestito il termine dalla biologia. In biologia la mutazione genetica è determinata prima dalla variazione e poi dalla fissazione. Nel caso della "*mutazione antropologica*" la variazione delle mode e dei desideri della collettività è decisa prima nei consigli d'amministrazione delle reti televisive nazionali e poi viene fissata nelle menti dei telespettatori tramite messaggi subliminali e pubblicità.

Scrive ancora Beniamino Placido in un articolo pubblicato su "la Repubblica" il 13 maggio 1989: "Quando la televisione arrivò e si affermò, mi ammalai della stessa malattia contagiosa di cui si ammalarono tutti quelli come me, allora: il misoneismo. Ovvero: l'odio, la diffidenza per le cose nuove. Una epidemia che si ripresenta, puntualissima, ad ogni nuova invenzione, nella comunicazione di

⁸ *Ibidem*, pag. 50.

⁹ Amato N., *TV e cambiamenti sociali. Come cambiano gli utenti*, www.ilcomunicare.it/Media/televisione/Tv.htm, 2007.

massa. [...] Si dice che l'invenzione di prima, quella sì che era buona e propizia allo spirito. Mentre l'ultima invenzione, per esempio la televisione, porterà con sé la fine del mondo".¹⁰

Educare e non intrattenere era il primo obiettivo da raggiungere. In Italia, questa strada fu intrapresa dalla RAI, la società concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo italiano.

Lo scenario che si aveva di fronte al termine del secondo conflitto mondiale, vedeva un paese ancora agricolo, analfabeta e in condizioni economiche disastrose. Si cercò dunque di sfruttare la comunicazione all'interno di un più ampio progetto pedagogico. Fu la televisione a unificare l'intera nazione sotto una lingua comune, ricoprendo il ruolo di principale agente di socializzazione e di democratizzazione.

Infatti, "la televisione s'inserì in quel percorso di rinnovamento e di ristrutturazione di una società che stava passando dalla condizione agricola a quella industriale e promosse un processo di 'unificazione culturale', innanzitutto nel linguaggio parlato. Un ligure con un siciliano non si capivano: avevano bisogno di un interprete se erano persone non dotate di cultura o di un livello di scolarizzazione superiore (scuola media o università). All'incirca in dieci anni, dal 1954 al 1964, la TV fornì agli italiani i mezzi per parlare tutti la stessa lingua".¹¹

Celeberrima è la trasmissione del 1960 *Non è mai troppo tardi*, un programma d'insegnamento elementare condotto dal maestro Alberto Manzi e che, è stato stimato, avrebbe aiutato quasi un milione e mezzo di adulti a conseguire la licenza elementare¹².

In *Storia della televisione italiana*, Aldo Grasso e Umberto Eco paragonano l'avvento del nuovo apparecchio alla *Divina Commedia* di Dante Alighieri e alla spedizione dei Mille guidata da Giuseppe Garibaldi. Infatti, così come Dante aveva contribuito a diffondere una

¹⁰ Placido B., *Lo confesso, Vostro Onore, la guardo e ne godo*, in la Repubblica, 13 maggio 1989. L'estratto dell'articolo è contenuto all'interno dell'introduzione di Grasso A., *Storia della televisione italiana*, Garzanti, Milano, 1992, pagg. 16-17.

¹¹ Bernabei E., *La nascita della televisione tra informazione e spettacolo*, in Morcellini M. (a cura di), *Società e industria culturale in Italia*, Meltemi, Roma, 1998, pag. 129.

¹² Per celebrare la figura del Maestro Manzi, l'Assemblea legislativa e la Giunta della Regione Emilia-Romagna, insieme al Ministero dell'Istruzione, dell'Università e Ricerca, al Dipartimento di Scienze dell'educazione dell'Università degli Studi di Bologna e la Rai, hanno dato vita al Centro Alberto Manzi, che ha lo scopo di valorizzare e far conoscere il suo lavoro, in veste di educatore, scrittore e autore di programmi radio-televisivi. www.centroalbertomanzi.it.

lingua unitaria, comprensibile a tutti, in sostituzione del latino e Garibaldi aveva dato all'Italia quell'unità politica e strutturale vanamente inseguita per diversi secoli, allo stesso modo, la televisione ha unificato linguisticamente la penisola, là dove non vi era riuscita la scuola. Certo non l'ha unificata con la lingua di Dante, bensì con quella di Mike Bongiorno, del Festival di Sanremo e del telegiornale.¹³

Il caso italiano conferma la sostanziale correttezza dell'ipotesi di Gerbner sul rapporto tra sistema televisivo e realtà. Questa, meglio conosciuta come "teoria della coltivazione" a causa del carattere graduale e cumulativo che presenta, afferma che la televisione dell'era pedagogica ha prodotto un'enorme anticipazione cognitiva, una vera e propria coltivazione di modelli socio-culturali, rivelandosi capace di costruire la realtà sociale dei suoi spettatori, tutti fundamentalmente poco competenti rispetto al mezzo e alle dinamiche comunicative che sono istituite.¹⁴ Attraverso un processo suddivisibile in diverse fasi, la televisione "coltiva immagini del reale, produce acculturazione e sedimenta sistemi di credenze, rappresentazioni mentali e atteggiamenti".¹⁵ Quindi, il pubblico sarebbe portato ad adottare opinioni e immagini della realtà conformi alla visione che ne hanno tramite i *mass media*.

Vediamo ora quali sono gli effetti che il mezzo televisivo produce sui telespettatori più piccoli.

1.3. Una finestra per guardare il mondo

Abbiamo precedentemente affermato come i mezzi di comunicazione di massa dispongano della capacità di rivolgersi a molteplici individui, alle masse appunto, e di mediare la realtà che in essi viene rappresentata o la società stessa in cui viviamo.

Quali sono i motivi per cui i *mass media* svolgono un ruolo tanto importante?

Un primo motivo può essere ricondotto al fatto che i bambini ma, soprattutto, i ragazzi trascorrono il loro tempo libero in compagnia

¹³ Grasso A., *Storia della televisione italiana*, Garzanti, Milano, 1992, pag. 22.

¹⁴ Wolf M., *Gli effetti sociali dei media*, Milano, Bompiani, 2000, pag. 97.

¹⁵ *Ibidem*, pag. 100.

della televisione piuttosto che con i genitori, gli amici o le altre agenzie di socializzazione come, ad esempio, la scuola.

Un secondo motivo può essere invece addotto alle caratteristiche intrinseche dei mezzi di comunicazione di massa. “Si definisce *medium* il mezzo che si interpone tra persone in comunicazione [...]. E la comunicazione ‘uno-molti’ è uno dei requisiti indispensabili per la socializzazione: pertanto i minori acquisiscono quotidianamente informazioni non direttamente da figure significative del loro ambiente di vita, bensì dai media”.¹⁶

Infine, una terza ragione è legata alle ricadute socio-economiche che sottostanno all’industria mediale.

Alla luce del forte impatto esercitato sulle capacità critiche dei telespettatori più giovani, si può osservare come attraverso la fruizione di contenuti mediali, i minori possano essere influenzati in maniera determinante nella costruzione della propria identità. La televisione, infatti, presenta una grande varietà di personaggi che, soprattutto nel periodo adolescenziale, possono essere presi a esempio e diventare veri e propri modelli da imitare, veicolando specifici valori e determinati stili di vita che contribuiscono a plasmare la loro personalità futura. Questo avviene poiché i giovani tendono a mescolare i diversi schemi comportamentali presentati dalle varie agenzie di socializzazione e a fare propri quelli che più ricorrono nella loro quotidianità e che sentono più vicini al loro modo di essere e di pensare.

“Vi è quindi una proposta da parte dei *mass media* e una possibile appropriazione di tale proposta da parte dell’adolescente. Ovviamente tanto più l’adolescente utilizza i *mass media* come fonte di sapere, di intrattenimento, di luogo di interazione, tanto più è possibile che tale appropriazione si realizzi”.¹⁷

Le variabili che interagiscono con la fruizione del messaggio televisivo da parte dei bambini sono due. Da una parte abbiamo le variabili soggettive, cioè quelle che si riferiscono alle caratteristiche del telespettatore come, ad esempio, l’età, la situazione socio-culturale di appartenenza, il quoziente intellettivo, l’esperienza televisiva pregressa. Dall’altra parte, invece, le variabili oggettive sono strettamente legate ai contenuti e alle tecniche televisive che vengono

¹⁶ Parola A., *op. cit.*, pag. 53.

¹⁷ *Ibidem*, pag. 57.

utilizzate, soprattutto se particolarmente in grado di coinvolgere lo spettatore da un punto di vista emotivo.

Altre variabili poi si aggiungono a queste e riguardano il contesto familiare all'interno del quale avviene la fruizione. La posizione dell'apparecchio all'interno della casa, le regole, le modalità e i tempi di utilizzo, i programmi o la mediazione della famiglia possono influenzare e modificare notevolmente il rapporto tra il bambino e la tv, nel processo di mediazione e costruzione della realtà.

Dunque, i bambini guardano la televisione come se fossero affacciati a un'enorme finestra e cercano di capire attraverso di essa la realtà che li circonda. Una realtà fatta di situazioni, personaggi e vicende che racchiudono una grande potenzialità cognitiva e relazionale ma anche, a volte, molto pericolosa.

Quali sono, nello specifico, queste potenzialità e questi pericoli?

1.3.1. Una nuova *baby sitter*

Uno dei maggiori pericoli derivanti dall'utilizzo della televisione da parte dei minori è legato alla sovraesposizione.

“Per molti bambini è l'amico con il quale giocare, i genitori la considerano una comoda *baby sitter* [...]: la televisione rende infantili gli adulti e precocemente adulti i bambini”.¹⁸

Un'affermazione preoccupante se si considera che in Italia i ragazzi passano davanti a essa 2,24 ore al giorno¹⁹, mentre negli Stati Uniti ogni bambino vede 4.000 ore di tv l'anno, ovvero oltre 40.000 spot, riuscendo a ricordare, prima ancora di cominciare le elementari, il nome di duecento marche.²⁰

Nel nostro paese la televisione è il *medium* maggiormente utilizzato da bambini e adolescenti. Solamente il 4% dei bambini e il 3,1% degli

¹⁸ Trombetti C., *La TV: buona baby sitter o cattiva maestra?*, in *inSalute*, periodico d'informazione de la Provincia di Como e Lecco, febbraio 2004, pagg. 2-3, www.emedeia.it/editoria/medea_informa/insalute/insalute_febbraio_2004.html.

¹⁹ Arcidiacono E., La Pietra L., Turroni M., *Una Tv formato Internet*, in *Famiglia Cristiana*, agosto 2010, pag. 37.

²⁰ Mismetti Capua C., *Arriva la tv per neonati, farà da baby sitter*, in *la Repubblica*, 13 maggio 2006, www.repubblica.it/2006/05/sezioni/cronaca/tv-neonati/tv-neonati/tv-neonati.html.

adolescenti non la guardano mai, a fronte dell'8,1% e del 9,1% che la guardano per più di quattro ore al giorno.²¹

Le trasmissioni televisive presentavano inizialmente un carattere pedagogico e mostravano la volontà di educare il pubblico di giovani telespettatori.

La più nota iniziativa al fine di utilizzare la televisione come strumento nell'interesse del bambino risale alla fine degli anni Sessanta e ha luogo negli Stati Uniti. Nel 1969, infatti, fu creato il *Children's Television Workshop*, un ente che diede vita alla serie televisiva *Sesame Street*, il quale perseguiva l'obiettivo di insegnare a leggere ai bambini in età prescolare. Il tutto era fondato su un lavoro d'*equipe* e, nonostante le sue buone intenzioni, suscitò un lungo strascico di polemiche, soprattutto in quei paesi che, a differenza degli Stati Uniti, non volevano considerare i bambini come prodotti commerciali. Tuttavia, questo programma può vantare numerosi tentativi d'imitazione, in quasi tutti i paesi europei.

Un altro fattore che incide sul tempo che i bambini passano seduti davanti al televisore riguarda la scomparsa della famiglia patriarcale, la quale è stata sostituita dalla famiglia moderna, composta nella maggior parte da padre, madre e figlio. In questi casi, è proprio la televisione a fare compagnia ai bambini, dato che le madri dedicano gran parte del loro tempo ad attività lavorative.

Oramai, anche le campagne promozionali sono pensate e ritagliate in funzione di un'*audience* per lo più infantile, in quanto "oltre il 60% dei genitori chiede ai figli consigli per l'acquisto d'un cellulare, e il 30% per l'auto".²² Come a dire che "l'enorme potere di cui gode la televisione sia sottoposto unicamente al controllo delle logiche economiche e commerciali [...]. La rappresentazione del mondo che viene offerta a un bambino non ha finalità educative, ma solo commerciali, quindi utilizza i codici emotivi unicamente per catturare l'attenzione dello spettatore, con una finalità ben diversa da quella di insegnare a regolare i propri comportamenti. [...] I tempi veloci sono dettati dall'esigenza di tenere il maggior numero di telespettatori incollati davanti al piccolo schermo [...]".²³

²¹ Eurispes, Telefono Azzurro, *10° Rapporto Nazionale sulla Condizione dell'Infanzia e dell'Adolescenza*, Eurilink, Roma, 2009, pag. 651 e pag. 780.

²² *Ibidem*, pag. 780.

²³ Trombetti C., *op. cit.*, pag. 2.

Un problema, questo, che può essere arginato in minima parte educando per primi gli adulti. “Siamo noi i primi a cadere nella trappola e a prendere sul serio tutto quello che dice la tivù [...]. Sono i genitori a doversi meritare l’amore dei propri bimbi anche aiutandoli con pazienza e affetto a imparare il linguaggio della tivù, per aprirsi, con misurato disincanto, al mondo quotidiano dove le fiabe sono molto più rare”.²⁴ E poi, successivamente, anche i bambini.

Anche a livello scolastico, secondo Caprettini, sarebbe opportuno inserire all’interno dei programmi didattici una vera e propria educazione ai *media*, in modo tale da poter studiare, capire e apprendere i linguaggi, le forme e le espressioni del mezzo televisivo. La formazione di un proprio bagaglio di conoscenze tecniche è indispensabile al fine di farne un uso più critico e responsabile, di modo che la televisione diventi una fonte di aggregazione e di socializzazione familiare e non uno strumento da demonizzare.

1.3.2. Una Tv troppo violenta?

Un altro grave problema causato dalla televisione moderna consiste nella violenza che continuamente propone ai bambini. Una delle più celebri analisi sugli effetti della tv sugli spettatori è stata elaborata da Karl Popper, in *Cattiva maestra televisione*. L’autore, analizzando i contenuti dei programmi, sostiene che un’eccessiva esposizione al mezzo televisivo, possa contribuire a un incremento della violenza nella società e in particolare tra i giovani. A sostegno della sua tesi, Popper individua alcuni degli effetti che la continua fruizione di spettacoli violenti rischia di causare in una mente ancora in fase di formazione come quella del bambino:

1. *una difficoltà costante a tenere separata la realtà dalla finzione poiché spesso non è presente nessun adulto che affianchi e spieghi ai bambini ciò che stanno vedendo;*
2. *la disumanizzazione orientata sul soggetto: di fronte a dosi molto elevate di violenza potrebbe causare nel bambino una mancanza di comprensione della sofferenza delle persone;*

²⁴ Caprettini G. P., *Tutta colpa della tivù. I vizi (e le virtù) della nostra, quotidiana «piazza universale»*, Donzelli editore, Roma, 2004, pagg. 107-108.

3. *la disumanizzazione orientata sull'oggetto: il bambino potrebbe iniziare a pensare che le altre persone siano in fondo paragonabili ad oggetti, portandolo a pensare che siano cose piuttosto che esseri umani;*
4. *conseguentemente ai primi tre punti una televisione troppo violenta potrebbe scatenare nel tempo reazioni aggressive.*²⁵

Il fatto che il mezzo televisivo veicoli una quantità eccessiva di contenuti violenti viene rilevato anche dall'Osservatorio sui diritti dei minori, secondo il quale “un bambino assiste mediamente in un giorno a dieci casi di violenza televisiva, tre dei quali si concludono con la morte. Sangue, botte, cadaveri sono disseminati ovunque e colpiscono profondamente l'attenzione e l'inconscio dei più piccoli che passano davanti allo schermo troppo tempo”.²⁶

Secondo l'indagine condotta da Eurispes e Telefono Azzurro, contenuti potenzialmente disturbanti per la sensibilità dei piccoli spettatori sono presenti anche all'interno della fascia protetta, cioè quella che va dalle 16:00 alle 19:00. Tra le situazioni considerate più fastidiose da vedere in tv abbiamo le scene di sesso e/o nudo presenti in film e telefilm (62,5%), seguite da immagini di guerra e/o morte nei telegiornali (60,7%), da scene di violenza (57%) e dalle volgarità e parolacce (56,4%). Una percentuale molto elevata si dice infastidita anche per le scene in cui persone raccontano fatti intimi e privati (52,9%), mentre i litigi si trovano all'ultimo posto (42,8%).²⁷ Il fatto che i bambini provino maggior fastidio e imbarazzo di fronte a scene di sesso o di nudismo, può essere spiegato dal fatto che sin da piccolissimi essi siano già in un qualche modo assuefatti alla violenza, mentre situazioni legate alla sfera sessuale urtano il loro senso del pudore.

Discorso diverso deve invece essere fatto per gli adolescenti. Pochissimi tra loro sono infastiditi da scene di violenza (29,2%) o di nudo (26,9%). Il racconto di fatti intimi e privati è al contrario l'aspetto che colpisce di più la sensibilità dei ragazzi (51,3%) precedendo le liti e le immagini di guerra e/o morte (entrambe al 46%).²⁸ Questo dimostra che, crescendo, gli adolescenti si abituan

²⁵ Popper K., *Cattiva maestra televisione*, Marsilio Editori, Venezia, 2002, pagg. 69-80.

²⁶ Barbaglia P., *Una tv da brividi*, in Presenza dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, giugno-luglio 2003, n. 6, pagg. 2-7.

²⁷ Eurispes, Telefono Azzurro, *op. cit.*, pag. 660.

²⁸ *Ibidem*, pag. 787.

alla violenza, riuscendo a entrare in contatto con essa senza particolari reazioni di fastidio.

CAPITOLO II DALLA CARTA DI TREVISO AL CODICE DI AUTOREGOLAMENTAZIONE TV E MINORI

2.1. Premessa

Giunti a questo punto della nostra riflessione, è opportuno interrogarsi sulle regole che tutelano il pubblico dei minori e sulle condizioni che promuovono una programmazione di qualità a loro rivolta.

Parola, infatti, si chiede: “Ma quale tv fa bene ai bambini? Dalla legislazione corrente in materia di qualità possiamo desumere numerose definizioni in negativo ma non si propongono criteri per fare un buon programma”.²⁹

Esistono quindi due approcci al problema, tra loro complementari: “quello della tutela negativa e quello della promozione. Il primo mira soprattutto a definire l’ambito di ciò che è vietato, il secondo a indicare una serie di interventi che dovrebbero essere messi in atto a favore del pubblico minorile”.³⁰ Nel nostro sistema televisivo, il primo approccio è quello maggiormente seguito, come si evince dai palinsesti televisivi, soprattutto delle emittenti private, i quali presentano una scarsa o addirittura nulla programmazione pensata appositamente per bambini e ragazzi.

Alla luce di questa osservazione, è necessario segnalare la compresenza di un principio di regolamentazione, espresso da Leggi dello Stato, che impone determinati comportamenti alle emittenti e un orientamento verso l’autoregolamentazione, sviluppato dai soggetti che sono direttamente responsabili.

Dal punto di vista normativo, il principio di regolamentazione presenta sostanzialmente un carattere negativo e generale.

“Gli strumenti a tutela negativa sono molto generici, e pongono un serio problema di definizioni e interpretazioni utili a individuare limiti e confini [...]. Quando, al contrario, sono molto specifici, sono utili come retini per farfalle a chi va a caccia di elefanti: permettono di

²⁹ Parola A., *op. cit.*, pag. 51.

³⁰ Aroldi P., *La TV risorsa educativa. Uno sguardo familiare sulla televisione*, Edizioni San Paolo, Milano, 2004, pagg. 59-60.

riconoscere singole e puntuali violazioni ma, spesso, non riescono a incidere sulla prassi di programmazione di un intero genere televisivo o di una emittente”³¹.

Il tentativo di conciliare regolamentazione e promozione dei diritti dei minori in ambito televisivo è rappresentato da strumenti come la Carta di Treviso e il Codice di autoregolamentazione Tv e Minori. La prima costituisce un fondamentale documento deontologico che vincola tutti gli operatori dell’informazione al rispetto della dignità e della *privacy* del minore coinvolto in fatti di cronaca. Il secondo disciplina differenti aspetti della programmazione televisiva, tra i quali la partecipazione dei minori alle trasmissioni, la pubblicità, i contenuti del palinsesto (in particolare all’interno della “fascia protetta”). Entrambi sanciscono il principio del minore come cittadino con diritti riconosciuti, che necessita di specifiche tutele per uno sviluppo equilibrato, e hanno contribuito ad incrementare la consapevolezza e la sensibilità dei professionisti in ambito televisivo.

2.2. La tutela dei minori nel mondo dell’informazione: la Carta di Treviso

La Carta di Treviso è un protocollo d’intesa, varato nel 1990 dall’Ordine dei Giornalisti e da FNSI, promosso tra gli altri da Telefono Azzurro e da Enti ed Istituzioni della Città di Treviso. Si tratta di un documento deontologico di autoregolamentazione, che stabilisce i principi etici e i comportamenti corretti che i professionisti dell’informazione devono rispettare nello svolgimento della propria attività, al fine di proteggere i diritti dei minori, in particolare quando vengono trattate notizie che li riguardano.

La Carta nacque in seguito ad alcuni fatti di cronaca dei primi anni Novanta, che coinvolgevano bambini e suscitavano scalpore a livello nazionale, generando un ampio dibattito riguardo alla tutela dell’infanzia nell’ambito dell’informazione. In seguito, i principi stabiliti dalla Carta vennero ribaditi e rafforzati attraverso le direttive contenute nel Vademecum 1995. La stesura definitiva risale al 2006, quando, alla luce dei cambiamenti apportati dai nuovi media nel panorama dell’informazione e “degli scenari culturali e sociali

³¹ *Ibidem*, pag. 71.

dell'Europa unita"³², si provvede ad integrare la Carta con un aggiornamento che, pur mantenendo validi gli stessi principi, adottava un lessico più adatto alla realtà contemporanea.

Oltre che dalla Costituzione italiana e dalle Convenzioni europee sottoscritte in materia di tutela dei minori, la Carta di Treviso trae ispirazione soprattutto dalla Convenzione ONU del 1989 sui diritti del bambino, assumendone i principi a garanzia della riservatezza e "dell'**armonico sviluppo** delle personalità."³³ Il bambino viene concepito come un cittadino con diritti riconosciuti e inviolabili, ma anche come soggetto vulnerabile che, in quanto tale, va protetto da contenuti che possono nuocere al suo benessere e, al tempo stesso, va stimolato nell'acquisizione di senso critico.

Uno dei principi cardine della Carta di Treviso consiste nella limitazione del diritto di cronaca, qualora vada a ledere i diritti e la dignità del minore, la cui tutela assume una rilevanza prioritaria.

In particolare, gli operatori dell'informazione vengono vincolati nell'esercizio della loro professione ad una serie di disposizioni, che prevedono in primo luogo la garanzia dell'**anonimato** del minore, nel caso che sia coinvolto in fatti di cronaca, come autore, vittima o testimone. Si fa riferimento a episodi di pedofilia, abusi e altri reati in generale, ma anche a fatti senza rilevanza penale ma con forti implicazioni per l'equilibrio psico-fisico, come suicidi, casi di affidamento ed adozione, figli con genitori in carcere.

E' vietata la pubblicazione di tutti gli elementi che possono permettere l'identificazione del minore, come le generalità dei genitori, l'indirizzo di casa o la scuola frequentata, foto, immagini, messaggi. La divulgazione di dati personali e di immagini è consentita nel caso avvenga nell'interesse del bambino (ad esempio nel caso di sparizioni o rapimenti), ma tenendo conto del parere e dell'assenso di genitori ed autorità competenti.

Le norme disposte dalla Carta di Treviso sono inoltre indirizzate a proteggere i minori da eventuali **strumentalizzazioni** della loro immagine da parte degli adulti e ad evitare "sensazionalismi e qualsiasi forma di speculazione."³⁴ E' un aspetto che tocca sia il trattamento di notizie che riguardano i minori, sia la partecipazione

³² Premessa alla Carta di Treviso (www.odg.it/content/minori).

³³ Carta di Treviso (www.odg.it/content/minori).

³⁴ *Ibidem*, art. 4.

degli stessi a programmi o interviste lesivi del loro benessere ed equilibrato sviluppo.

Tutti i dispositivi previsti dalla Carta vincolano non solo gli operatori della carta stampata o della tv, ma si applicano a forme di giornalismo legate alla rete o ad altre tecnologie, tenendo conto del carattere pervasivo dei nuovi mezzi di comunicazione, che offrono la possibilità di amplificare in modo esponenziale l'accessibilità, la diffusione e la permanenza nel tempo delle informazioni.

Il forte valore educativo della Carta risiede nel fatto che giornalisti e direttori non vengono solo sottoposti ad una serie di regole restrittive e di divieti, ma vengono **responsabilizzati** in quanto protagonisti di un processo di sviluppo della cultura dell'informazione, basata sul dialogo coi lettori, e, nel caso di notizie che riguardano i minori, su elementi essenziali come il controllo delle fonti, il contributo di esperti, la predilezione di servizi firmati. L'intento è quello di "assicurare un approccio al problema dell'infanzia che non si limiti all'eccezionalità dei casi che fanno clamore, ma che approfondisca – con inchieste, speciali, dibattiti – la condizione del minore e le sue difficoltà, nella quotidianità."³⁵

L'avvento della Carta di Treviso ha costituito senza dubbio un passo decisivo nella tutela dei diritti dell'infanzia, contribuendo in maniera essenziale allo sviluppo di una maggiore sensibilità da parte dei professionisti dell'informazione e ad una diminuzione progressiva dei casi di gravi violazioni.

Alcuni recenti fatti di cronaca hanno dimostrato tuttavia che la spettacolarizzazione della sofferenza è una tendenza tutt'altro che sopita, così come l'enfatizzazione esasperata di storie drammatiche che riguardano bambini e adolescenti. L'alta notiziabilità ottenuta da queste vicende e l'accanimento anche nei dettagli più morbosi o indiscreti testimoniano la necessità di mettere in atto ulteriori azioni di sensibilizzazione e confronto sui principi previsti dalla Carta.

³⁵ *Ibidem*, art. 4.

2.3. Bollino verde e fascia protetta per un palinsesto a misura di bambino: il Codice di autoregolamentazione Tv e Minori

La legge n. 223 del 6 agosto 1990, conosciuta come Legge Mammi, disciplina il sistema radiotelevisivo e vuole proteggere i minori, indicando vari divieti per questo pubblico: pornografia, incitamento all'odio, all'intolleranza, al razzismo, all'uso della violenza. L'articolo 15, comma 10 vieta "la trasmissione di programmi che possano nuocere allo sviluppo psichico o morale dei minori che contengono scene di violenza gratuita o pornografiche, che inducano ad atteggiamenti di intolleranza basati su differenze di razza sesso, religione o nazionalità".³⁶ Da qui si evince il principio fondamentale della corresponsabilità dell'emittente nei confronti dello sviluppo della personalità dei piccoli telespettatori. Principio ripreso e ribadito successivamente dalla normativa europea, recepita in parte dalla Legge n. 249 del 31 luglio 1997 (Legge Maccanico), che "introduce nel nostro ordinamento alcune norme relative alla limitazione della pubblicità, ma trascura altri aspetti più significativi, come l'adozione di un sistema di segnalazione al pubblico dei programmi inadatti alla visione dei minori e la loro collocazione in fasce orarie particolari".³⁷

Il «Codice di regolamentazione convenzionale dei principi, delle norme e delle regole cui si attengono le televisioni commerciali ai fini di assicurare il rispetto dei diritti e delle esigenze di un armonioso sviluppo dei telespettatori in età evolutiva» risale al maggio del 1993. In questa occasione viene introdotto il concetto di fascia oraria protetta, ovvero quella compresa tra le 16:00 e le 19:00. La cosiddetta segnaletica, invece, è del gennaio del 1994 e consiste nell'accompagnamento di ogni programma di *fiction* con un segnale visivo che permetta l'immediato riconoscimento di quelli adatti a tutti, di quelli che richiedono la presenza di adulti e di quelli la cui visione da parte di minori è sconsigliata in modo assoluto.

Tutte queste iniziative confluiscono, nel novembre del 2002, nel Codice di autoregolamentazione Tv e Minori, "che costituisce il punto di riferimento più recente per l'intero sistema dell'autoregolamentazione".³⁸

³⁶ http://www.urpcomunicazioni.it/normativa/radiotv/rtv_223_1990.htm.

³⁷ Aroldi. P., *op. cit.*, pagg. 62-63.

³⁸ *Ibidem*, pag. 68.

Esso si basa su alcuni principi fondamentali:

- a) *che l'utenza televisiva è costituita [...] anche da minori;*
- b) *che il bisogno del minore a uno sviluppo regolare e compiuto è un diritto riconosciuto dall'ordinamento giuridico nazionale e internazionale [...];*
- c) *che la funzione educativa, che compete innanzitutto alla famiglia, deve essere agevolata dalla televisione [...];*
- d) *che il minore è un cittadino soggetto di diritti [...].*³⁹

Il Codice, il cui primo principio è quello di “migliorare ed elevare la qualità delle trasmissioni televisive destinate ai minori”,⁴⁰ può essere interpretato come un “segnale di una pubblica assunzione di responsabilità da parte dell'intero sistema televisivo”.⁴¹

Ha l'obiettivo, secondo la volontà delle emittenti private, nazionali e locali, di affiancare le famiglie e il pubblico più giovane durante la fruizione, da un lato per educare a un uso corretto e consapevole del mezzo televisivo mentre, dall'altro per sensibilizzare i fornitori di contenuti alle esigenze stesse dei minori. Recepito dalla legge di sistema 112/04 a sua volta trasferita nel Decreto Legislativo 177/05 (il cosiddetto Testo Unico della Radiotelevisione) modificato dal Decreto Legislativo 15 marzo 2010, n. 44, il Codice ha assunto natura vincolante per tutte le emittenti, a prescindere che esse lo abbiano sottoscritto o meno.

Per far sì che il Codice venga rispettato e che tutte le disposizioni in esso contenute siano applicate da tutte le emittenti, è stato istituito il Comitato per l'applicazione del Codice di autoregolamentazione Media e Minori, uno dei pochi casi di controllo che ha avuto origine da un sistema autoregolamentato, successivamente affiancato da una co-regolamentazione legislativa statale.

Si compone di quindici membri effettivi, in rappresentanza delle Emittenti che hanno sottoscritto il Codice, delle Istituzioni e degli utenti. Tra essi, viene nominato un Presidente, che è a sua volta coadiuvato da due vice-presidenti. Il Comitato è attualmente presieduto da Franco Mugerli⁴².

³⁹ *Codice di autoregolamentazione Tv e minori*, emanato il 29 novembre 2002 dal Ministero per le Telecomunicazioni.

⁴⁰ *Codice di Autoregolamentazione Tv e minori*.

⁴¹ Aroldi P., *op. cit.*, pag. 68.

⁴² http://www.comunicazioni.it/tutela_minori/comitato_media_e_minori.

L'articolo 6.2 del Codice disciplina i poteri e le competenze del Comitato disponendo che, “d’ufficio o su denuncia dei soggetti interessati, verifica, con le modalità stabilite nel regolamento le violazioni del presente Codice. Qualora accerti la violazione del Codice adotta una risoluzione motivata e determinata, tenuto conto della gravità dell’illecito, del comportamento pregresso dell’emittente, dell’ambito di diffusione del programma e della dimensione dell’impresa, le modalità con le quali ne debba essere data notizia.”⁴³

Il Comitato, nel caso in cui esistano le condizioni, può inoltre decidere di modificare o addirittura sospendere il programma o i programmi.

Le sue delibere, accompagnate da una descrizione dettagliata in caso di violazione, sono successivamente trasferite per conoscenza all’AGCOM la quale, se lo dovesse ritenere necessario, provvederà a irrogare eventuali sanzioni come il pagamento di una somma in denaro o, addirittura, la sospensione o la revoca della licenza o autorizzazione a trasmettere.

Le volgarità, il mancato rispetto della dignità delle persone e le scene di violenza gratuita in film, *fiction*, *talk* e *reality show*, programmi d’intrattenimento e informazione sono le infrazioni maggiormente rilevate.

A livello locale, analoghe funzioni di controllo e vigilanza sul sistema delle comunicazioni in questo settore sono attribuite al CORECOM Emilia-Romagna istituito con Legge Regionale 1/2001.⁴⁴

Il CORECOM effettua durante il corso dell’anno cicli di monitoraggi a campione per verificare l’eventuale presenza, all’interno dei palinsesti delle reti regionali, di immagini che possano arrecare disturbo ai telespettatori più piccoli.

Grande attenzione è riservata alla cosiddetta “fascia protetta” compresa tra le 16.00 e le 19.00, in cui si presume che i bambini, seduti da soli davanti alla televisione, siano più vulnerabili.

In linea con gli obiettivi dell’AGCOM e del Comitato Media e Minori, che si propongono di mantenere alta l’attenzione sulla qualità dell’informazione rivolta a bambini e ragazzi, il CORECOM promuove la conoscenza del Codice stesso all’interno delle scuole di

⁴³ Codice di Autoregolamentazione Tv e minori.

⁴⁴ Legge Regionale n. 1 del 30 gennaio 2001, “Istituzione, organizzazione e funzionamento del Comitato regionale per le comunicazioni (CORECOM)” e successive modifiche

ogni grado della Regione, svolgendo numerosi laboratori e attività di educazione ai media.⁴⁵

La Legge Regionale 14/2008 affida al Comitato Regionale per le Comunicazioni il compito di promuovere iniziative di formazione e di diffusione dei codici di autoregolamentazione per bambini e ragazzi. Così come previsto dall'articolo 12, denominato *Educazione ai media*:

1. La Regione promuove l'educazione ai media quale fondamentale strumento per lo sviluppo del senso critico, della capacità di analisi dei messaggi e delle strategie comunicative, dell'uso creativo e consapevole delle potenzialità espressive proprie dei diversi soggetti della comunicazione e dei diversi media. A tal fine sostiene iniziative di ricerca e progetti di formazione rivolti alle giovani generazioni riguardanti l'educazione alla comprensione e all'uso dei linguaggi mediali, anche attraverso apposite convenzioni con centri studi, poli specialistici e università.

2. La Regione, attraverso il Comitato regionale per le comunicazioni (CORECOM) e il Garante per l'infanzia e l'adolescenza, promuove iniziative informative, formative, nonché protocolli volti alla diffusione di codici di autoregolamentazione in materia di comunicazione, stampa, trasmissioni radiotelevisive e internet in rapporto alla rappresentazione dei minori e ad iniziative di comunicazione e programmi radiotelevisivi loro rivolti.

3. La Regione e gli enti locali promuovono forme di confronto con il sistema dei mezzi d'informazione al fine di costruire stabili e continuative modalità di raccordo e dialogo per una corretta informazione dell'opinione pubblica sulla condizione e sui diritti dei bambini.

⁴⁵ Tutti i progetti sono consultabili sul sito:
<http://assemblealegislativa.regione.emilia-romagna.it/corecom>.

CAPITOLO III NOTA METODOLOGICA

3.1. Oggetto di studio e obiettivi del monitoraggio

Il rapporto tra i moderni mezzi di comunicazione di massa e i soggetti in età evolutiva ha assunto aspetti sempre più delicati e importanti nella società attuale, in considerazione soprattutto della presenza crescente della televisione nel processo di formazione e di educazione. Le abitudini, l'organizzazione dei momenti della giornata, le stesse relazioni all'interno dei nuclei familiari sono state cambiate in profondità dall'esposizione ai media. Si consideri che citare solo le due ore e mezza al giorno passate mediamente davanti alla televisione da un bambino in età prescolare significa quasi ridurre la portata di tale cambiamento: è stato infatti calcolato che un ragazzo di undici anni ha già visto circa centomila spot pubblicitari⁴⁶, cifra "d'impatto" che smaschera la conseguente influenza su gusti, consumi, scelte alimentari, eccetera, non solo dei minori interessati, bensì dell'intera famiglia.

Permane, naturalmente, una sostanziale differenza tra le agenzie educative propriamente dette (come la famiglia e la scuola) e i soggetti di produzione e di emissione di programmi televisivi i quali, pur non avendo il ruolo, i compiti e la responsabilità di un'agenzia educativa strettamente intesa, tuttavia debbono e non possono non essere consapevoli di generare effetti educativi, di incidere sulla formazione e sull'educazione del telespettatore in età evolutiva, specie per la trasmissione di valori e di modelli di comportamento.

Il confronto con quella che è stata definita "Teoria della Responsabilità sociale dei media"⁴⁷ consente di avvalorare queste affermazioni, senza per questo voler intaccare le esigenze di libera espressione del pensiero o richiamare fantomatiche prassi di censura. Secondo tale approccio, proprietà e operatività dei media sono una forma di bene o responsabilità pubbliche, non solo orientate ai valori di una semplice impresa privata. Si consideri, inoltre, che la nuova valenza che ha assunto il diritto all'informazione valorizza il ruolo del

⁴⁶ Codeluppi V., *Il potere del consumo*, Bollati Boringhieri, Torino, 2003.

⁴⁷ McQuail D., *Sociologia dei media*, Il Mulino, Bologna, 1996.

destinatario dei messaggi, riconosciuto come portatore dell'interesse a ricevere un prodotto informativo rispondente alle caratteristiche di trasparenza, pluralismo, imparzialità e completezza.

Vi è quindi la consapevolezza dell'incidenza dei media sull'esercizio effettivo da parte dei cittadini delle libertà civili, economiche e sociali.

Tale teoria si è espressa ed è stata applicata spesso sotto forma di codici di deontologia professionale giornalistica, declinati a seconda delle consuetudini e delle tradizioni culturali e giuridiche dei vari Paesi, nonché della sensibilità di chi li ha formulati (editori, giornalisti o organismi esterni). Nessuna deontologia professionale è stata possibile finché i determinismi mcluhaniani o adorniani annullavano la libertà del comunicatore in un determinismo mistico o politico. Se, invece, i mass-media sono considerati solo strumenti, utili o nocivi a seconda del loro uso, una fondata deontologia del comunicatore appare possibile.

Nel caso italiano, la maggior parte dei codici si concentra su materie attinenti all'offerta di informazioni attendibili e cerca di evitare travisamenti, occultamenti, preconcetti, sensazionalismi e violazioni della *privacy*. La tutela dei minori è un altro aspetto della responsabilità sociale che si cerca di tutelare attraverso l'accordo di tutti i soggetti portatori di interessi su codici deontologici di autoregolamentazione *ad hoc*. La vigilanza passiva (su segnalazione) e attiva (con apposito monitoraggio) che i Comitati Regionali per le Comunicazioni esercitano a livello locale su delega della Autorità Nazionale costituisce esempio delle necessità di controllo sull'effettivo funzionamento di tali codici.

Come premesso, la Carta di Treviso e il Codice di autoregolamentazione Tv e Minori sono un esempio di strategia e azione condivisa tra più soggetti per garantire un controllo sulla attività dei mezzi di comunicazione di massa, in particolare sulla televisione.

Il monitoraggio "*Il bambino che non c'è: la rappresentazione dei minori nei tg locali*" consente di mostrare quanta attenzione possa circondare l'attività dei media e come una mobilitazione sociale possa "interferire" con le politiche editoriali e di impresa per evocare il rispetto di esigenze culturali ed educative, accettate e fatte proprie poi dalle emittenti.

Questo studio è in linea con l'intensa attività di vigilanza che il CORECOM porta avanti dal 2006.

Gli obiettivi del monitoraggio possono così essere sintetizzati:

- *analizzare la rappresentazione che i telegiornali locali del nostro territorio danno dei minori;*
- *verificare la presenza di eventuali elementi di spettacolarizzazione della notizia attraverso l'utilizzo dell'immagine dei minori;*
- *esaminare il linguaggio giornalistico e gli stili usati nelle notizie che coinvolgono bambini e/o adolescenti, per individuare possibili violazioni rispetto alla Carta di Treviso e del Codice di autoregolamentazione Tv e Minori.*

3.2. Il campione

L'analisi è stata condotta sulle edizioni giorno e sera dei telegiornali trasmessi dal 9 al 18 dicembre 2009 e dal 10 al 19 maggio 2010. Nel primo periodo sono stati analizzati e visionati 100 edizioni di telegiornali, nel secondo periodo 88, per un totale di 188 telegiornali. Per la costruzione dell'universo di riferimento si è optato per il "campione probabilistico": una tipologia di campione che consente di estendere i risultati con un certo livello "di fiducia" (detto anche livello "di confidenza") alla popolazione. All'interno del campione probabilistico si è scelto il criterio di campionamento casuale, ossia una selezione creata da un universo al cui interno ogni singola unità ha la stessa probabilità di un'altra di essere estratta. Con l'ausilio di una tavola casuale dei numeri, e avendo *ex ante* assegnato ad ogni emittente presente nella graduatoria stilata dal CORECOM ai sensi del decreto del Ministero delle Comunicazioni 5 novembre 2004 n. 292 un numero d'ordine, si è proceduto all'estrazione del campione. Sono rientrate 6 emittenti (pari al 25%)⁴⁸, di cui 4 presenti in entrambi i periodi: Nuova Rete, Tele 1, E'TV Rete 7, Telesanterno. I problemi

⁴⁸ Parametro minimo per la costruzione del campione individuato dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni nel Manuale di procedure operative.

tecnici riscontrati, legati alla cattiva ricezione del segnale audio-video, ci hanno obbligato a fare un'ulteriore estrazione casuale. Fanno quindi parte del primo periodo di analisi Teleducato Parma e Teleromagna, del secondo Rai Tre regionale e Telestudio Modena.

3.3. Lo strumento di rilevazione

Visti gli obiettivi dell'indagine e la definizione dell'universo di riferimento, sono state raccolte informazioni rispetto a quattro aree. Quella rappresentata dalle caratteristiche strutturali dell'unità d'analisi: emittente, orario di inizio e di fine, edizione giorno o sera; la copertura tematica della notizia cioè l'ambito entro cui è inserito e l'argomento trattato; in terzo luogo lo stile di trattazione della notizia, del fenomeno o dell'argomento; infine, il tempo di parola, di notizia e di antenna⁴⁹ complessivamente dedicato ai minori.

Per la rilevazione delle aree individuate è stata costruita un'apposita scheda di monitoraggio, che viene allegata nella sua versione definitiva.

La scheda si caratterizza per una parte generale, per la presenza di quattordici domande chiuse (argomento, soggetti della notizia, struttura della notizia, presenza della notizia nel sommario, notizie complessive del Tg, presenza di scene brutali o crude, gerarchia delle notizie⁵⁰, presenza di valori positivi, corrispondenza testo/immagini, discriminazione, episodi di violenza, se sì sono, minori in contesti di conflitti familiari, elementi che identificano i minori,) e una aperta, per una sintetica descrizione della notizia. E' stata, infine, inserita la rilevazione dei tempi.

Sono state complessivamente compilate ed analizzate 259 schede di cui 136 nel mese di dicembre 2009 e 123 nel mese di maggio così distribuite:

⁴⁹ Il tempo di parola è il tempo che il soggetto della notizia parla direttamente in voce; il tempo di notizia è il tempo dedicato dai telegiornali a ciascun soggetto della notizia; il tempo di antenna è quello risultante dalla somma dei due precedenti. Tale distinzione è tratta dalle indicazioni date dal Manuale di procedure operative dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.

⁵⁰ Calabrese O. e Volli U., *I telegiornali. Istruzioni per l'uso*, Editori Laterza, Roma-Bari, 1995.

Tabella 3.3.1. – Schede di rilevazione, I periodo di analisi (9-18 dicembre 2009)

| EMITTENTE | N. EDIZIONI TG MONITORATE | TOT. TEMPO TG MONITORATI | N. SCHEDE COMPILATE | N. NOTIZIE SUI MINORI |
|------------------|--|---|--------------------------------|----------------------------------|
| E'TV Rete 7 | 20 | 6.37.49 | 21 | 8 |
| Nuova Rete | 8 | 2.01.03 | 8 | 3 |
| Tele 1 | 19 | 5.04.32 | 22 | 16 |
| Telesanterno | 17 | 5.39.04 | 19 | 11 |
| Teleducato Parma | 18 | 13.46.23 | 43 | 39 |
| Teleromagna | 18 | 6.20.25 | 23 | 16 |

Tabella 3.3.2. – Schede di rilevazione, II periodo di analisi (10-19 maggio 2010)

| EMITTENTE | N. EDIZIONI TG MONITORATE | TOT. TEMPO TG MONITORATI | N. SCHEDE COMPILATE | N. NOTIZIE SUI MINORI |
|-------------------|--|---|--------------------------------|----------------------------------|
| E'TV Rete 7 | 25 | 8.34.53 | 26 | 8 |
| Nuova Rete | 8 | 1.35.06 | 10 | 7 |
| Tele 1 | 14 | 3.34.40 | 16 | 6 |
| Telesanterno | 17 | 5.49.05 | 25 | 16 |
| Telestudio Modena | 4 | 2.11.26 | 17 | 11 |
| Rai Tre Regionale | 20 | 6.26.17 | 29 | 23 |

La scheda è stata preventivamente testata su un gruppo di telegiornali scelti casualmente; operazione questa che ci ha consentito di portare alcune piccole modifiche nell'impostazione di alcuni *items*.

I dati raccolti sono stati registrati in un foglio elettronico, elaborati con un *software* di calcolo e, infine, sintetizzati in tabelle e grafici.



Regione Emilia-Romagna
Assemblea Legislativa



Ministero per le Comunicazioni
nelle Comunicazioni

IMMAGINE DEI MINORI NEI TG LOCALI DELL'EMILIA ROMAGNA

SCHEDA N. [] [] [] []

Emittente: _____

Testata: _____

Data messa in onda: _____

Edizione: _____

Ora inizio: _____ Fine: _____

Durata complessiva del Tg: _____

CORECOM
Comitato Regionale per le Comunicazioni

| | | | | | | | |
|---|--|---|--|---|--|---|--|
| 1 Argomento <input type="checkbox"/> 1 microcriminalità <input type="checkbox"/> 2 criminalità organizzata <input type="checkbox"/> 3 eventi culturali <input type="checkbox"/> 4 alcol e droga <input type="checkbox"/> 5 religione <input type="checkbox"/> 6 reati su minori <input type="checkbox"/> 7 violenza sulle donne <input type="checkbox"/> 8 lavoro minorile <input type="checkbox"/> 9 disagio sociale <input type="checkbox"/> 10 immigrazione <input type="checkbox"/> 11 scuola/educazione <input type="checkbox"/> 12 discriminazione/razzismo <input type="checkbox"/> 13 sport <input type="checkbox"/> 14 prostituzione <input type="checkbox"/> 15 sanità/salute <input type="checkbox"/> 16 solidarietà <input type="checkbox"/> 17 altro | | 2 Soggetti della notizia <input type="checkbox"/> 1 minori <input type="checkbox"/> 2 amministratori pubblici <input type="checkbox"/> 3 scuola <input type="checkbox"/> 4 forze dell'ordine <input type="checkbox"/> 5 magistratura <input type="checkbox"/> 6 associazioni culturali e non <input type="checkbox"/> 7 partiti e movimenti politici <input type="checkbox"/> 8 gente comune <input type="checkbox"/> 9 genitori <input type="checkbox"/> 10 sportivi <input type="checkbox"/> 11 altro | | 7 presenza scene brutali o crude <input type="checkbox"/> 1 sì <input type="checkbox"/> 2 no | | 11 Episodi di violenza <input type="checkbox"/> 1 sì <input type="checkbox"/> 2 no Rispondere solo in caso di violenza | |
| 3 Struttura della notizia <input type="checkbox"/> 1 conduttore <input type="checkbox"/> 2 lancio da studio + servizio <input type="checkbox"/> 3 servizio <input type="checkbox"/> 4 immagini di repertorio | | 8 Gerarchia delle notizie <input type="checkbox"/> 1 notizie di apertura <input type="checkbox"/> 2 notizie forti <input type="checkbox"/> 3 notizie di passaggio <input type="checkbox"/> 4 notizie di chiusura | | 12 Se si, sono <input type="checkbox"/> 1 autori di reati <input type="checkbox"/> 2 vittime di reati <input type="checkbox"/> 3 testimoni di reati <input type="checkbox"/> 4 altro | | | |
| 4 Presenza notizia nel sommario <input type="checkbox"/> 1 sì <input type="checkbox"/> 2 no <input type="checkbox"/> 3 assenza sommario | | 9 Presenza di valori positivi <input type="checkbox"/> 1 rispetto e solidarietà <input type="checkbox"/> 2 cultura o tutela ambiente <input type="checkbox"/> 3 salute psico-fisica <input type="checkbox"/> 4 assenza | | 13 Minori in contesti di conflitti famili. <input type="checkbox"/> 1 sì <input type="checkbox"/> 2 no | | | |
| 5 Corrispondenza testi/immagini <input type="checkbox"/> 1 sì <input type="checkbox"/> 2 no <input type="checkbox"/> 3 parziale <input type="checkbox"/> 4 assenza | | 10 Discriminazione (per razza, sesso, nazione, ecc.) <input type="checkbox"/> 1 sì <input type="checkbox"/> 2 no | | 14 Elementi che identificano i minori <input type="checkbox"/> 1 sì <input type="checkbox"/> 2 no | | | |
| 6 Notizie complessive del tg <input type="checkbox"/> 1 1-3 <input type="checkbox"/> 2 4-8 <input type="checkbox"/> 3 9-13 <input type="checkbox"/> 4 14-18 <input type="checkbox"/> 5 oltre 18 | | 15 Se si, quali _____ _____ _____ | | | | | |
| Tempo di notizia: _____ Tempo di parola: _____ Tempo di antenna: _____ | | | | | | | |
| Descrizione sintetica della notizia | | | | | | | |

CAPITOLO IV QUALE IMMAGINE?

4.1. L'argomento e i soggetti delle notizie

Al fine di analizzare la rappresentazione dei minori all'interno dei telegiornali delle emittenti locali, le notizie rilevate nel corso del monitoraggio sono state classificate in primo luogo in base all'argomento, per capire in quali casi gli avvenimenti che coinvolgono bambini e adolescenti diventano notiziabili e ottengono attenzione mediatica.

A ciascuna notizia poteva essere attribuita una o più delle categorie previste dalla scheda di rilevazione: reati sui minori, violenza sulle donne, microcriminalità, criminalità organizzata, scuola/educazione, eventi culturali, sanità/salute, solidarietà, sport, religione, immigrazione, discriminazione/razzismo, disagio sociale, lavoro minorile, prostituzione, alcol/droga, altro.

Nelle edizioni dei telegiornali monitorate nel corso del **primo periodo** di riferimento (9-18 dicembre 2009), *i reati verso i minori* rappresentano l'argomento riscontrato con più frequenza, essendo attribuibile a 18 delle 93 notizie rilevate. Si tratta per la maggior parte di episodi di cronaca che riguardano casi di violenza sessuale o di tentata violenza su minori, pedofilia, pedopornografia.

Un'eccezione è rappresentata da quattro notizie relative ad iniziative a tutela dell'infanzia: il progetto di un europarlamentare per proteggere i bambini dai pedofili, la realizzazione di linee guida destinate alle scuole per la gestione di situazioni di sospetto abuso, una convenzione firmata per la lotta contro abusi e maltrattamenti, un convegno di psicologi sulla violenza privata.

Tabella 4.1.1. – Reati violenti su minori, I periodo di analisi (9-18 dicembre 2009)

| N. notizie dedicate all'evento | Emittenti che riportano la notizia | Notizia |
|--------------------------------|------------------------------------|--|
| 5 | 4 | Pedopornografia: arrestato 58enne dipendente comunale; trovate oltre 90mila foto pedopornografiche nel suo computer, anche di bambini molto piccoli. |
| 4 | 3 | Tentata violenza: 20enne tenta di violentare minorenni ravennate. |
| 4 | 1 | Caso baby-squillo: torna in aula per il processo di appello XY, arrestato con l'accusa di violenza su minorenni, cessione di sostanze stupefacenti e induzione alla prostituzione. |
| 1 | 1 | Caso di pedofilia su un bambino di cinque anni da parte del padre affidatario. |
| 1 | 1 | Abusi sui minori, presentate linee guida per la gestione nelle scuole di situazioni di sospetto. |
| 1 | 1 | Convenzione firmata per la lotta vs. abuso e maltrattamenti minori. |
| 1 | 1 | Progetto di un europarlamentare per proteggere bambini da pedofili e <i>sex offender</i> . |
| 1 | 1 | Convegno degli psicologi E-R su violenza privata e maltrattamento di minori. |

Se a queste notizie si affiancano le 9 relative alla *violenza sulle donne* (casi di stupro o percosse), è evidente che gli episodi di violenza riguardanti i minori ottengono un'alta attenzione mediatica.

E' un dato che rimanda ad un tratto ricorrente anche nel panorama informativo dei notiziari nazionali italiani, che si contraddistinguono, rispetto ai telegiornali degli altri paesi europei, per l'ampio spazio dedicato alla cronaca nera.⁵¹ L'impatto emotivo suscitato dalla drammatizzazione dei crimini violenti, spesso scarsamente tematizzati

⁵¹ Osservatorio Europeo sulla Sicurezza, *Focus sui crimini violenti – Report 3/2010*, ottobre 2010 (www.demos.it).

e contestualizzati, viene utilizzato per catalizzare l'attenzione del pubblico, a discapito dell'approfondimento su altri temi e problemi sociali.

La prossimità alle festività natalizie ha probabilmente contribuito a generare un dato molto elevato sulle notizie che hanno come argomento la *solidarietà* (17), seppure sempre declinata con un focus localistico: le iniziative benefiche realizzate sul territorio dalle associazioni e gli eventi di raccolta fondi descritti sono volti ad aiutare soprattutto minori ricoverati o affetti da gravi patologie. Solo una notizia si occupa di un progetto per sostenere mamme e bambini in condizioni svantaggiate in altri Paesi.

Seguono gli *eventi culturali* (11 notizie che riportano gli avvenimenti in occasione del Natale, la presentazione di un libro rivolto a genitori, un programma televisivo dedicato all'anno del neonato). Le 10 notizie relative alla *scuola e all'educazione* riguardano soprattutto le iniziative e i progetti rivolti agli studenti; 2 notizie vengono dedicate invece ad appelli e proteste nei confronti dei tagli alla scuola.

Un argomento che è trattato molto frequentemente nell'informazione sui minori è quello della *salute e della sanità*. Delle 9 notizie rilevate riferibili a questo tema, 4 sono dedicate alla messa in atto di iniziative (l'anno del neonato, un progetto di educazione alimentare nelle scuole primarie); ad alzare il livello di attenzione mediatica sull'argomento sono i 3 servizi che riportano un caso di malasanità che ha portato alla morte di una donna in sala parto, nonché l'immane tema dell'epidemia invernale di influenza (2 notizie).

Al di là di gare, campionati ed eventi delle associazioni sportive (4 notizie), lo *sport* trova spazio soprattutto per la sua valenza educativa e come momento di coesione e condivisione: 5 notizie riguardano infatti iniziative sportive di solidarietà nei confronti di bambini affetti da gravi patologie, oppure progetti che coinvolgono ragazzi disabili.

Sono meno ricorrenti, ma comunque presenti, argomenti che toccano temi più critici come *l'alcol e la droga* (8 notizie) e la *prostituzione* (5), la *microcriminalità* (2): si tratta tuttavia di episodi di cronaca trattati nella singolarità del proprio caso, che non offrono spunti di approfondimento su aspetti cruciali di questi problemi. L'unica eccezione è rappresentata dalla notizia di un progetto nazionale itinerante per la prevenzione della tossicodipendenza, promosso dalla comunità di San Patrignano.

Nell'ambito del *disagio sociale*, 2 notizie riportano il Rapporto Nazionale sulla Condizione dell'Infanzia e dell'Adolescenza

dell'Eurispes, evidenziando un incremento degli episodi di bullismo nelle scuole – un argomento verso il quale i mezzi d'informazione sembrano dimostrare un interesse crescente – ed esprimendo preoccupazione per la percentuale dei ragazzi che hanno una reazione di indifferenza di fronte alle vessazioni subite dai propri compagni.

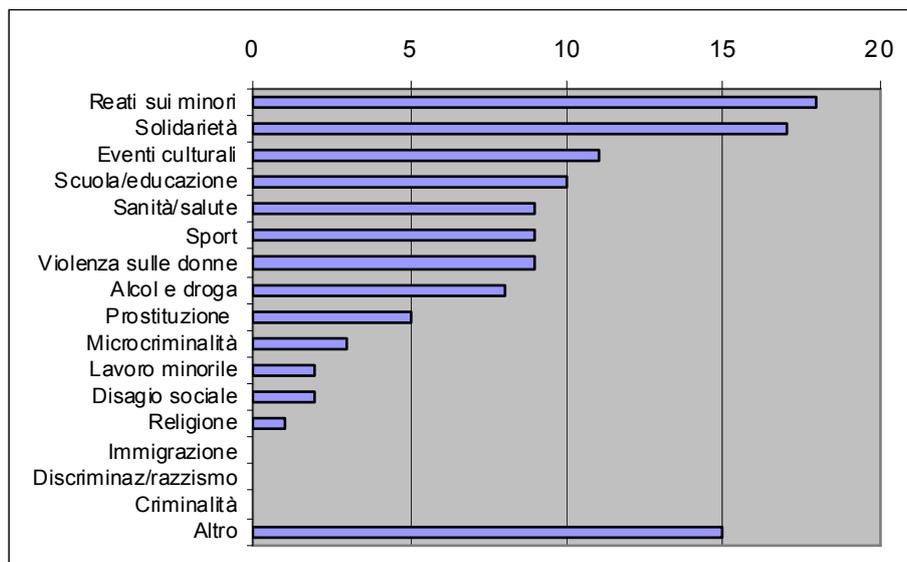
Sembrano invece passare sotto silenzio argomenti come il *lavoro minorile* (solo 2 notizie, dedicate alla proposta di un nuovo regime sanzionatorio), la *discriminazione e il razzismo* (nessuna notizia).

Appare significativo il fatto che al tema dell'*immigrazione* non venga dato nessuno spazio, all'interno dell'informazione dedicata all'infanzia. Di fatto, all'interno del primo periodo di riferimento i minori immigrati di prima o seconda generazione non appaiono in nessuna notizia.

L'alto valore assoluto attribuito alla categoria "*altro*" (15 notizie) è derivato soprattutto da un alto numero di notizie di incidenti stradali che hanno coinvolto minori (8), nonché dalle elezioni primarie a Faenza per decretare il candidato del centro sinistra⁵² (3 notizie); sono inoltre rientrati in questo ambito residuale un progetto sperimentale per l'istituzione dell'albo delle baby-sitter (2), una polemica relativa all'assistenza nei confronti di minorenni che decidono di abortire, nonché il caso di due dirigenti comunali, accusate di falso ideologico e omissioni d'atti d'ufficio, nell'ambito dell'affidamento estivo di minori.

⁵² Nelle notizie relative alle primarie viene fatto specifico riferimento ai minorenni, che possono votare in questo caso a partire dall'età di 16 anni.

Grafico 4.1.2. – Argomento delle notizie, I periodo di analisi (9-18 dicembre 2009)



All'interno del **secondo periodo** di analisi (10-19 maggio 2010) la *scuola e l'educazione* risultano essere l'argomento che caratterizza il maggior numero di notizie (20 all'interno delle 71 rilevate): 8 riguardano progetti di educazione di diverse tipologie (stradale, motoria, alimentare, ai media), 5 iniziative e concorsi, mentre 5 si soffermano sulla situazione critica della scuola dell'infanzia (in varie province all'aumento delle richieste di iscrizione corrisponde una mancanza di personale e il taglio dei fondi).

Ancora una volta viene dedicato ampio spazio alle notizie relative a *salute e sanità* (17). Diverse campagne di sensibilizzazione e prevenzione sono descritte da 7 notizie (contro i pericoli del fumo, per un'alimentazione corretta, per la donazione del cordone ombelicale), mentre 4 riportano episodi clinici (un parto quadri-gemellare, l'impianto di un orecchio artificiale). Anche nel secondo periodo di analisi è ancora "allarme" epidemia – questa volta a causa di alcuni casi di tubercolosi. La notizia restante è dedicata ad un convegno sull'aumento dei casi di obesità nell'infanzia.

I *reati commessi su minori* rappresentano anche in questo secondo periodo una fetta rilevante dell'informazione sull'infanzia: sono 16 le notizie, tutte relative ad episodi di cronaca – violenza sessuale su di

una minorenne, un tentato infanticidio da parte di una coppia di genitori, l'ipotesi di omicidio di un'adolescente. Le 3 notizie relative alla *violenza sulle donne* riportano tutte lo stesso caso di stupro di una ragazza minorenne.

Il caso di tentato infanticidio costituisce l'avvenimento riguardate i minori più densamente rappresentato in assoluto in termini di numero di notizie (8), tenendo in considerazione entrambi i periodi di analisi. L'attenzione che viene dedicata a questo episodio da tre emittenti televisive, che seguono l'evolversi della vicenda nei giorni successivi al rinvenimento del neonato e le dichiarazioni del padre, costituiscono un esempio di come i notiziari tendano a dedicare spazio a notizie di violenze perpetrate in contesti familiari, che comportano un forte coinvolgimento sul piano emotivo del pubblico.

La tendenza a privilegiare informazioni di cronaca nera che presentano un forte impatto emotivo è confermata da un'altra notizia alla quale viene dedicato ampio spazio all'interno dei telegiornali locali, ovvero la riapertura del caso Sandri, che riguarda l'ipotesi di omicidio verso una undicenne scomparsa a Bologna nel 1975 mentre andava a scuola.⁵³ Nel maggio 2010 i familiari della ragazzina lanciano un appello per chiedere la ripresa delle indagini, partecipando al programma televisivo "Chi l'ha visto" e trovando un'eco importante sulle testate d'informazione giornalistiche. All'interno del campione preso in esame, tre delle sei emittenti riportano la notizia e due di esse la riprendono in più edizioni del telegiornale.

⁵³ L'indagine, archiviata all'epoca con l'ipotesi di allontanamento volontario, venne riaperta per omicidio contro ignoti nel 1998, quando emersero nuovi elementi sulla vicenda.

Tabella 4.1.3. – Reati violenti su minori, II periodo di analisi (10-19 maggio 2010)

| N. notizie dedicate all'evento | N. emittenti che riportano la notizia | Notizia |
|--------------------------------|---------------------------------------|---|
| 8 | 3 | Tentato infanticidio: una donna partorisce da sola nel bagno di casa e chiude il neonato in un sacchetto; bambino ricoverato nel reparto di neonatologia in prognosi riservata, i due genitori accusati di tentato infanticidio – in seguito il padre nega di essere stato a conoscenza della gravidanza. |
| 5 | 3 | Ipotesi di omicidio: riaperto il caso Sandri, bambina di 11 anni scomparsa 35 anni fa. |
| 3 | 3 | 31enne accusato di violenza sessuale su ragazza di 13 anni. |

Gli *eventi culturali* (7 notizie) e lo *sport* (6 notizie) mantengono una certa rilevanza in termini di tempo dedicato all'interno dei telegiornali, anche se nettamente inferiore agli argomenti sopra indicati.

Tutti gli altri ambiti previsti dalla scheda di rilevazione ottengono poco spazio o addirittura nessuno.

Il tema dell'*immigrazione* ha riguardato solo 3 notizie: due emittenti hanno riportato la vicenda di cinquanta immigrati di origine afghana e palestinese, arrivati sulle coste della Romagna dalla Grecia nascosti in un carico di frutta, fermati dalla Polizia di Frontiera (tra di loro viene riportata la presenza di quattro bambini e due donne); un'altra notizia, riferibile anche ad uno stato di *disagio sociale*, ha evidenziato come i figli degli immigrati siano più esposti al rischio di malattie, soprattutto a causa di condizioni economiche e sociali svantaggiate.

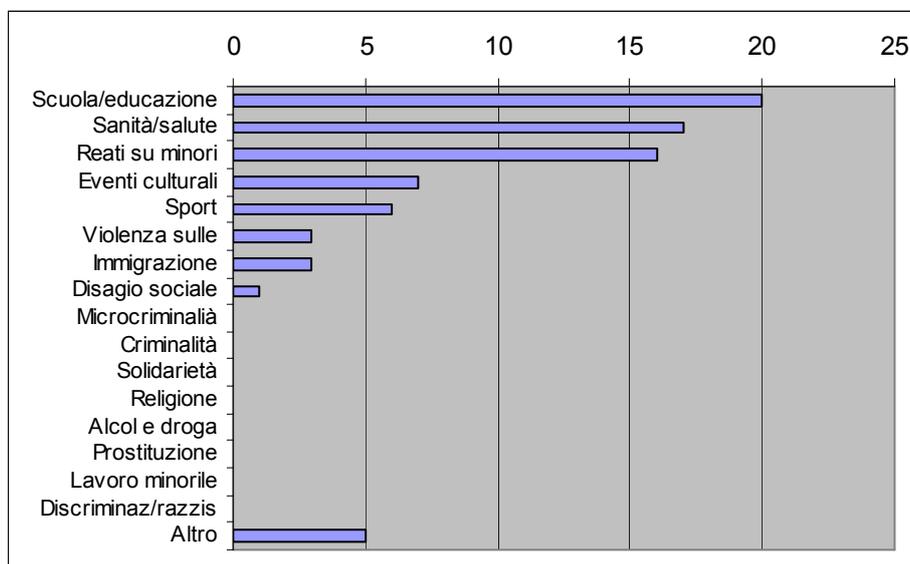
L'argomento dell'immigrazione, quando non viene trascurato, sembra dunque assumere all'interno dell'informazione locale una connotazione assai ristretta e per lo più negativa, legata ad una mancata regolarizzazione della presenza sul territorio oppure a situazioni di marginalità ed esclusione sociale. Va evidenziato inoltre che, anche all'interno delle altre categorie prese in considerazione,

l'unica notizia rilevata che riguarda minori immigrati rientra nell'ambito della reati sui minori e della violenza sulle donne.

Se da un lato non vengono affrontati temi legati a gravi problemi sociali, come *alcol e droga, prostituzione, lavoro minorile, discriminazione e razzismo* (nessuna notizia), dall'altro nemmeno le iniziative di *solidarietà* risultano notiziabili, al di fuori del periodo natalizio.

Tra le 5 notizie attribuite alla categoria "altro" troviamo due episodi di cronaca relativi a tentativi di sottrazione di minore, le proposte degli studenti al Consiglio Comunale di Ferrara, le critiche di un'associazione dei genitori alla legge sull'affido, l'aumento delle nascite nella provincia di Bologna.

Grafico 4.1.4. – Argomento delle notizie, Il periodo di analisi (10-19 maggio 2010)



Il dato che appare con maggiore evidenza da entrambi i periodi di analisi è che l'informazione riguardante i minori all'interno dei telegiornali si concentra su episodi di cronaca, senza offrire particolari occasioni di analisi o di approfondimento. Si parla di minori soprattutto quando avvengono notizie di violenza o di gravi reati ai loro danni, che spesso vengono seguite nei loro sviluppi, oppure per avvenimenti puntuali di interesse sociale vicini alla quotidianità, che

riguardano prima di tutto la scuola, ma anche gli eventi culturali e lo sport.

Un'attenzione particolare viene dedicata alla sanità (tema della maternità, epidemie) e alla salute (alimentazione, fumo, stili di vita), che rappresentano due dei temi seguiti con più assiduità nella rappresentazione dell'infanzia, anche in assenza di eventi allarmanti. "Il tema della violenza in prima battuta e della salute in seconda sono i modi in cui si concede ai bambini di entrare nel flusso informativo e riflessivo [...]. Da quel varco i bambini non possono entrare che come vittime, come soggetti deboli, e costruire al contempo una rappresentazione speculare di adulti violenti, di un mondo che ammalia, ben oltre il dato della realtà".⁵⁴

Altri argomenti ottengono attenzione mediatica solo in determinate circostanze o periodi: è il caso ad esempio della solidarietà, che passa dall'essere uno dei temi più trattati a dicembre, con 17 notizie che riguardano iniziative benefiche di associazioni o attività di raccolta fondi, fino ad essere totalmente ignorato nel periodo di analisi di maggio.

Un grande vuoto informativo si registra sul fronte dell'immigrazione, un ambito nel quale i minori si trovano ad avere una rilevanza mediatica quasi nulla, a meno che non si tratti di episodi di microcriminalità (un caso di arresto per commercio abusivo viene riportato nel primo periodo di riferimento), di mancanza di permesso di soggiorno o di situazioni di disagio sociale.

Risultano inoltre ampiamente trascurati tutti gli ambiti attribuibili a problemi sociali come alcol e droga, lavoro minorile, prostituzione, discriminazione e razzismo, che vengono trattati sporadicamente solo in relazione a singoli casi di cronaca.

Nonostante l'attenzione da parte dei notiziari analizzati a non eccedere in una rappresentazione allarmistica della realtà, emerge con forza la necessità di un'ulteriore riflessione sulla funzione della professione giornalistica e sul processo di *newsmaking*, anche a livello locale, alla luce della raccomandazione della Carta di Treviso, secondo la quale gli operatori dell'informazione devono impegnarsi ad "assicurare un approccio al problema dell'infanzia che non si limiti all'eccezionalità dei casi che fanno clamore, ma che approfondisca, con inchieste,

⁵⁴ Laffi S., Bertazzoni A.M., "Appunti di discussione", in *Bambini e stampa. Famiglie e nuove generazioni nel racconto dei giornali*, Carocci editore, Roma, 2007, p. 149.

speciali, dibattiti, la condizione del minore e le sue difficoltà nella quotidianità.⁵⁵

Attraverso la domanda relativa ai soggetti, si è indagato quali fossero i principali protagonisti delle notizie nelle quali i minori vengono citati, ovvero quali attori risultassero centrali all'interno della ricostruzione mediatica di un determinato evento. Naturalmente *bambini e adolescenti* emergono come la voce coi valori più alti, perché su di essi viene sempre focalizzata l'attenzione delle notizie che erano oggetto di rilevazione. La seconda voce più rappresentativa è la *gente comune*, un risultato legato al fatto che si tratta in maniera quasi esclusiva di notizie di cronaca.

Tre categorie risentono fortemente dei differenti periodi di analisi: gli *amministratori pubblici* (da 33 risposte nel primo periodo a 6 nel secondo), le *associazioni* (da 13 a 8 risposte) e gli *sportivi* (da 11 a 4). Si tratta di soggetti citati soprattutto quando vengono organizzate iniziative di solidarietà: il calo di attenzione verso l'argomento, nel passaggio dalle feste natalizie ai mesi primaverili, determina di conseguenza una minore presenza di questi attori nel panorama informativo. Per quanto riguarda gli amministratori pubblici, un ulteriore elemento che giustifica il dislivello è legato ad una diminuzione dello spazio dedicato agli eventi culturali, oltre ad un grave fatto di cronaca che ha ottenuto alta visibilità a dicembre (un dipendente comunale arrestato per pedopornografia).

Va sottolineato il valore relativamente basso collegato a due categorie che sono legate in maniera intrinseca al mondo dei minori, ovvero i *genitori* (12 e 24 notizie nei due periodi) e la *scuola* (5 e 13 notizie).

I genitori sono citati sporadicamente in relazione ad eventi culturali rivolti ai bambini, ma salgono alla ribalta mediatica, attraverso notizie seriali, soprattutto quando sono protagonisti di gravi fatti di cronaca: infanticidio, mortalità materna, violenza domestica, sottrazione di minore, ecc.

Di scuola si parla quasi esclusivamente in relazione a concorsi e progetti, soprattutto nel secondo periodo, poiché con la fine dell'anno scolastico molte di queste iniziative giungono al termine. Una parte residuale di notizie viene dedicata ai problemi e alle proteste legate ai tagli alla scuola.

⁵⁵ Carta di Treviso, (www.odg.it/content/minori).

All'interno della voce *altro* sono stati fatti rientrare elementi eterogenei, tra cui categorie professionali (psicologi, medici, operatori sanitari...), ma anche sindacati, comunità, fondazioni e cooperative.

Grafico 4.1.5. – *Soggetti della notizia, I periodo di analisi (9-18 dicembre 2009)*

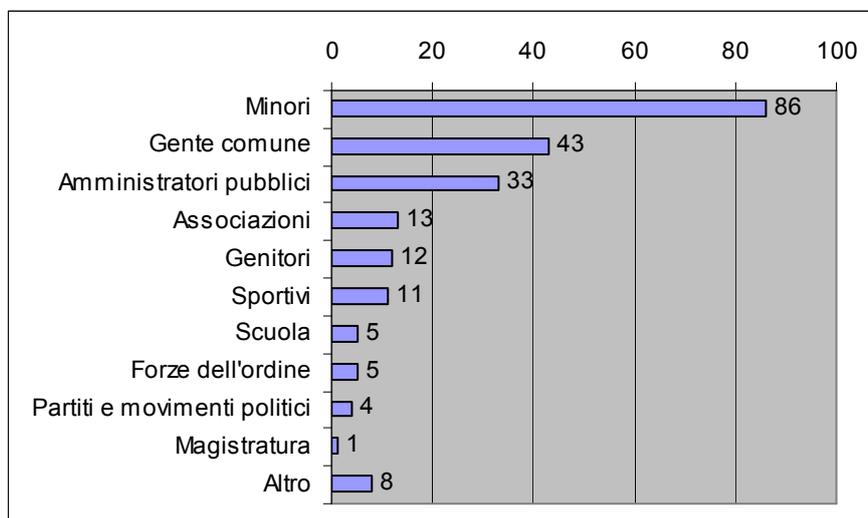
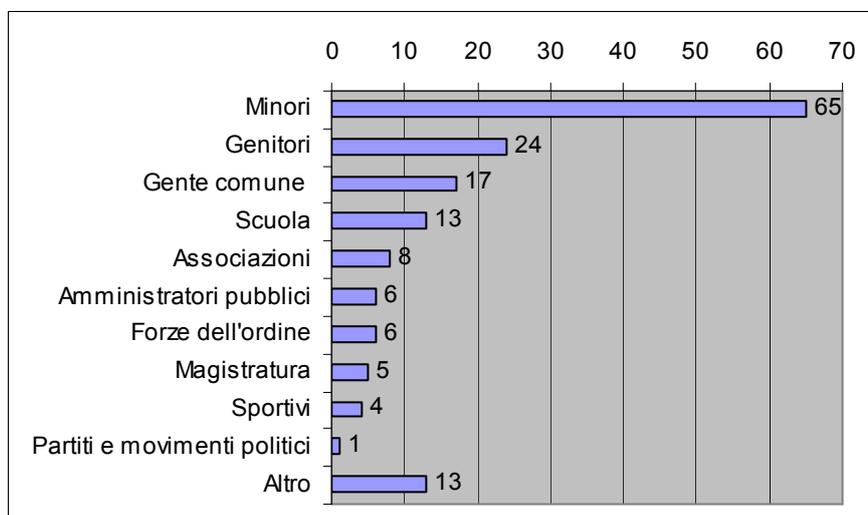


Grafico 4.1.6. – *Soggetti della notizia, II periodo di analisi (10-19 maggio 2009)*



4.2. La voce dei minori

I dati emersi dal monitoraggio dimostrano che molto raramente i minori vengono intervistati relativamente alle notizie che li riguardano. Infatti il tempo di parola⁵⁶ dei minori rilevato si attesta su valori molto bassi in entrambi i periodi di analisi (poco più di 4 minuti a dicembre e circa 6 minuti a maggio) e rappresenta in totale solo il 4% del tempo di antenna.

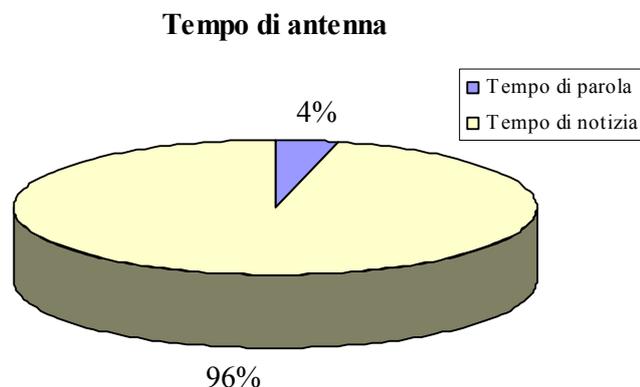
Tabella 4.2.1. – Tempi relativi alle notizie sui minori rilevate nei due periodi di analisi

| | Tempo parola⁵⁷ | Tempo notizia | Tempo antenna | Tempo monitorato |
|---|----------------------------------|----------------------|----------------------|-------------------------|
| TG I periodo (9-18/12/2009) | 00:04:28 | 02:08:44 | 02:13:12 | 39:27:16 |
| TG II periodo (10-19/05/2010) | 00:06:13 | 01:49:03 | 01:55:16 | 28:11:27 |
| Totale | 00:10:41 | 03:57:47 | 04:08:28 | 67:38:43 |

⁵⁶ Per la definizione di tempo di parola, tempo di notizia e tempo di antenna si faccia riferimento al par. 3.3., p. 22.

⁵⁷ I tempi indicati sono espressi in hh:mm:ss (ore, minuti, secondi).

Grafico 4.2.2. – Percentuale del tempo di parola e di notizia sul totale del tempo di antenna



Da un lato la tendenza dei notiziari a dare poco spazio di intervento diretto ai minori può essere spiegata dal fatto che molte delle notizie rilevate riguardano reati ed episodi di violenza; in tal senso la mancata presenza di minori è ovviamente giustificata dalla necessità di tutela degli stessi. Come stabilito dalla Carta di Treviso, infatti, “va garantito l’assoluto anonimato del minore coinvolto in fatti di cronaca, anche non aventi rilevanza penale ma lesivi della sua personalità”; inoltre “il bambino non va intervistato o impegnato in trasmissioni televisive e radiofoniche che possano ledere la dignità o turbare il suo equilibrio psico-fisico.”⁵⁸

D’altro lato, va evidenziata la mancata partecipazione diretta dei minori anche su questioni che li toccano da vicino, come la scuola, i luoghi e le attività del tempo libero, il volontariato, le iniziative culturali. Su questi temi sarebbe utile e opportuno sentire la voce di ragazzi e ragazze, favorendo l’espressione dei loro punti di vista.

Il monitoraggio rileva, al contrario, che le occasioni in cui i minori parlano in prima persona sono estremamente sporadiche e circoscritte ad eventi sportivi o didattici: un campionato femminile di ginnastica, nel quale viene intervistata una piccola atleta; due campagne per sensibilizzare sui danni del fumo e sulla sicurezza stradale; la

⁵⁸ Carta di Treviso, (www.odg.it/content/minori).

premiazione di un progetto di educazione ai media rivolto ai bambini delle scuole primarie; un concorso nelle scuole secondarie di primo grado per progettare il logo dello *Shuttle* nella prossima missione spaziale; un altro concorso rivolto invece alle scuole superiori per progettare un'impresa in forma cooperativa.

Il breve elenco delle notizie in cui è stato rilevato un tempo di parola riservato ai minori rende l'idea di quanto sia esiguo lo spazio e lo spettro degli argomenti in cui questi vengono chiamati ad esprimersi. E' senz'altro positivo riscontrare la correttezza nel rispetto delle regole che tutelano la *privacy* dei minori, ma il riconoscimento al bambino e all'adolescente di una piena soggettività portatrice di diritti comporta anche il coinvolgimento dei minori su ciò che concerne le loro esigenze e i loro bisogni. Il compito dell'informazione deve essere infatti non solo difensivo ma anche partecipe dello sviluppo. E' auspicabile una maggiore presenza dei minori in ambito informativo sulle questioni che li riguardano, in quanto attualmente il mezzo televisivo sembra relegare la loro voce a *talent show* e spot pubblicitari.

4.3. La struttura delle notizie e dei Tg

L'indagine sulla composizione dei telegiornali e sulla struttura delle notizie può essere utile, a questo punto, per verificare quale grado di attenzione viene posto dalle emittenti locali a vicende che riguardano i minori.

Grafico 4.3.1. – Notizie complessive del Tg, I periodo di analisi (9-18 dicembre 2009)

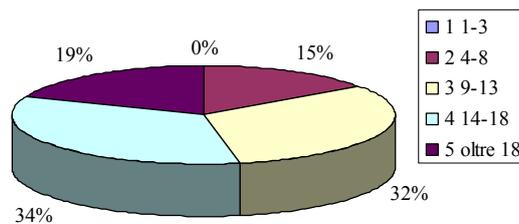
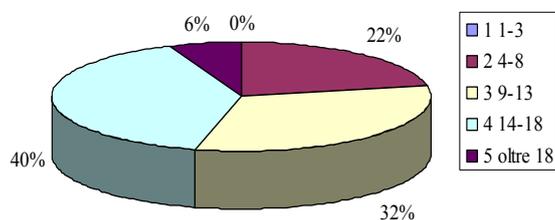


Grafico 4.3.2. – Notizie complessive del Tg, II periodo di analisi (10-19 maggio 2010)



Quasi tutti i telegiornali analizzati contengono un numero di notizie non eccessivamente elevato. Il 34% dei Tg ne presenta un numero compreso tra 14 e 18, mentre il 32% ne riporta tra 9 e 13. Percentuali più esigue, invece, si riferiscono a un numero di notizie inferiore a 8 (il 15% dei Tg esaminati) e a più di 18 (il 19%).

Il secondo periodo di analisi rispecchia all'incirca quanto emerso nel primo. La percentuale di Tg che presenta un numero complessivo di notizie compreso tra 9 e 13 rimane la medesima, cioè il 32%. Cresce di poco quella che riguarda i Tg con notizie comprese tra 14 e 18 che sale al 40%. Anche i Tg con notizie tra 4 e 8, passando al 22%, fanno registrare un piccolo aumento. In leggero calo, invece, quelli che ne contano oltre 18, che si attestano intorno al 6%. Nessun telegiornale ne contiene meno di quattro.

Grafico 4.3.3. – Presenza notizia nel sommario, I periodo di analisi (9-18 dicembre 2009)

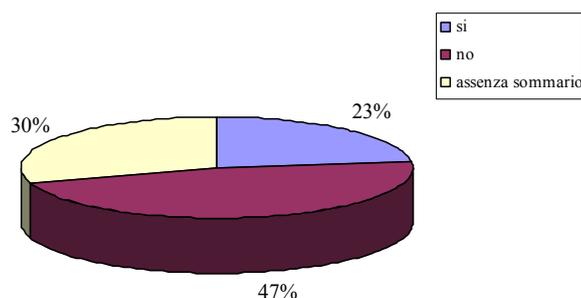
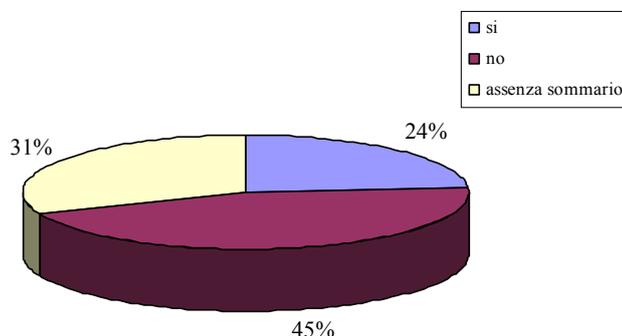


Grafico 4.3.4. – Presenza notizia nel sommario, Il periodo di analisi (10-19 maggio 2010)



Con riguardo alla struttura e alla composizione del telegiornale, possono verificarsi due casi. Un primo caso in cui il notiziario si apre con un sommario che riassume i principali argomenti che saranno trattati all'interno dell'edizione, mentre un secondo caso in cui esso non è presente.

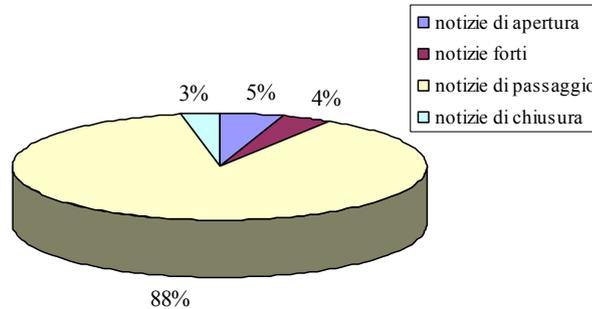
Poco meno di un terzo del totale delle notizie analizzate, esattamente il 30% per il primo periodo e il 31% per il secondo, rientrano in quest'ultimo caso.

Nel caso di telegiornali con il sommario, invece, solamente una piccola percentuale di notizie sui minori viene riportata al suo interno, precisamente il 23% nel primo periodo di analisi e il 24% nel secondo. Il restante 47% nei dieci giorni di dicembre 2009 e il 45% in quelli di maggio 2010, al contrario, non viene citato all'interno dei titoli di testa.

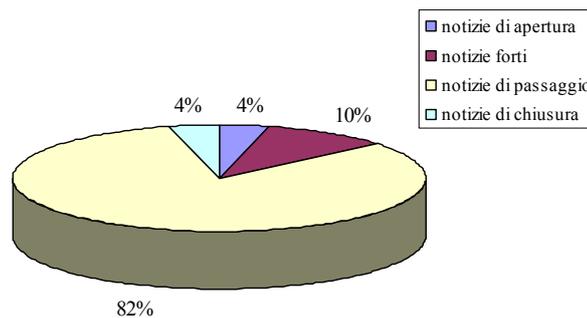
Questo tipo di impostazione potrebbe far pensare a uno scarso rilievo attribuito agli episodi che riguardano i minori, i quali sono relegati in secondo piano a fronte di avvenimenti che presentano un più alto grado di notiziabilità. Di contro, tuttavia, il fatto che i minori compaiano così poche volte all'interno dei sommari dei telegiornali locali, non deve essere visto in maniera totalmente negativa, poiché in questo modo non si dà particolare risalto a episodi eccessivamente crudi o violenti occorsi a bambini, facendo venire meno quel carattere

di spettacolarizzazione e di sensazionalismo a cui oggi, sempre di più, si fa ricorso in molti programmi.

4.3.5. – *Gerarchia delle notizie, I periodo di analisi (9-18 dicembre 2009)*



4.3.6. – *Gerarchia delle notizie, II periodo di analisi (10-19 maggio 2010)*

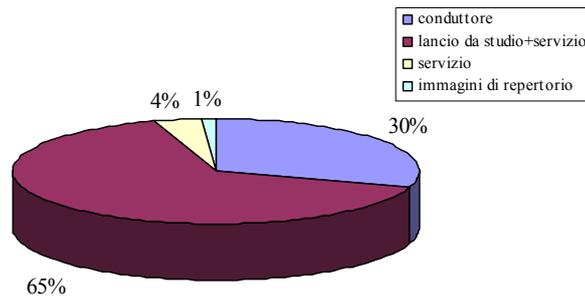


Un altro aspetto fondamentale dell'analisi riguarda la gerarchia delle notizie, ovvero la successione in cui esse si presentano ai telespettatori. Quasi la totalità di quelle analizzate, vale a dire l'88% nel primo periodo e l'82% nel secondo, sono notizie di passaggio. Con questa espressione si intendono tutte quelle notizie che, riferendosi soprattutto a fatti di cronaca e non presentando particolari aspetti di efferatezza o spettacolarità, non sono adeguate a essere annunciate in

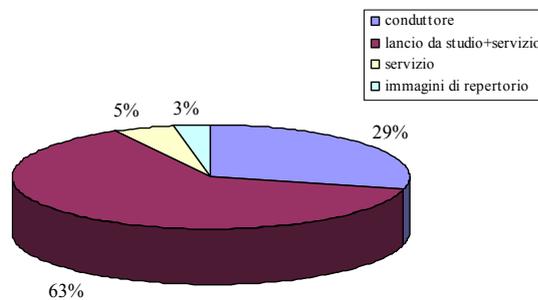
apertura o con particolare enfasi e rilievo, venendo così riportate nel *corpus* del telegiornale. Solamente una percentuale molto bassa delle notizie esaminate, infatti, si riferisce a notizie di apertura e a notizie forti, rispettivamente il 5% e il 4% a dicembre e il 4% e il 10% a maggio.

Il fatto che le notizie relative a minori siano quasi sempre di passaggio, contribuisce ad avvalorare ulteriormente l'ipotesi di una scarsa attenzione ad esse attribuita.

4.3.7. – *Struttura della notizia, I periodo di analisi (9-18 dicembre 2009)*



4.3.8. – *Struttura della notizia, II periodo di analisi (10-19 maggio 2010)*

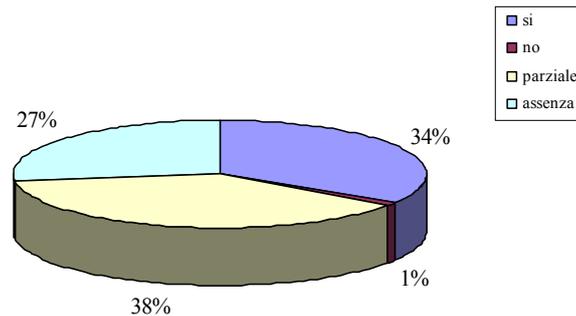


Anche la struttura della notizia può avere una valenza al fine di indagare l'importanza e il ruolo ricoperti dai minori all'interno dei telegiornali locali. La costruzione più utilizzata è quella che prevede il

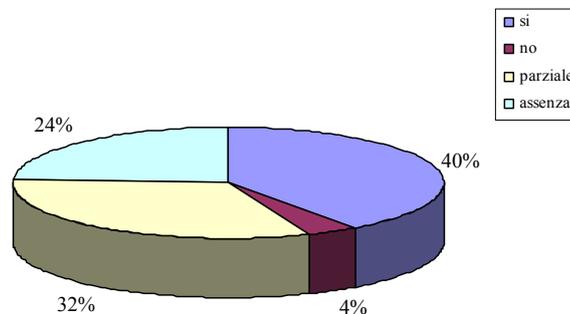
lancio dallo studio effettuato dal conduttore del telegiornale, seguito dal servizio realizzato dall'inviato (nel primo periodo di analisi il 65%, mentre nel secondo il 63%).

Il solo annuncio della notizia da parte del conduttore, il quale la legge direttamente dallo studio, accompagnato a volte dallo scorrimento di alcune immagini sullo sfondo avviene il 30% delle volte a dicembre e il 29% a maggio.

4.3.9. – *Corrispondenza testo/immagini, I periodo di analisi (9-18 dicembre 2009)*



4.3.10. – *Corrispondenza testo/immagini, II periodo di analisi (10-19 maggio 2010)*

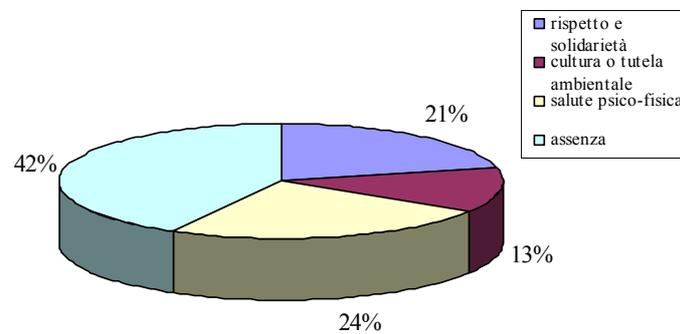


Ulteriore elemento oggetto di indagine riguarda la corrispondenza tra il testo letto e le immagini trasmesse. Il 34% delle notizie analizzate tra il 9 e il 18 dicembre 2009 e il 40% di quelle analizzate tra il 10 e il

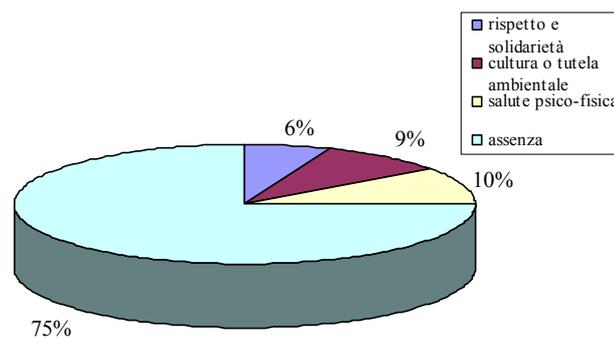
19 maggio 2010 mostra una fedele corrispondenza tra le due componenti mentre ben il 38% nel primo periodo e il 32% nel secondo è interessato da una corrispondenza parziale. Quest'ultimo dato si riferisce a tutti quei servizi andati in onda con immagini di repertorio, in quanto l'importanza della notizia non era tale da giustificare la realizzazione di un nuovo servizio oppure, data la particolarità dell'evento, non è stato possibile reperire materiale adeguato per effettuarlo.

Ancora una volta, questa percentuale piuttosto alta, è indice di un esiguo grado di attenzione posto nei confronti di notizie riguardanti i minori.

4.3.11. – *Presenza di valori positivi, I periodo di analisi (9-18 dicembre 2009)*



4.3.12. – *Presenza di valori positivi, II periodo di analisi (10-19 maggio 2010)*



La presenza o meno di valori positivi all'interno delle notizie sui minori è stata argomento di analisi. Ben il 42% delle notizie vede l'assenza di questi valori. Questo non significa tuttavia che in esse siano presenti contenuti negativi per i bambini, bensì si sottolinea un carattere di equilibrio e di neutralità, che presenta solamente un fine informativo. Il restante 58% si suddivide invece in: rispetto e solidarietà (21%), cultura o tutela ambientale (13%) e salute psico-fisica (24%).

Da questi dati sembrerebbe che, nonostante la scarsa attenzione prestata ai minori emersa durante l'indagine, un buon numero di telegiornali, al mero carattere divulgativo, affianchi una ulteriore funzione pedagogica comunicando, all'interno delle proprie notizie, l'importanza di comportamenti socialmente riconosciuti.

Questo si può spiegare, come già ampiamente trattato nell'analisi degli argomenti della notizia, con la vicinanza del primo periodo di analisi (9-18 dicembre 2009) al Natale. Durante questi dieci giorni, infatti, si può assistere a un elevato numero di episodi riguardanti iniziative di solidarietà che, necessariamente, hanno contribuito a loro volta ad aumentare la presenza di valori positivi all'interno delle notizie. Al contrario, nel periodo che va dal 10 al 19 maggio 2010, si può osservare un netto calo di questi eventi e una conseguente diminuzione anche dei valori positivi trasmessi.

In questa seconda fase dell'analisi, infatti, l'assenza di questi ultimi ha un picco molto elevato e raggiunge la percentuale del 75%. Rispetto e solidarietà (6%), cultura o tutela ambientale (9%) e salute psico-fisica (10%) costituiscono la percentuale restante.

4.4. Il rispetto dei diritti dei minori

Il successivo punto della nostra analisi cerca di rispondere alla seguente domanda: la Carta di Treviso e il Codice di autoregolamentazione Tv e Minori sono rispettati all'interno dei notiziari delle emittenti locali?

La scheda di rilevamento è stata strutturata in modo tale da poter accertare il rispetto della *privacy* del minore e la tutela del suo sviluppo fisico e psichico, qualora fossero stati trattati argomenti particolarmente delicati all'interno dei telegiornali.

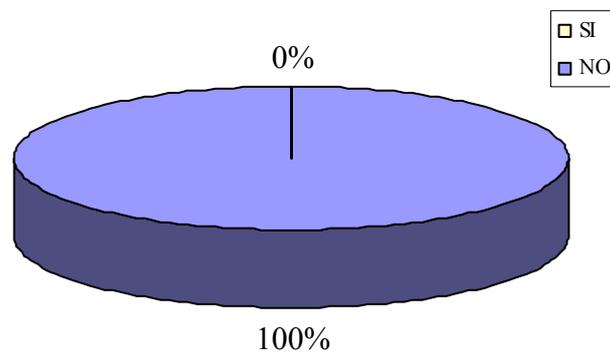
Partendo dai principi cardine sottesi alla Carta e al Codice, sono state elaborate domande al fine di analizzare il livello di attenzione posto

dalle emittenti nella costruzione di notizie nelle quali i principali protagonisti fossero i bambini.

L'articolo 2, comma 3 del Codice di autoregolamentazione Tv e Minori prevede una responsabilità da parte delle Imprese televisive, le quali si impegnano a non trasmettere, all'interno di programmi informativi mandati in onda nella fascia di televisione per tutti (cioè quella tra le ore 7.00 e le ore 22.30), scene di violenza o di sesso gratuite, a meno che non siano esplicitamente necessarie alla comprensione delle notizie. Alla lettera a) del suddetto comma si evince che le Imprese televisive si ripropongono di non trasmettere "sequenze particolarmente crude o brutali o scene che, comunque, possano creare turbamento o forme imitative nello spettatore minore."⁵⁹

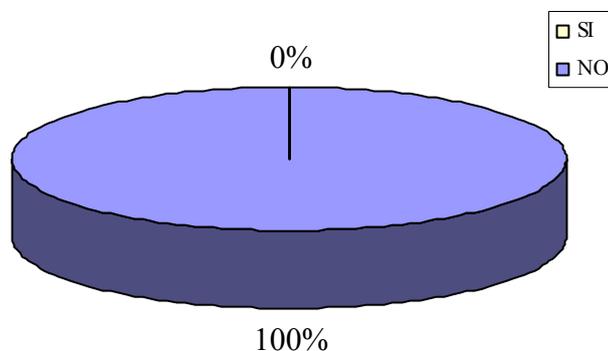
Dal monitoraggio sui telegiornali delle emittenti locali non si è riscontrato nessun episodio di messa in onda di scene che presentassero una brutalità o una crudezza ingiustificate. Nella totalità dei casi, costituito da 93 notizie analizzate nel primo giro e da 71 nel secondo, si è osservato il rispetto della Carta di Treviso e del Codice Tv e Minori.

Grafico 4.4.1. – Presenza di scene brutali o crude, I periodo di analisi (9-18 dicembre 2009)



⁵⁹ Codice di autoregolamentazione Tv e Minori, articolo 2, comma 3, lettera a).

Grafico 4.4.2. – Presenza di scene brutali o crude, II periodo di analisi (10-19 maggio 2010)



Anche per quanto riguarda episodi di discriminazione non sussiste nessun elemento rilevante. I soggetti coinvolti nelle varie notizie sono sempre rappresentati in maniera corretta ed equilibrata.

Grafico 4.4.3. – Discriminazione (per razza, sesso, nazione, ...), I periodo di analisi (9-18 dicembre 2009)

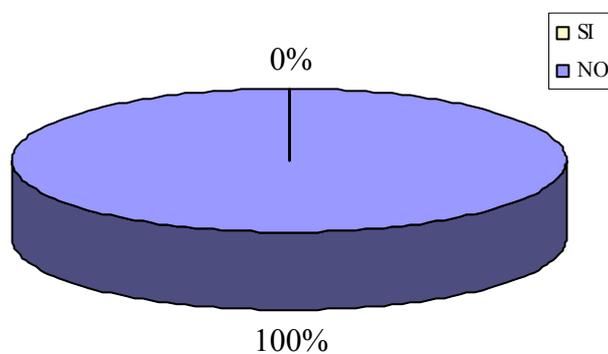
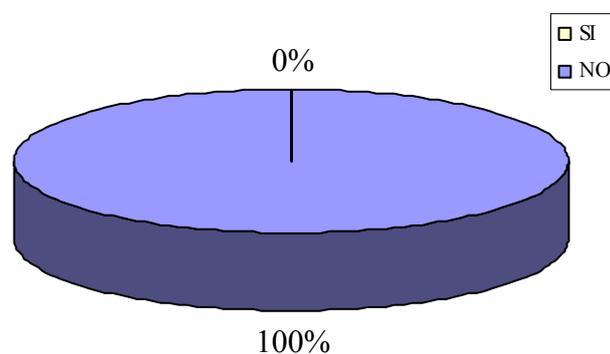


Grafico 4.4.4. – Discriminazione (per razza, sesso, nazione, ...), II periodo di analisi (10-19 maggio 2010)



Con riferimento a particolari episodi di violenza trattati all'interno delle notizie, occorre fare una distinzione tra i due periodi analizzati. Tra il 9 e il 18 dicembre 2009 sono stati individuati quindici episodi di violenza riguardanti minori che si riferivano ai seguenti argomenti:

- _ violenza sessuale e induzione alla prostituzione di minorenni;
- _ pedofilia;
- _ pedopornografia;
- _ tentato stupro;
- _ violenze domestiche.

Grafico 4.4.5. – Episodi di violenza, I periodo di analisi (9-18 dicembre 2009)

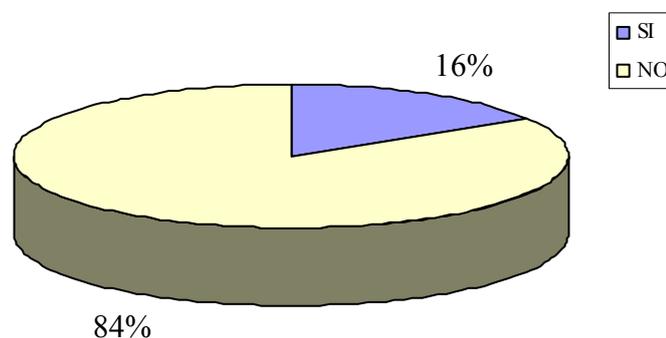
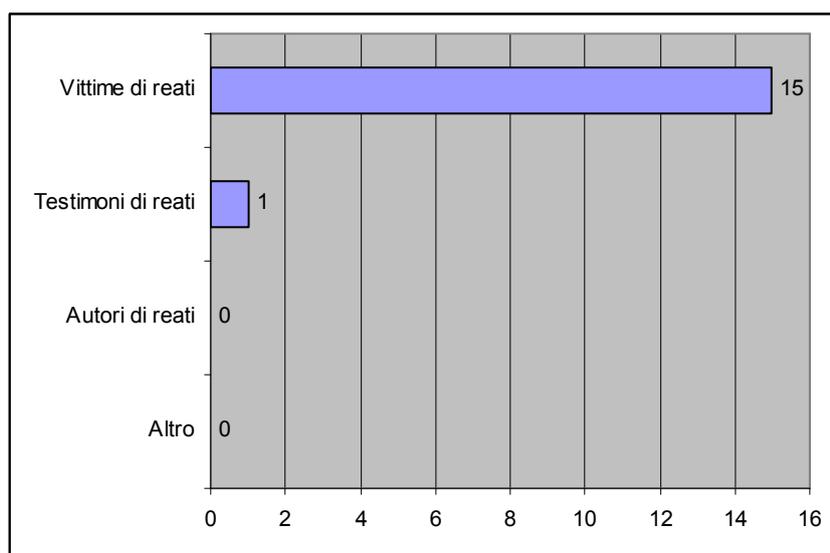


Grafico 4.4.6. – Ruolo dei minori negli episodi di violenza rilevati, I periodo di analisi (9-18 dicembre 2009)



In tutte le notizie, i minori che compaiono ricoprono sempre il ruolo di vittime. Solamente in un caso, quello cioè che fa riferimento alle violenze domestiche, il minore coinvolto è anche testimone di reato in

quanto, oltre a subire maltrattamenti da parte del padre, è stato anche costretto ad assistere a continui soprusi ai danni della madre. Questo conferma con ancora maggiore enfasi la delicata posizione ricoperta dal bambino all'interno del mondo dell'informazione: un soggetto che, a cause della debolezza e della fragilità a esso connaturata, deve più di tutti essere protetto e tutelato.

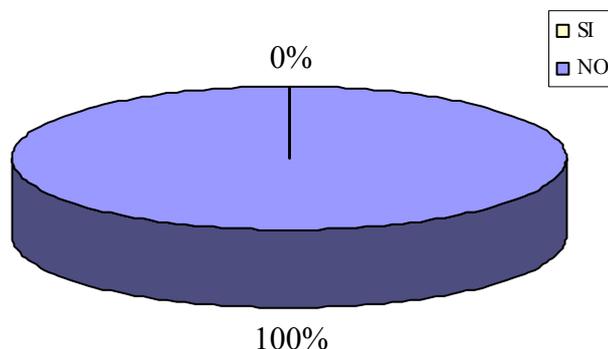
Altro elemento importante consiste nel fatto che i minori coinvolti non sono mai identificabili, nel pieno rispetto dei principi sanciti dalla Carta di Treviso e dal Codice di autoregolamentazione Tv e Minori. Si stabilisce nella Carta, infatti, che “va garantito l'assoluto anonimato del minorenne coinvolto in fatti di cronaca, anche non aventi rilevanza penale ma lesivi della sua personalità, come autore, vittima o teste; [...] va altresì evitata la pubblicazione di tutti gli elementi che possano portare alla sua identificazione, quali le generalità dei genitori, l'indirizzo dell'abitazione o della residenza, la scuola, la parrocchia o il sodalizio frequentati, e qualsiasi altra indicazione o elemento: foto e filmati televisivi non schermati, messaggi e immagini *on-line* che possano contribuire alla sua individuazione. Analogo comportamento deve essere osservato per gli episodi di pedofilia, abusi e reati di ogni genere.”⁶⁰

Ancora, all'interno del Codice Tv e Minori le emittenti si impegnano a “non trasmettere immagini di minori autori, testimoni o vittime di reati e in ogni caso a garantirne l'assoluto anonimato [...]”⁶¹

⁶⁰ Carta di Treviso.

⁶¹ *Codice di autoregolamentazione Tv e minori*, articolo 1, comma 2, lettera a).

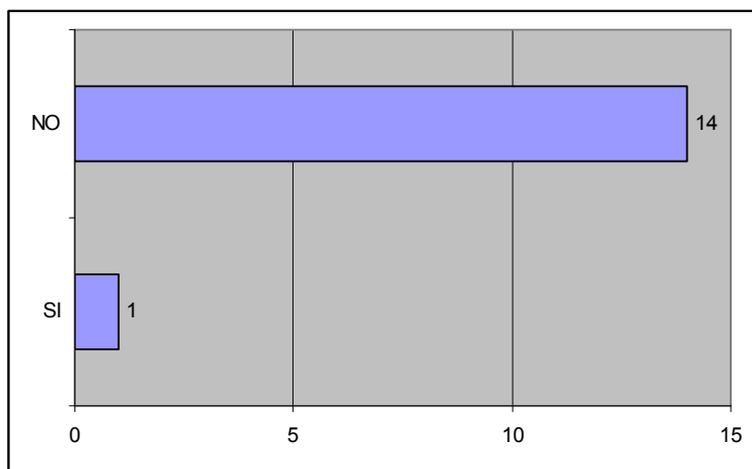
Grafico 4.4.7. – Presenza di elementi che identificano i minori, I periodo di analisi (9-18 dicembre 2009)



Ulteriore elemento d'indagine era costituito dal contesto all'interno del quale si inserivano gli episodi violenti rilevati. Sempre il Codice Tv e Minori afferma che le Imprese televisive devono evitare di utilizzare “in modo strumentale i conflitti familiari come spettacolo creando turbamento nei minori, preoccupati per la stabilità affettiva delle relazioni con i loro genitori.”⁶² Nello specifico, solamente la notizia delle violenze domestiche era contestualizzata all'interno di un conflitto familiare rappresentato, tuttavia, in maniera non strumentale o spettacolare.

⁶² Codice di autoregolamentazione Tv e minori, articolo 2, comma 5, lettera a).

Grafico 4.4.8. – *Minori in contesti di conflitti familiari, I periodo di analisi (9-18 dicembre 2009)*



Passando al secondo periodo, che va dal 10 al 19 maggio 2010, i casi di violenza riscontrati sono stati sedici, classificati nel seguente modo:

- _ tentato infanticidio;
- _ violenza sessuale nei confronti di una minorenne;
- _ scomparsa di una ragazzina undicenne.

Grafico 4.4.9. – *Episodi di violenza, II periodo di analisi (10-19 maggio 2010)*

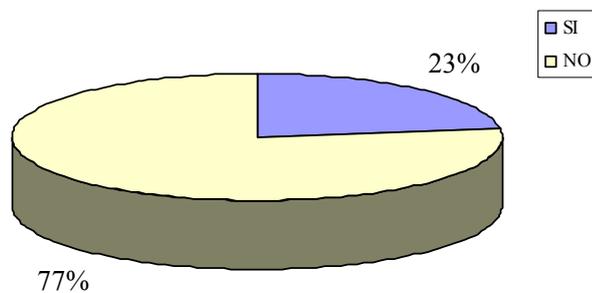
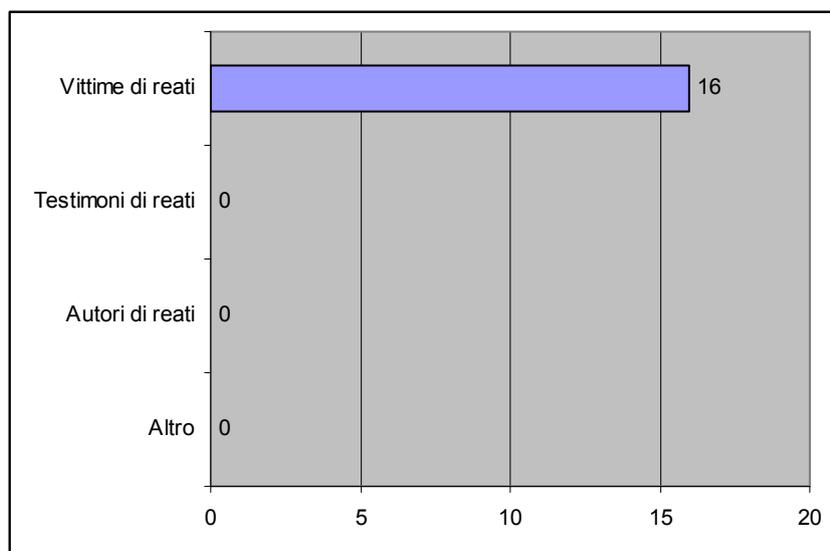


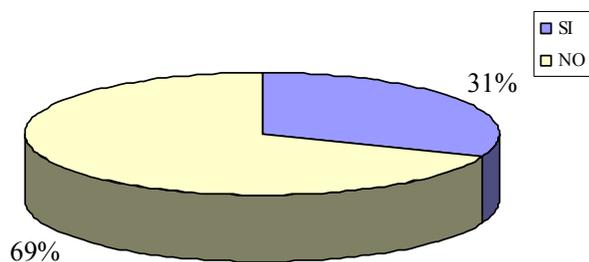
Grafico 4.4.10. – Ruolo dei minori negli episodi di violenza rilevati, II periodo di analisi (10-19 maggio 2010)



Anche nel secondo periodo di analisi i minori sono sempre individuati come vittime di reati e non sono mai presenti elementi tali da poterne permettere un'identificazione o un riconoscimento. Solamente all'interno di cinque notizie sono fornite le generalità di una bambina di undici anni scomparsa da diverso tempo. Tutto ciò è però in linea con quanto sancito dalla Carta di Treviso, la quale prevede la diffusione di questo genere di informazioni. È riportato, infatti, sulla Carta che “se nell'interesse del minore – esempio i casi di rapimento o di bambini scomparsi – si ritiene indispensabile la pubblicazione di dati personali e la divulgazione di immagini, andranno tenuti comunque in considerazione il parere dei genitori e delle autorità competenti.”⁶³

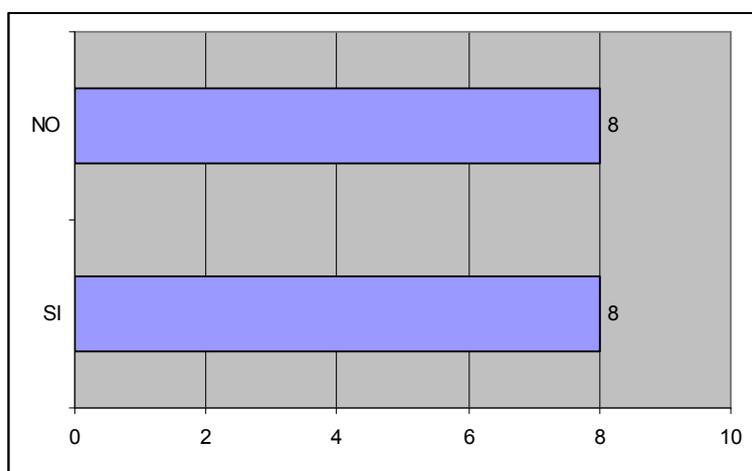
⁶³ Carta di Treviso.

Grafico 4.4.11. – Presenza di elementi che identificano i minori, II periodo di analisi (10-19 maggio 2009)



L'unico caso di violenza all'interno di contesti di conflitto familiare riguarda l'episodio del tentato infanticidio, che ottiene notevole visibilità, venendo riportato in otto notizie. Anche questa volta non c'è una presentazione spettacolare o strumentale dei fatti, i quali sono riferiti per il semplice dovere di cronaca.

Grafico 4.4.12. – Minori in contesti di conflitti familiari, II periodo di analisi (10-19 maggio 2010)



In conclusione si può affermare che, le emittenti monitorate, si sono mostrate rispettose dei principi sanciti all'interno della Carta di Treviso e del Codice di autoregolamentazione Tv e Minori, non facendo riscontrare violazioni a questi due importanti strumenti normativi.

CONCLUSIONI

Diversi fattori hanno contribuito a rendere la televisione il medium preferito dagli adolescenti, *in primis* un numero maggiore di canali tematici ad essi rivolti e poi un nuovo modo di rapportarsi ai media.

Su quest'ultimo aspetto occorre prestare molta attenzione. Mariet⁶⁴ afferma che spesso si rimprovera alla televisione di impedire ai bambini di fare altre cose, mentre è proprio perché spesso ai bambini non vengono proposte altre attività che questi si dedicano alla visione della tv.

Per questo, oggi, non si può non chiedere alla famiglia di praticare un ruolo attivo nel mediare, attraverso chiare regole, l'esposizione dei propri figli alla televisione. Quando le famiglie svolgono la funzione di filtro, i bambini sviluppano senso critico e capacità di scelta, che si esplicano in tempi e modi consapevoli di esposizione alla tv.

Una logica simile può essere sollecitata anche in chi la televisione la fa. Sottoscrivere l'impegno di porre dei vincoli alla programmazione nelle fasce orarie destinate ai minori significa farsi carico di responsabilità che, ovviamente, devono superare i soli interessi economici. Rispetto a tali considerazioni, tuttavia, è da sottolineare come manchi o comunque sia debole, una programmazione adeguata rivolta al pubblico più giovane.

Può assumere un senso, allora, il ruolo delle istituzioni che, coinvolgendo anche il mondo della scuola, si pongono come mediatrici del rapporto tra tv e minori, come avviene da anni nei progetti portati avanti dal CORECOM nelle scuole del territorio emiliano romagnolo.

Dalla nostra esperienza di monitoraggio emerge sempre più che l'immagine dei bambini e degli adolescenti veicolata dall'emittenza locale è quasi sempre associata ad eventi drammatici. Questo è ancor più vero nel caso dei telegiornali che, pur osservando un sostanziale rispetto dei codici di autoregolamentazione e delle carte deontologiche, davvero poco spazio dedicano al bambino nella sua quotidianità. Basti ricordare che su un totale di 67 ore di notiziari monitorati il tempo di parola lasciato ai minori è di soli 10 minuti.

⁶⁴ Mariet F., *Lasciateli guardare la tv. Il nuovo spirito televisivo*, Anicia, Roma, 1992.

Occorre, allora, restituire realtà alla rappresentazione dei bambini nei media, raccontare il loro mondo e la loro vita. Per raggiungere questi fini il CORECOM è entrato nelle scuole con specifici progetti di *Media Education*, come ad esempio quello rivolto agli studenti delle scuole secondarie di primo grado denominato “Vent’anni di Carta di Treviso in Emilia-Romagna. La tutela dei minori nel mondo dell’informazione”. Gli obiettivi del progetto, ancora in corso, possono così essere sintetizzati:

- a) far conoscere ai ragazzi e alle ragazze della scuola secondaria di primo grado della regione Emilia-Romagna la Carta di Treviso grazie alla collaborazione con la Provincia di Treviso;
- b) fare emergere i vissuti degli adolescenti nell’informazione televisiva e via web per tenere alta l’attenzione dei giornalisti sulle fasce di utenti minorenni;
- c) far riflettere gli studenti sui differenti linguaggi utilizzati dalla stampa e dai mezzi di informazione televisiva attraverso un monitoraggio a campione delle principali edizioni dei Tg locali;
- d) produrre un giornale tematico che apra il dibattito su questi temi anche coinvolgendo l’Ordine dei Giornalisti dell’Emilia-Romagna in una conferenza stampa finale;
- e) far conoscere agli insegnanti la Carta di Treviso, proporre un’occasione per riflettere su questi temi anche mettendo a disposizione materiali *ad hoc*.

Alla luce dei risultati dell’esperienza di ricerca, il CORECOM dell’Emilia-Romagna intende rafforzare il proprio ruolo di stimolo e sensibilizzazione nei confronti dei diversi soggetti del sistema dei media. Attivare una sinergia tra le risorse e le competenze proprie, quelle del mondo scolastico e delle emittenti locali, valorizzare le esperienze e l’entusiasmo dei bambini, far crescere la cultura dei diritti dei bambini e dei ragazzi anche nel mondo dei media locali, sono infatti gli obiettivi fondamentali delle campagne di sensibilizzazione legate alla divulgazione del Codice di autoregolamentazione Tv e Minori e della diffusione della Carta di Treviso nelle scuole.

Attraverso queste azioni il CORECOM ha l’ambizione di ribaltare i ruoli tradizionali nella conoscenza del mezzo televisivo da parte dei minori: da spettatori a interpreti attivi, nel tentativo di rendere i bambini consapevoli di poter essere protagonisti nel determinare la

programmazione televisiva e non solo come facile *target* pubblicitario.

Capacità di lettura e capacità di senso critico, in questo caso, nascono dall'interazione diretta con il medium, che, nella più banale delle tautologie, è appunto mezzo (di conoscenza, di svago, di rappresentazione, ecc.) da poter smontare e comprendere per interpretare la realtà che viviamo.

BIBLIOGRAFIA

Aroldi P., *La TV risorsa educativa. Uno sguardo familiare sulla televisione*, Edizioni San Paolo, Milano, 2004

Calabrese O. e Volli U., *I telegiornali. Istruzioni per l'uso*, Editori Laterza, Roma-Bari, 1995.

Caprettini G. P., *Tutta colpa della tivù. I vizi (e le virtù) della nostra, quotidiana «piazza universale»*, Donzelli editore, Roma, 2004

Codeluppi V., *Il potere del consumo*, Bollati Boringhieri, Torino, 2003.

Eurispes, Telefono Azzurro, *10° Rapporto Nazionale sulla Condizione dell'Infanzia e dell'Adolescenza*, Eurilink, Roma, 2009

Grasso A., *Storia della televisione italiana*, Garzanti, Milano, 1992

Laffi S., Bertazzoni A.M., *Bambini e stampa. Famiglie e nuove generazioni nel racconto dei giornali*, Carocci editore, Roma, 2007

Lull J., *In famiglia, davanti alla TV*, Meltemi, Roma, 2003

Mariet F., *Lasciateli guardare la tv. Il nuovo spirito televisivo*, Anicia, Roma, 1992

McQuail D., *Sociologia dei media*, Il Mulino, Bologna, 1996.

Morcellini M. (a cura di), *Società e industria culturale in Italia*, Meltemi, Roma, 1998

Parola A. (a cura di), *Le trappole del verosimile. TV dei ragazzi e qualità: analisi e proposte*, Franco Angeli, Milano, 2009

Popper K., *Cattiva maestra televisione*, Marsilio Editori, Venezia, 2002

Pulcini E., *Click tv, come Internet e il Digitale cambieranno la televisione*, Franco Angeli, Milano, 2006

Wolf M., *Gli effetti sociali dei media*, Milano, Bompiani, 2000

SITI CONSULTATI

Agcom – Autorità per le garanzie nelle comunicazioni
www.agcom.it

Centro Alberto Manzi
www.centroalbertomanzi.it

Centro permanente per l'educazione ai Mass Media Zaffiria
www.zaffiria.it

Comitato Media e Minori
http://www.comunicazioni.it/tutela_minori/comitato_media_e_minori

CORECOM della Regione Emilia-Romagna
<http://assemblealegislativa.regione.emilia-romagna.it/corecom>

Istituto di ricerca Demos & PI
www.demos.it

Eurispes
www.eurispes.it

Il Comunicare, portale informativo di cultura, scienza, tecnologia e media
www.ilcomunicare.it

inSalute, periodico d'informazione della Provincia di Como e Lecco
www.emedeia.it

La Repubblica
www.repubblica.it

Ministero dello Sviluppo Economico – Dipartimento delle comunicazioni
<http://www.urpcomunicazioni.it>

ODG – Ordine dei Giornalisti
www.odg.it

Telefono Azzurro
<http://www.azzurro.it>

FONTI NORMATIVE

Carta di Treviso, varata nel 1990 dall'Ordine dei Giornalisti e da FNSI e modificata nel 2006

Codice di autoregolamentazione Tv e Minori, emanato il 29 novembre 2002 dal Ministero per le Telecomunicazioni

Decreto Legislativo n. 177 del 31 luglio 2005 (Testo unico della radiotelevisione)

Decreto Legislativo n. 44 del 15 marzo 2010

Legge n. 223 del 6 agosto 1990

Legge n. 249 del 31 luglio 1997

Legge Regionale n. 1 del 30 gennaio 2001

Legge Regionale n. 14 del 28 luglio 2008

QUOTIDIANI E RIVISTE

Arcidiacono E., La Pietra L., Turrioni M., *Una Tv formato Internet*, in Famiglia Cristiana, agosto 2010

Barbaglia P., *Una tv da brividi*, in Presenza dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, giugno-luglio 2003, n. 6

Neirotti M., *Basta accanirsi su Yara – I genitori contro i media*, La Stampa, 3 aprile 2011

APPENDICE

CODICE DI AUTOREGOLAMENTAZIONE TV E MINORI

Premessa

Le Imprese televisive pubbliche e private e le emittenti televisive aderenti alle associazioni firmatarie (d'ora in poi indicate come imprese televisive) considerano:

a) che l'utenza televisiva è costituita – specie in alcune fasce orarie – anche da minori;

b) che il bisogno del minore a uno sviluppo regolare e compiuto è un diritto riconosciuto dall'ordinamento giuridico nazionale e internazionale: basta ricordare l'articolo della Costituzione che impegna la comunità nazionale, in tutte le sue articolazioni, a proteggere l'infanzia e la gioventù (art.31) o la Convenzione dell'ONU del 1989 – divenuta legge dello Stato nel 1991, che impone a tutti di collaborare per predisporre le condizioni perché i minori possano vivere una vita autonoma nella società, nello spirito di pace, dignità, tolleranza, libertà, eguaglianza, solidarietà e che fa divieto di sottoporlo a interferenze arbitrarie o illegali nella sua privacy e comunque a forme di violenza, danno, abuso mentale, sfruttamento;

c) che la funzione educativa, che compete innanzitutto alla famiglia, deve essere agevolata dalla televisione al fine di aiutare i minori a conoscere progressivamente la vita e ad affrontarne i problemi;

d) che il minore è un cittadino soggetto di diritti; egli ha perciò diritto a essere tutelato da trasmissioni televisive che possano nuocere alla sua integrità psichica e morale, anche se la sua famiglia è carente sul piano educativo;

e) che, riconosciuti i diritti di ogni cittadino – utente e quelli di libertà di informazione e di impresa, quando questi siano contrapposti a quelli del bambino, si applica il principio di cui all'art.3 della

Convenzione ONU secondo cui “i maggiori interessi del bambino/a devono costituire oggetto di primaria considerazione”.

Tutto ciò premesso, le Imprese televisive ritengono opportuno non solo impegnarsi a uno scrupoloso rispetto della normativa vigente a tutela dei minori, ma anche a dar vita a un codice di autoregolamentazione che possa assicurare contributi positivi allo sviluppo della loro personalità e comunque che eviti messaggi che possano danneggiarla nel rispetto della Convenzione ONU che impegna ad adottare appropriati codici di condotta affinché il bambino/a sia protetto da informazioni e materiali dannosi al suo benessere (art.17).

Il presente Codice è rivolto a tutelare i diritti e l'integrità psichica e morale dei minori, con particolare attenzione e riferimento alla fascia di età più debole (0 –14 anni).

I firmatari si impegnano a rendere il presente Codice quale testo di riferimento unico in materia di autoregolamentazione Tv e minori – fatte salve le ulteriori disposizioni contenute in altri testi, anche adottando specifiche iniziative per rendere omogenei ed uniformare tutti i precedenti Codici nella medesima materia.

Principi generali

Le Imprese televisive, fermo restando il rispetto delle norme vigenti a tutela dei minori e in particolare delle disposizioni contenute nell'art.8, c.1, e nell'art.15, comma 10, della legge n. 223/90, si impegnano a:

a) migliorare ed elevare la qualità delle trasmissioni televisive destinate ai minori;

b) aiutare gli adulti, le famiglie e i minori a un uso corretto ed appropriato delle trasmissioni televisive, tenendo conto delle esigenze del bambino, sia rispetto alla qualità che alla quantità; ciò per evitare il pericolo di una dipendenza dalla televisione e di imitazione dei modelli televisivi, per consentire una scelta critica dei programmi;

c) collaborare col sistema scolastico per educare i minori a una corretta ed adeguata alfabetizzazione televisiva, anche con il supporto di esperti di settore;

d) assegnare alle trasmissioni per minori personale appositamente preparato e di alta qualità;

e) sensibilizzare in maniera specifica il pubblico ai problemi della disabilità, del disadattamento sociale, del disagio psichico in età evolutiva, in maniera di aiutare e non ferire le esigenze dei minori in queste condizioni;

f) sensibilizzare ai problemi dell'infanzia, tutte le figure professionali coinvolte nella preparazione dei palinsesti o delle trasmissioni, nelle forme ritenute opportune da ciascuna Impresa televisiva;

g) diffondere presso tutti i propri operatori il contenuto del presente Codice di autoregolamentazione.

PARTE PRIMA: le norme di comportamento

1. La partecipazione dei Minori alle trasmissioni televisive

1.1. Le Imprese televisive si impegnano ad assicurare che la partecipazione dei minori alle trasmissioni televisive avvenga sempre con il massimo rispetto della loro persona, senza strumentalizzare la loro età e la loro ingenuità, senza affrontare con loro argomenti scabrosi e senza rivolgere domande allusive alla loro intimità e a quella dei loro familiari.

1.2. In particolare, le Imprese televisive si impegnano, sia nelle trasmissioni di intrattenimento che di informazione, a:

a) non trasmettere immagini di minori autori, testimoni o vittime di reati e in ogni caso a garantirne l'assoluto anonimato, anche secondo quanto previsto dall'art. 25 della legge n. 675/96 nonché dal Codice di

deontologia relativo al trattamento dei dati personali nell'esercizio dell'attività giornalistica;

b) non utilizzare minori con gravi patologie o disabili per scopi propagandistici o per qualsiasi altra ragione che sia in contrasto con i loro diritti e che non tenga conto della loro dignità;

c) non intervistare minori in situazioni di grave crisi (per esempio, che siano fuggiti da casa, che abbiano tentato il suicidio, che siano strumentalizzati dalla criminalità adulta, che siano inseriti in un giro di prostituzione, che abbiano i genitori in carcere o genitori pentiti) e in ogni caso a garantirne l'assoluto anonimato;

d) non far partecipare minori a trasmissioni in cui si dibatte se sia opportuno il loro affidamento ad un genitore o a un altro, se sia giustificato un loro allontanamento da casa o un'adozione, se la condotta di un genitore sia stata più o meno dannosa;

e) non utilizzare i minori in grottesche imitazioni degli adulti.

2. La televisione per tutti (7.00 - 22.30)

2.1. La programmazione dalle 7.00 alle 22.30 – pur nella primaria considerazione degli interessi del minore – deve tener conto delle esigenze dei telespettatori di tutte le fasce di età, nel rispetto dei diritti dell'utente adulto, della libertà di informazione e di impresa, nonché del fondamentale ruolo educativo della famiglia nei confronti del minore.

2.2. Tuttavia, nella consapevolezza della particolare attenzione da riservare al pubblico dei minori durante tutta la programmazione giornaliera e tenendo conto che in particolare nella fascia oraria dalle ore 19.00 alle ore 22.30 il pubblico dei minori all'ascolto, pur numeroso, è presumibile sia comunque supportato dalla presenza di un adulto, le Imprese televisive si impegnano a:

a) dare esauriente e preventiva informazione – nell'attività di informazione sulla propria programmazione effettuata, oltre che sulle proprie reti, ad esempio a mezzo stampa, televideo, Internet –

relativamente ai programmi dedicati ai minori e sull'intera programmazione, segnalando in particolare i programmi adatti ad una fruizione familiare congiunta e quelli invece adatti ad una visione per un pubblico più adulto, nonché a rispettare in modo più rigoroso possibile gli orari della programmazione;

b) adottare sistemi di segnalazione dei programmi di chiara evidenza visiva in relazione alla maggiore o minore adeguatezza della visione degli stessi da parte del pubblico dei minori all'inizio di ciascun blocco di trasmissione, con particolare riferimento ai programmi trasmessi in prima serata;

c) nel caso di Imprese televisive nazionali che gestiscono più di una rete con programmazione a carattere generalista e non con caratteristiche tematiche specifiche (quali, ad esempio, sportive o musicali), garantire ogni giorno, in prima serata, la trasmissione di programmi adatti ad una fruizione familiare congiunta almeno su una rete e a darne adeguata informazione.

Fermo restando quanto sopra, in una prospettiva di particolare tutela del minore, le Imprese televisive si impegnano a conformarsi alle seguenti specifiche limitazioni.

2.3. Programmi di informazione

Le Imprese televisive si impegnano a far sì che nei programmi di informazione si eviti la trasmissione di immagini di violenza o di sesso che non siano effettivamente necessarie alla comprensione delle notizie.

Le Imprese televisive si impegnano a non diffondere nelle trasmissioni di informazione in onda dalle ore 7.00 alle ore 22.30:

a) sequenze particolarmente crude o brutali o scene che, comunque, possano creare turbamento o forme imitative nello spettatore minore;

b) notizie che possano nuocere alla integrità psichica o morale dei minori.

Qualora, per casi di straordinario valore sociale o informativo, la trasmissione di notizie, immagini e parole particolarmente forti e impressionanti si renda effettivamente necessaria, il giornalista televisivo avviserà gli spettatori che le notizie, le immagini e le parole che verranno trasmesse non sono adatte ai minori.

Nel caso in cui l'informazione giornalistica riguardi episodi in cui sono coinvolti i minori, le Imprese televisive si impegnano al pieno rispetto e all'attuazione delle norme indicate in questo Codice e nella Carta dei doveri del giornalista per la parte relativa ai "Minori e soggetti deboli".

Le Imprese televisive, con particolare riferimento ai programmi di informazione in diretta, si impegnano ad attivare specifici e qualificati corsi di formazione per sensibilizzare non solo i giornalisti, ma anche i tecnici dell'informazione televisiva (fotografi, montatori, etc.) alla problematica "tv e minori". Le Imprese televisive si impegnano ad ispirare la propria linea editoriale, per i programmi di informazione, a quanto sopra indicato.

2.4. Film, fiction e spettacoli vari

Le Imprese televisive, oltre al pieno rispetto delle leggi vigenti, si impegnano a darsi strumenti propri di valutazione circa l'ammissibilità in televisione dei film, telefilm, tv movie, fiction e spettacoli di intrattenimento vario, a tutela del benessere morale, fisico e psichico dei minori.

Qualora si consideri che alcuni di tali programmi, la cui trasmissione avvenga prima delle ore 22,30, siano prevalentemente destinati ad un pubblico adulto, le Imprese televisive si impegnano ad annunciare, con congruo anticipo, che la trasmissione non è adatta agli spettatori più piccoli. Se la trasmissione avrà delle interruzioni, l'avvertimento verrà ripetuto dopo ogni interruzione. In tale specifica occasione andranno quindi divulgate con particolare attenzione le informazioni di avvertimento sulla natura della trasmissione nonché utilizzati con grande e ripetuto rilievo i sistemi di segnalazione iconografica che le imprese televisive si impegnano ad adottare.

2.5. Trasmissioni di intrattenimento

Le Imprese televisive si impegnano a non trasmettere quegli spettacoli che per impostazione o per modelli proposti possano nuocere allo sviluppo dei minori, e in particolare ad evitare quelle trasmissioni:

a) che usino in modo strumentale i conflitti familiari come spettacolo creando turbamento nei minori, preoccupati per la stabilità affettiva delle relazioni con i loro genitori;

b) nelle quali si faccia ricorso gratuito al turpiloquio e alla scurrilità nonché si offendano le confessioni e i sentimenti religiosi.

3. La televisione per i Minori (16.00 – 19.00)

3.1. Le Imprese televisive si impegnano a dedicare nei propri palinsesti una fascia “protetta” di programmazione, tra le ore 16.00 e le ore 19.00, idonea ai minori con un controllo particolare sia sulla programmazione sia sui promo, i trailer e la pubblicità trasmessi.

3.2. In particolare, le Imprese televisive nazionali che gestiscono più di una rete con programmazione a carattere generalista e non con caratteristiche tematiche specifiche (quali, ad esempio, sportive o musicali), si impegnano a ricercare le soluzioni affinché, nella predetta fascia oraria, su almeno una delle reti da essi gestite si diffonda una programmazione specificatamente destinata ai minori che tenga conto delle indicazioni del presente Codice in materia di programmazione per minori.

3.3. Produzione di programmi

Le Imprese televisive che realizzano programmi per minori si impegnano a produrre trasmissioni:

- a) che siano di buona qualità e di piacevole intrattenimento;
- b) che soddisfino le principali necessità dei minori come la capacità di realizzare esperienze reali e proprie o di aumentare la propria autonomia, nonché a proporre valori positivi umani e civili ed il rispetto della dignità della persona;
- c) che accrescano le capacità critiche dei minori in modo che sappiano fare migliore uso del mezzo televisivo, sia dal punto di vista qualitativo che quantitativo, anche tenendo conto degli attuali e futuri sviluppi in chiave di interattività;
- d) che favoriscano la partecipazione dei minori con i loro problemi, con i loro punti di vista, dando spazio a quello che si sta facendo con loro e per loro nelle città.

Le Imprese televisive si impegnano a curare la qualità della traduzione e del doppiaggio degli spettacoli, tenendo presenti le esigenze di una corretta educazione linguistica dei minori.

3.4. Programmi di informazione destinati ai minori

Le Imprese televisive nazionali che gestiscono di più di una rete con programmazione a carattere generalista e non con caratteristiche tematiche specifiche (quali, ad esempio, sportive o musicali) si impegnano a ricercare le soluzioni per favorire la produzione di programmi di informazione destinati ai minori, possibilmente curati dalle testate giornalistiche in collaborazione con esperti di tematiche infantili e con gli stessi minori. Le Imprese televisive si impegnano altresì a comunicare abitualmente alla stampa quotidiana, periodica e anche specializzata, nonché alle pubblicazioni specificamente dedicate ai minori, la trasmissione di tali programmi e a rispettarne gli orari, fatte salve esigenze eccezionali del palinsesto.

4. La pubblicità

4.1. Le Imprese televisive si impegnano a controllare i contenuti della pubblicità, dei trailer e dei promo dei programmi, e a non trasmettere pubblicità e autopromozioni che possano ledere l'armonico sviluppo della personalità dei minori o che possano costituire fonte di pericolo fisico o morale per i minori stessi dedicando particolare attenzione alla fascia protetta. Volendo garantire una particolare tutela di questa parte del pubblico che ha minore capacità di giudizio e di discernimento nei confronti dei messaggi pubblicitari e nel riconoscere la particolare validità delle norme a tutela dei minori come esplicitate nel Codice di autodisciplina pubblicitaria, promosso dall'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria, le Imprese televisive si impegnano ad accogliere – ove dia garanzie di maggiore tutela – e a rispettare tale disciplina, da considerarsi parte integrante del presente Codice.

In particolare, le Imprese televisive firmatarie si impegnano a rispettare le seguenti indicazioni.

4.2. I livello: protezione generale

La protezione generale si applica in tutte le fasce orarie di programmazione. I messaggi pubblicitari:

a) non debbono presentare minori come protagonisti impegnati in atteggiamenti pericolosi (situazioni di violenza, aggressività, autoaggressività, ecc.);

b) non debbono rappresentare i minori intenti al consumo di alcol, di tabacco o di sostanze stupefacenti, né presentare in modo negativo l'astinenza o la sobrietà dall'alcol, dal tabacco o da sostanze stupefacenti o, al contrario, in modo positivo l'assunzione di alcolici o superalcolici, tabacco o sostanze stupefacenti;

c) non debbono esortare i minori direttamente o tramite altre persone ad effettuare l'acquisto, abusando della loro naturale credulità ed inesperienza;

d) non debbono indurre in errore, in particolare, i minori:

- sulla natura, sulle prestazioni e sulle dimensioni del giocattolo;
- sul grado di conoscenza e di abilità necessario per utilizzare il giocattolo;
- sulla descrizione degli accessori inclusi o non inclusi nella confezione;
- sul prezzo del giocattolo, in particolare modo quando il suo funzionamento comporti l'acquisto di prodotti complementari.

4.3. Il livello: protezione rafforzata

La protezione rafforzata si applica nelle fasce di programmazione in cui si presume che il pubblico di minori all'ascolto sia numeroso ma supportato dalla presenza di un adulto (fasce orarie dalle 7.00 alle ore 16.00 e dalle 19.00 alle ore 22.30).

Durante la fascia di protezione rafforzata non saranno trasmesse pubblicità direttamente rivolte ai minori, che contengano situazioni che possano costituire pregiudizio per l'equilibrio psichico e morale dei minori (ad es. situazioni che inducano a ritenere che il mancato possesso del prodotto pubblicizzato significhi inferiorità oppure mancato assolvimento dei loro compiti da parte dei genitori; situazioni che violino norme di comportamento socialmente accettate o che screditino l'autorità, la responsabilità e i giudizi di genitori, insegnanti e di altre persone autorevoli; situazioni che sfruttino la fiducia che i minori ripongono nei genitori e negli insegnanti; situazioni di ambiguità tra il bene e il male che disorientino circa i punti di riferimento ed i modelli a cui tendere; situazioni che possano creare

dipendenza affettiva dagli oggetti; situazioni di trasgressione; situazioni che ripropongano discriminazioni di sesso e di razza, ecc.).

4.4. III livello: protezione specifica

La protezione specifica si applica nelle fasce orarie di programmazione in cui si presume che l'ascolto da parte del pubblico in età minore non sia supportato dalla presenza di un adulto (fascia oraria di programmazione dalle 16.00 alle 19.00 e all'interno dei programmi direttamente rivolti ai minori).

I messaggi pubblicitari, le promozioni e ogni altra forma di comunicazione commerciale pubblicitaria rivolta ai minori dovranno essere preceduti, seguiti e caratterizzati da elementi di discontinuità ben riconoscibili e distinguibili dalla trasmissione, anche dai bambini che non sanno ancora leggere e da minori disabili.

In questa fascia oraria si dovrà evitare la pubblicità in favore di:

- a) bevande superalcoliche e alcoliche, queste ultime all'interno dei programmi direttamente rivolti ai minori e nelle interruzioni pubblicitarie immediatamente precedenti e successive;
- b) servizi telefonici a valore aggiunto a carattere di intrattenimento così come definiti dalle leggi vigenti;
- c) profilattici e contraccettivi (con esclusione delle campagne sociali).

PARTE SECONDA: le norme di diffusione e attuazione

5. Diffusione del Codice

5.1. Le Imprese televisive si impegnano a dare ampia diffusione al presente Codice di autodisciplina attraverso il mezzo televisivo dedicandogli spazi di largo ascolto. In particolare, nei primi sei mesi di attuazione del presente Codice, le Imprese televisive firmatarie si impegnano a trasmettere con cadenza settimanale, su ciascuna delle reti gestite, un breve spot che illustri i contenuti del Codice, i diritti dei minori e delle famiglie e i riferimenti per trasmettere eventuali segnalazioni.

X

5.2. Le imprese televisive firmatarie del presente Codice si impegnano inoltre, con cadenza annuale a realizzare e diffondere, tramite programmazione di spot sulle proprie reti, una campagna di sensibilizzazione per un uso consapevole del mezzo televisivo con particolare riferimento alla fruizione familiare congiunta. Fermo restando l'obbligo di cadenza annuale sopra richiamato, le predette campagne saranno realizzate da ciascuna emittente compatibilmente con le proprie disponibilità e con la propria linea editoriale.

5.3. Il Comitato di applicazione del Codice può promuovere, infine, campagne di sensibilizzazione sul tema Tv e minori.

6. L'attuazione e il controllo

6.1. Il Comitato di applicazione

L'attuazione del presente Codice è affidata a un "Comitato di applicazione del Codice di autoregolamentazione Tv e minori". Tale Comitato è costituito da quindici membri effettivi, nominati con Decreto dal Ministro delle Comunicazioni d'intesa con l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, in rappresentanza, in parti uguali, rispettivamente delle emittenti televisive firmatarie del presente Codice – su indicazione delle stesse e delle associazioni di categoria – delle istituzioni – tra cui un rappresentante dell'Autorità, un rappresentante del Coordinamento nazionale dei Corecom e il Presidente della Commissione per il riassetto del sistema radiotelevisivo – e degli utenti – questi ultimi su indicazione del Consiglio nazionale degli Utenti presso l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni. Il Presidente è nominato nel medesimo Decreto tra i rappresentanti delle Istituzioni quale esperto riconosciuto della materia. Con i medesimi criteri e modalità sono nominati anche quindici membri supplenti. I membri nominati durano in carica tre anni e decadono qualora non partecipino a tre sedute consecutive del Comitato o ad almeno la metà delle sedute nel corso di un anno solare.

6.2. Competenze e poteri del Comitato

Il Comitato, d'ufficio o su denuncia dei soggetti interessati, verifica, con le modalità stabilite nel Regolamento di seguito indicato, le violazioni del presente Codice. Qualora accerti la violazione del

Codice adotta una risoluzione motivata e determina, tenuto conto della gravità dell'illecito, del comportamento pregresso dell'emittente, dell'ambito di diffusione del programma e della dimensione dell'impresa, le modalità con le quali ne debba essere data notizia.

Il Comitato può inoltre:

a) ingiungere all'emittente, qualora ne sussistano le condizioni, di modificare o sospendere il programma o i programmi indicando i tempi e le modalità di attuazione;

b) ingiungere all'emittente di adeguare il proprio comportamento alle prescrizioni del Codice indicando i tempi e le modalità di attuazione.

Le delibere sono adottate dal Comitato con la presenza di almeno due terzi dei componenti e il voto della maggioranza degli aventi diritto al voto (otto). Le decisioni del Comitato sono inoppugnabili.

6.3. Rapporti con l'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni

Tutte le delibere adottate dal Comitato vengono trasmesse all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni. Qualora il Comitato accerti la sussistenza di una violazione delle regole del presente Codice, oltre ad adottare i provvedimenti di cui al punto precedente, inoltra una denuncia all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni contenente l'indicazione delle disposizioni, anche eventualmente di legge, violate, le modalità dell'illecito, la descrizione del comportamento – anche successivo – tenuto dall'emittente, gli accertamenti istruttori esperiti e ogni altro utile elemento. Tale denuncia viene inviata allo specifico fine di consentire all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni l'esercizio dei poteri alla stessa attribuiti ai sensi dell'art. 15, comma 10, della legge 223/90 e dell'art. 1, comma 6, lett. b), n. 6, con riferimento alla emanazione delle sanzioni previste da tale ultima disposizione al punto 14 e ai commi 31 e 32 dell'art. 1 della stessa legge 249/97.

(NOTA)

Il Comitato provvede inoltre a formulare all'Autorità i pareri che questa ritiene di dovere acquisire nell'esercizio delle proprie funzioni.

(NOTA) Il combinato disposto dell'attuale legislazione vigente in materia di tutela di minori consente all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, in caso di programmi che possano nuocere allo sviluppo psichico o morale dei minori o che contengano scene di violenza gratuita o pornografiche, di irrogare direttamente

sanzioni (l. 223/90 - art. 15, comma 10 e art. 31, comma 3) pari al pagamento di una somma da 5.000 a 20.000 euro nonché, in caso di mancata ottemperanza ad ordini e diffide dell'Autorità in materia di tutela dei minori, anche tenendo conto dei Codici di autoregolamentazione, (legge 249/97 - art.1, comma 6, lett. b), nn. 6 e 14 e commi 31 e 32), di irrogare sanzioni pari al pagamento di una somma da 10.000 a 250.000 euro con, in caso di grave e reiterata violazione, la sospensione o la revoca della licenza o dell'autorizzazione.

6.4. Regolamento di funzionamento del Comitato

Il Comitato, entro trenta giorni dalla sua seduta costitutiva, adotta di comune accordo un Regolamento di funzionamento nel quale si disciplinano:

- a) I requisiti minimi e i termini per l'ammissibilità delle segnalazioni di violazione del Codice da qualsiasi utente - cittadino o soggetto che abbia interesse;
- b) le modalità per l'archiviazione delle segnalazioni prive dei requisiti minimi o comunque manifestamente infondate;
- c) l'organizzazione interna del Comitato che può prevedere la designazione di relatori o l'istituzione di sezioni istruttorie ognuna delle quali rappresentative delle diverse componenti;
- d) le modalità di istruttoria ordinaria e i termini per la decisione del Comitato, dando notizia dell'esito all'interessato;
- e) le modalità di istruttoria d'urgenza, nei casi di maggiore gravità, ed i termini per la decisione del Comitato;
- f) le modalità per assicurare il contraddittorio all'emittente interessata e, qualora ritenuto opportuno, al segnalante nelle diverse fasi dell'istruttoria e del dibattimento;
- g) le modalità di collaborazione con l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni d'intesa con la stessa Autorità;
- h) le modalità di comunicazione delle delibere ai soggetti interessati;
- i) le modalità di pubblicazione periodica delle delibere del Comitato e della osservanza delle stesse da parte delle emittenti.

Il Comitato procede ad aggiornare od integrare il Regolamento nonché può formulare proposte di modifiche ed integrazioni al Codice medesimo.

Al Codice possono inoltre aderire, anche successivamente, ulteriori soggetti.

6.5. Associazione

Le emittenti firmatarie del presente Codice si impegnano, entro i trenta giorni successivi all'approvazione del presente Codice, a costituire tra esse un'Associazione con lo scopo di garantire il funzionamento sul piano operativo e finanziario del Comitato di applicazione, compatibilmente alle disponibilità di ciascun soggetto, ricercando altresì forme di finanziamento e sostegno anche da parte di enti istituzionali.

CARTA DI TREVISO

Premessa

La Carta di Treviso entra nel mondo globalizzato del terzo millennio

La Carta di Treviso, documento e codice deontologico varato ed approvato nel 1990 dall'Ordine dei giornalisti e dalla Fnsi -di intesa con Telefono Azzurro e con Enti e Istituzioni della Città di Treviso- trae ispirazione dai principi e dai valori della nostra Carta costituzionale, dalla Convenzione dell'Onu del 1989 sui diritti dei bambini e dalle Direttive europee.

La Carta di Treviso costituisce norma vincolante di autoregolamentazione per i giornalisti italiani, nonché guida ideale e pratica per tutta la categoria dei comunicatori.

Dopo la nascita della Carta di Treviso, 10 ottobre 1990, integrata da un ulteriore documento deontologico -Vademecum Treviso '95- il tema della tutela dei minori nei media è stato al centro di numerose iniziative, istituzionali ed associative, con la creazione di codici di autoregolamentazione che le diverse categorie di operatori hanno emanato.

Tv, stampa, cinema, pubblicità ed Internet sono mezzi di comunicazione talmente integrati nella società che svolgono un importante e indispensabile ruolo di informazione oltre che di formazione, soprattutto nei confronti delle giovani generazioni.

È quindi necessario ed improrogabile attivare azioni specifiche per una maggiore conoscenza ed una più rigorosa osservanza delle regole e dei codici di autoregolamentazione, attraverso gli strumenti già previsti dalla Carta di Treviso 1990 e dal Vademecum 1995 che già tanti effetti positivi hanno fatto registrare nel corso di questi tre lustri.

L'aggiornamento della Carta di Treviso, a 15 anni dalla sua nascita, diventa così una naturale conseguenza operativa ed un coerente impegno deontologico che il Consiglio nazionale dell'Ordine dei

giornalisti si è assunto alla luce delle nuove realtà emergenti che caratterizzano il mondo dell'informazione nel terzo millennio e degli scenari culturali e sociali dell'Europa Unita.

CARTA DI TREVISO

Ordine dei giornalisti e Fnsi, nella convinzione che l'informazione debba ispirarsi al rispetto dei principi e dei valori su cui si radica la nostra Carta costituzionale ed in particolare:

- il riconoscimento che valore supremo dell'esperienza statale e comunitaria è la persona umana con i suoi inviolabili diritti che devono essere non solo garantiti, ma anche sviluppati, aiutando ogni essere umano a superare quelle condizioni negative che impediscono di fatto il pieno esplicarsi della propria personalità;
- l'impegno di tutta la Repubblica, nelle sue varie articolazioni istituzionali, a proteggere l'infanzia e la gioventù per attuare il diritto alla educazione ed una adeguata crescita umana;

dichiarano di assumere i principi ribaditi nella Convenzione Onu del 1989 sui diritti del bambino e nelle Convenzioni europee che trattano della materia, prevedendo le cautele per garantire l'armonico sviluppo delle personalità dei minori in relazione alla loro vita e al loro processo di maturazione, ed in particolare:

- che il bambino deve crescere in una atmosfera di comprensione e che "per le sue necessità di sviluppo fisico e mentale ha bisogno di particolari cure e assistenza";
- che in tutte le azioni riguardanti i minori deve costituire oggetto di primaria considerazione "il maggiore interesse del bambino" e che perciò tutti gli altri interessi devono essere a questo sacrificati;
- che nessun bambino dovrà essere sottoposto ad interferenze arbitrarie o illegali nella sua "privacy" né ad illeciti attentati al suo onore e alla sua reputazione;
- che le disposizioni che tutelano la riservatezza dei minori si fondano sul presupposto che la rappresentazione dei loro fatti di vita possa arrecare danno alla loro personalità. Questo

rischio può non sussistere quando il servizio giornalistico dà positivo risalto a qualità del minore e/o al contesto familiare in cui si sta formando;

- che lo Stato deve incoraggiare lo sviluppo di appropriati codici di condotta affinché il bambino sia protetto da informazioni e messaggi multimediali dannosi al suo benessere psico-fisico;
- che gli Stati devono prendere appropriate misure legislative, amministrative, sociali ed educative per proteggere i bambini da qualsiasi forma di violenza, abuso, sfruttamento e danno.

Ordine dei giornalisti e Fnsi sono consapevoli che il fondamentale diritto all'informazione può trovare dei limiti quando venga in conflitto con i diritti dei soggetti bisognosi di una tutela privilegiata. Pertanto, fermo restando il diritto di cronaca in ordine ai fatti e alle responsabilità, va ricercato un equilibrio con il diritto del minore ad una specifica e superiore tutela della sua integrità psico-fisica, affettiva e di vita di relazione.

Si richiamano di conseguenza le norme previste dalle leggi in vigore.

Sulla base di queste premesse e delle norme deontologiche contenute nell'art. 2 della legge istitutiva dell'Ordine dei giornalisti, nonché di quanto previsto dal codice deontologico allegato al Codice in materia di protezione dei dati personali (D.lg. 196/2003), ai fini di sviluppare una informazione sui minori più funzionale alla crescita di una cultura dell'infanzia e dell'adolescenza, l'Ordine dei giornalisti e la Fnsi individuano le seguenti norme vincolanti per gli operatori dell'informazione:

1. i giornalisti sono tenuti ad osservare tutte le disposizioni penali, civili ed amministrative che regolano l'attività di informazione e di cronaca giudiziaria in materia di minori, in particolare di quelli coinvolti in procedimenti giudiziari;
2. va garantito l'anonimato del minore coinvolto in fatti di cronaca, anche non aventi rilevanza penale, ma lesivi della sua personalità, come autore, vittima o teste; tale garanzia viene meno allorché la pubblicazione sia tesa a dare positivo risalto a qualità del minore e/o al contesto familiare e sociale in cui si sta formando;

3. va altresì evitata la pubblicazione di tutti gli elementi che possano con facilità portare alla sua identificazione, quali le generalità dei genitori, l'indirizzo dell'abitazione o della residenza, la scuola, la parrocchia o il sodalizio frequentati, e qualsiasi altra indicazione o elemento: foto e filmati televisivi non schermati, messaggi e immagini on-line che possano contribuire alla sua individuazione. Analogo comportamento deve essere osservato per episodi di pedofilia, abusi e reati di ogni genere;
4. per quanto riguarda i casi di affidamento o adozione e quelli di genitori separati o divorziati, fermo restando il diritto di cronaca e di critica circa le decisioni dell'autorità giudiziaria e l'utilità di articoli o inchieste, occorre comunque anche in questi casi tutelare l'anonimato del minore per non incidere sull'armonico sviluppo della sua personalità, evitando sensazionalismi e qualsiasi forma di speculazione;
5. il bambino non va intervistato o impegnato in trasmissioni televisive e radiofoniche che possano ledere la dignità o turbare il suo equilibrio psico-fisico, né va coinvolto in forme di comunicazioni lesive dell'armonico sviluppo della sua personalità, e ciò a prescindere dall'eventuale consenso dei genitori;
6. nel caso di comportamenti lesivi o autolesivi – suicidi, gesti inconsulti, fughe da casa, microcriminalità, ecc. – posti in essere da minorenni, fermo restando il diritto di cronaca e l'individuazione delle responsabilità, occorre non enfatizzare quei particolari che possano provocare effetti di suggestione o emulazione;
7. nel caso di minori malati, feriti, svantaggiati o in difficoltà occorre porre particolare attenzione e sensibilità nella diffusione delle immagini e delle vicende al fine di evitare che, in nome di un sentimento pietoso, si arrivi ad un sensazionalismo che finisce per divenire sfruttamento della persona;
8. se, nell'interesse del minore -esempio i casi di rapimento o di bambini scomparsi- si ritiene indispensabile la pubblicazione di dati personali e la divulgazione di immagini, andranno tenuti comunque in considerazione il parere dei genitori e delle autorità competenti;

9. particolare attenzione andrà posta nei confronti di strumentalizzazioni che possano derivare da parte di adulti interessati a sfruttare, nel loro interesse, l'immagine, l'attività o la personalità del minore;
10. tali norme vanno applicate anche al giornalismo on-line, multimediale e ad altre forme di comunicazione giornalistica che utilizzino innovativi strumenti tecnologici per i quali dovrà essere tenuta in considerazione la loro prolungata disponibilità nel tempo;
11. tutti i giornalisti sono tenuti all'osservanza di tali regole per non incorrere nelle sanzioni previste dalla legge istitutiva dell'Ordine.

Ordine dei giornalisti e Fnsi raccomandano ai direttori e a tutti i redattori l'opportunità di aprire con i lettori un dialogo capace di andare al di là della semplice informazione; sottolineano l'opportunità che, in casi di soggetti deboli, l'informazione sia il più possibile approfondita con un controllo incrociato delle fonti, con l'apporto di esperti, privilegiando, ove possibile, servizi firmati e in ogni modo da assicurare un approccio al problema dell'infanzia che non si limiti all'eccezionalità dei casi che fanno clamore, ma che approfondisca - con inchieste, speciali, dibattiti- la condizione del minore e le sue difficoltà, nella quotidianità.

Ordine dei giornalisti e Fnsi si impegnano, per le rispettive competenze:

1. a individuare strumenti e occasioni che consentano una migliore cultura professionale;
2. ad evidenziare nei testi di preparazione all'esame professionale i temi dell'informazione sui minori e i modi di rappresentazione dell'infanzia;
3. a invitare i Consigli regionali dell'Ordine dei giornalisti e le Associazioni regionali di stampa, con l'eventuale contributo di altri soggetti della categoria, a promuovere seminari di studio sulla rappresentazione dei soggetti deboli;
4. ad attivare un filo diretto con le varie professionalità impegnate per una tutela e uno sviluppo del bambino e dell'adolescente;

5. a coinvolgere i soggetti istituzionali chiamati alla tutela dei minori;
6. a consolidare il rapporto di collaborazione con gli organismi preposti all'ottemperanza delle leggi e delle normative in materia radiotelevisiva e multimediale;
ad auspicare, da parte di tutte le Associazioni dei comunicatori, un impegno comune a tutelare l'interesse dell'infanzia nel nostro Paese;
7. a proseguire la collaborazione con la Fieg per un impegno comune a difesa dei diritti dei minori;
8. a richiamare i responsabili delle reti radiotelevisive, i provider, gli operatori di ogni forma di multimedialità ad una particolare attenzione ai diritti del minore anche nelle trasmissioni di intrattenimento, pubblicitarie e nei contenuti dei siti Internet.

NORME ATTUATIVE

L'Ordine dei giornalisti e la Fnsi si impegnano a:

- a) promuovere l'Osservatorio previsto dalla Carta di Treviso 1990;
- b) diffondere la normativa esistente;
- c) contemplare la sanzione accessoria della pubblicazione del provvedimento disciplinare;
- d) coinvolgere le scuole di giornalismo come centri di sensibilizzazione delle problematiche inerenti ai minori.

(Testo approvato dal Consiglio nazionale dell'Ordine dei giornalisti nella seduta del 30 marzo 2006 e aggiornato con le osservazioni dell'Autorità Garante per la protezione dei dati personali)

CORECOM

Il Comitato Regionale per le Comunicazioni (CORECOM) svolge funzioni di governo e controllo del sistema delle comunicazioni sul territorio regionale. E' stato istituito dalla Legge Regionale n. 1/2001 e successive modifiche.

Il CORECOM è al tempo stesso organo regionale, organo che svolge funzioni delegate dall'AGCOM e organo che svolge funzioni amministrative per conto del Ministero dello Sviluppo Economico – Dipartimento delle Comunicazioni.

Tra le varie attività, particolare attenzione è riservata alla tutela dei minori.

CORECOM

Assemblea legislativa della Regione Emilia-Romagna

Viale Aldo Moro, 44 – 40127 Bologna

Tel. 051 – 527.6372 / 6379

Fax. 051 – 527.5059

Email: corecom@regione.emilia-romagna.it

<http://assemblealegislativa.regione.emilia-romagna.it/corecom>

Finito di stampare nel mese di maggio 2011 presso il Centro stampa della Regione Emilia-Romagna.