

**CHILD GUARDIAN AWARD 2010**

**3<sup>a</sup> Edizione Italiana**



# Proteggere i Minori Tutelarne l'immagine



Aiuto all'infanzia in difficoltà



Fondazione Terre des Hommes Italia Onlus - Viale Monza 57 – 20125 Milano (Italy)  
Tel. +39 02 28970418 – Fax +39 02 26113971 - [www.terredeshommes.it](http://www.terredeshommes.it) - [info@tdhitaly.org](mailto:info@tdhitaly.org)

Member of **Terre des Hommes International Federation**

---

#### **DONAZIONI**

- > Conto corrente postale n. 321208
  - > Bonifico bancario su Monte dei Paschi di Siena IBAN IT53Z0103001650000001030344
  - > Online [www.terredeshommes.it/ecom/donazione\\_online.php](http://www.terredeshommes.it/ecom/donazione_online.php)
  - > RID bancario (per informazioni tel. +39 02 28970418)
- 

#### **DOSSIER CHILD GUARDIAN AWARD 2010**

Progetto editoriale: Terre des Hommes - Supervisione: Rossella Panuzzo, Paolo Ferrara  
Grafica: Francesca Miele, [mielefrancesca@gmail.com](mailto:mielefrancesca@gmail.com) - Stampa: Pubblistampa Arti Grafiche - Pergine Valsugana (TN)  
*Stampato su carta ecologica naturale Serixo con cellulosa proveniente da foreste amministrate sbiancata senza uso di cloro*

---

Foto copertina e retro: Bruno Neri

---

Child Guardian Award - Un appuntamento annuale	4
Da mezzo secolo dalla parte dei bambini	5
Promotori della ricerca “Bambini e Nuovi Media”	6
Introduzione di Laura La Posta	7

---

<b>La ricerca di Peole “Bambini e Nuovi Media”</b>	9
di V. Capece, F. Donati, I. Spillari, R. Vigliani, S. Zanconi	
Il rapporto Bambini-Media visto dai bambini	10
Il rapporto Bambini-Media visto dai genitori	13
Conclusioni	17
Metodologia della ricerca	18

---

<b>Commenti alla ricerca</b>	
Enrico Manca, Fondazione Bordoni	20
Marco Pancini, Google Italy	20
Caterina Torcia, Vodafone Italia	21
Paolo Ferrara, Terre des Hommes	22
Ilaria Catastini, Hill & Knowlton Gaia	24
Silvia Kanizsa, Università degli Studi Bicocca di Milano	24
Gianna Terzani, AssoComunicazione	26
Patrizia Boglione, Art Directors Club Italiano	27

---

<b>La Campagna “IO Proteggo i Bambini” di Terre des Hommes</b>	28
--	----

---

# Child Guardian Award

Un appuntamento annuale



Questo premio è dedicato a quelle aziende che hanno dimostrato di saper coniugare il rispetto dei diritti dell'infanzia con un linguaggio comunicativo efficace.

Terre des hommes vuole portare all'attenzione di media e delle imprese la necessità di tutelare i diritti dei bambini nelle campagne pubblicitarie.

In collaborazione con **Gruppo 24 ORE**, **Fondazione Pubblicità Progresso** e **Comune di Milano**, la terza

edizione italiana del Child Guardian Award ha ricevuto l'adesione del **Presidente della Repubblica Giorgio Napolitano**, che ha concesso una sua **speciale medaglia**, quale segno concreto di apprezzamento per l'iniziativa.

Il Premio è patrocinato da Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca; Ministro del Lavoro, Salute e Politiche Sociali; Regione Lombardia; Provincia di Milano; Comune di Milano; Segretariato Sociale RAI.

Il premio può contare su un Comitato d'Onore e su una Giuria di esperti che analizza e premia le campagne meritevoli. Una Giuria dei Piccoli assegna un Premio Speciale.



**Ria & Partners S.p.A.**



La cultura dei fatti



Fondazione per la  
Comunicazione Sociale

## Il Comitato d'Onore

Alfonso Dell'Erario - Gruppo 24 ORE; Maurizio Finicelli - Ria & Partners; Silvia Kanizsa - Università degli studi Bicocca; Pina Lalli - Università di Bologna; Novo Umberto Maerna - Provincia di Milano; Enrico Manca - Fondazione Ugo Bordoni; Mariolina Moioli - Comune di Milano; Gina Nieri - Gruppo Mediaset; Marco Pancini - Google; Carlo Romeo - Segretariato Sociale Rai; Maria Luisa Sangiorgio - Corecom Lombardia; Maurizio Spagnulo - Fiat; Caterina Torcia - Vodafone.

## La Giuria

Alberto Contri - Presidente Fondazione Pubblicità Progresso; Edoardo Aimetti - MTV, Patrizia Boglione - ADCL; Daniela Brancati - Osservatorio sull'Immagine dei Minori in TV e pubblicità; Ugo Castellano - Fondazione Sodalitas; Ilaria Catastini - Anima; Angela D'Amelio - Consigliere UNICOM; Beppe Facchetti - Assorel; Gaetano Galeone - Terre des Hommes; Vincenzo Guggino - Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria (IAP); Giovanna Maggioni - Associazione Utenti Pubblicità (UPA); Paolo Mamo - Altavia Italia; Joseph Moyersoen - Esperto diritti dei minori; Manfredi Palmeri - Presidente del Consiglio Comunale di Milano; Francesca Romana Puggelli - Università Cattolica; Vincenzo Russo - Università IULM; Rossella Sobrero - Federazione Relazioni Pubbliche Italiana (FERPI); Gianna Terzani - AssoComunicazione.

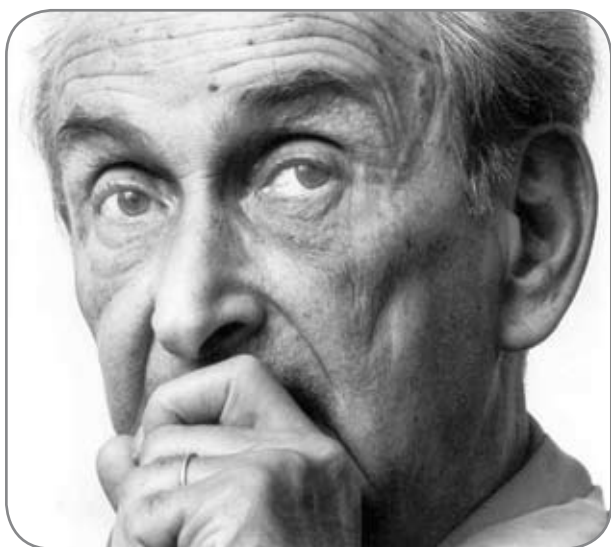
## La Giuria dei Piccoli

Alunni delle scuole primarie e secondarie milanesi.

## Aziende partecipanti all'edizione 2010

A.C. Milan • Assicurazioni Generali • Balconi Dolciaria • Banca Intesa San Paolo • Bauli • Boscolo Hotel • Brevi • Costa Crociere • Henkel Italia • Kellogg's • Muffin&Co • Laboratori Alter • LeBebé • Lufthansa • Mattel (Fisher-Price) • Mellin • Mirtillo • Moby • Moretti • Compact • MSC Crociere • Nerea spa • Nestlé Italia • Nikon • Original Marines • Petit Bateau • Peugeot • Quercetti & C. • Tenneco Automotive Italia • Hogan-Tod's Group • Unilever Italia • Valtur • Veneta Cucine • Vigorplant • Weleda Italia.

## Da mezzo secolo dalla parte dei bambini



*“Finché un solo bambino rimarrà affamato, malato, abbandonato, infelice e sofferente, chiunque sia, dovunque sia, il movimento Terre des Hommes\*, creato per questo scopo, si impegnerà per il suo immediato e completo soccorso [...]. Senza pregiudizi politici, religiosi o razziali, Terre des Hommes è costituita solamente da esseri umani che lavorano per altri esseri umani, nasce da un atto di giustizia, non di condiscendenza, in uno spirito il più vicino possibile all'anonimato”. (Carta di Terre des Hommes, 1960)*

Cinquanta anni fa così scriveva **Edmond Kaiser**, giornalista svizzero che, dopo un viaggio nell'**Algeria** in guerra, non riuscì più a dimenticare le terribili condizioni in cui versavano i bambini, le vittime più vulnerabili di ogni conflitto o emergenza umanitaria. Chiamando a raccolta tutti coloro che condividevano la sua urgenza di giustizia nel 1960 fonda a **Losanna** il movimento **Terre des Hommes**, che negli anni a seguire lancerà campagne a favore dei bambini vittime della guerra e delle malattie in **Vietnam, Bangladesh, Palestina, Libano, Biafra, Cambogia, Ruanda**.

Già nel 1966 i gruppi formati nei vari Stati europei dagli aderenti al movimento sentono l'esigenza di costituire la **Federazione Internazionale Terre des Hommes**.

I programmi di aiuto diretto all'infanzia proseguono in tutto il mondo.

Nel 1989, su iniziativa di un gruppo di professionisti, imprenditori ed esponenti della società civile, nasce a Milano l'associazione **Terre des Hommes Italia** che nel 1994 diventa **Fondazione**. La sua attività di cooperazione allo sviluppo e aiuto umanitario nel Sud del mondo si abbina sempre alla sensibilizzazione dell'opinione pubblica e delle istituzioni nazionali e internazionali sulle violazioni dei diritti dei bambini. Principale punto di riferimento è la **Convenzione sui diritti dell'Infanzia**, approvata dall'ONU nel 1989 e ratificata dall'Italia nel 1991.

### La difesa dei diritti

#### Alcune delle tappe dell'impegno di Terre des hommes in Italia:

- ▶ Genova, 9 e 10 dicembre 1996 - Convegno “il bambino e la violenza sessuale”;
- ▶ Roma, 19 giugno 1998 - Convegno internazionale “International Criminal Court and Children's Voice per il lancio dell'“Appello di Losanna” - Campagna internazionale per il riconoscimento dei crimini contro l'infanzia quali crimini contro l'umanità nello Statuto della Corte Penale Internazionale;
- ▶ Roma, 11 e 12 luglio 2002 - Convegno internazionale “Il traffico dei minori: piccoli schiavi senza frontiere”;
- ▶ Roma 2004 - Tavola Rotonda “La legge contro il traffico di persone: parlano le procure” sull'analisi ed efficacia della L.228/03 ad un anno dalla sua emanazione;
- ▶ Roma, 3 giugno 2009 - Presentazione della ricerca “Minori erranti. L'accoglienza e i percorsi di protezione”, sulla tutela dei minori migranti non accompagnati in Italia. TDH in qualità di membro del Gruppo di lavoro per la CRC (Child Rights Convention) è inoltre costantemente impegnata nel monitoraggio dell'applicazione della Convenzione ONU sui Diritti dell'Infanzia in Italia. Tra le campagne più importanti promosse da TDHIF ricordiamo: le campagne internazionali Stop Child Trafficking e Please Disturb! contro il traffico sui bambini e la violenza sessuale. Dal 2007 TDH, in linea con la Global Campaign for Education, si batte per difendere il diritto all'istruzione primaria in tutto il mondo con la campagna IOsonopresente. Nel novembre 2008, riproponendo in Italia un'esperienza di grande successo della Fondazione Terre des hommes Losanna, TDH lancia la 1° edizione del Child Guardian Award, dedicato alle campagne commerciali che rispettano l'immagine dei bambini. Nel 2009 ha lanciato la **Campagna Fiocco Giallo - IO Proteggo i Bambini**, portando in Italia la **Giornata Mondiale per la prevenzione dell'abuso sull'infanzia (19 novembre)** promossa da 785 organizzazioni in tutto il mondo.

### Come opera Terre des Hommes

Terre des Hommes Italia oggi è presente in 23 paesi di tre continenti con 87 progetti in settori quali salute di base e protezione materno-infantile, educazione di base, formazione professionale, protezione dei bambini di strada e in conflitto con la legge, promozione e sviluppo di attività generatrici di reddito e di sviluppo delle risorse naturali.

I paesi: Algeria, Bangladesh, Birmania/Myanmar, Burkina Faso, Colombia, Rep. Dem. Congo, Costa d'Avorio, Ecuador, Giordania, India, Indonesia, Iraq, Italia, Libano, Mauritania, Mozambico, Namibia, Nicaragua, Palestina, Perù, Siria, Thailandia, Zimbabwe. Nel 2009 gli interventi di TDH nel mondo hanno raggiunto oltre 380.000 beneficiari diretti e circa 2.362.000 beneficiari indiretti.

\* Il nome, che significa letteralmente “Terra degli uomini”, è ispirato all'omonimo libro di Antoine de Saint-Exupéry, l'autore de “Il Piccolo Principe”, di cui gli eredi hanno concesso l'utilizzo.

**La ricerca “Bambini e Nuovi Media”  
è promossa e sostenuta da**



e con il contributo di **Corecom Lombardia**



## Introduzione di Laura La Posta

Caporedattrice del Sole 24 Ore - Responsabile dell'inserto "Rapporti"

*Finirà che saranno i genitori a dover tornare a studiare. Che saranno i loro figli a scuotere la testa dicendo "ma come fai a non sapere ancora l'abc?". Di certo, l'analfabetismo tecnologico che si può riscontrare in una parte (la maggior parte?) dei genitori di adolescenti italiani non può durare. Per due motivi.*

Si sta scavando un **fossato sempre più profondo**, tra ragazzi altamente competenti in materia di navigazione online, social network, home theatre, elettronica di consumo, console per videogiochi, smart phones, i-Pad e persino micro-programmazione informatica e i loro genitori che hanno fatto fatica persino a installare il semplice decoder del digitale terrestre. Che canale di comunicazione può aprirsi se alla domanda "che hai fatto oggi?" un ragazzo ti risponde "dopo i compiti ci siamo sentiti tutti su Facebook e siamo andati da Paolo a vedere il suo i-Pad nuovo e su twitter abbiamo stroncato il rinvio di Gran Turismo 5"? E sbirciare online sul suo computer non migliora la situazione, davanti a frasi come "trovo Gnome così leggero ma anche configurabile e carino che mi piace ben più di Aero di Winzozz o di Aqua di Mac". I genitori della categoria "compiaciuti" (uno su quattro in Italia) fotografati dalla bella ricerca Terre des Hommes-People qui stampata diranno: "che importa? Basta che loro, i giovani, sappiano queste cose che gli saranno utili nella vita, non occorre che le capisca anch'io". E no, invece. Per due ordini di motivi.

Innanzitutto, **un genitore che si dimostra poco competente perde credibilità agli occhi dei figli.**

Basta vedere lo sguardo spento di sufficienza che fanno molti ragazzi quando la madre annuncia "Basta adesso, spegni quel pc e vai a fare i compiti". Per fregarla, basta che il giovane dica: "mamma, sto facendo i compiti nella mia community di homeworking, intanto faccio una ricerca su Google e twitto i risultati del problema di matematica ai compagni". La povera analfabeta hi-tech - lo dico da mamma, con un briciolo di preoccupazione - si ritirerà in buon ordine o proverà a controllare? E con quali strumenti cognitivi?

Il secondo motivo che dovrebbe spingere la categoria di genitori "permissivi" della ricerca (il 21%) e i "compiaciuti" (il 26% appunto) a correre ai ripari è che **senza competenze solide abdicano di fatto alla sana funzione di tutela del ragazzo** - concetto ben diverso dal controllo - indispensabile non solo per "salvarlo dai pericoli della rete" individuati un po' paranoicamente dalla categoria degli "ansiosi" (il 35%) ma soprattutto per aiutarlo a fissare la sua agenda di priorità. Un'agenda travolta dalle nuove modalità di fruizione dei media da parte dei giovani, la cui abilità multitasking (vede la tv mentre in naviga in rete e ascolta l'i-pod) in realtà procura enormi dispersioni e perdite di tempo e concentrazione.

Del resto, anche il pediatra e autore di libri dell'infanzia più famoso d'America, **Berry Brazelton**, scrive in "Touchpoint" del lontano 1992: "Per quanto riguarda le ore da trascorrere con i nuovi media, credo fermamente che

sia necessario stabilire dei limiti; dopo bisogna discuterne e scambiarsi idee sulla fruizione avvenuta, perché questa diventi un'esperienza condivisa e arricchente. Niente può essere più eloquente, potrà sminuire o consolidare la posizione dei genitori più della loro stessa fruizione di questi media".

Che fare, dunque? Tornare a studiare. Non Manzoni stavolta, ma il mondo Mac che tanto affascina i ragazzi, i videogiochi più in voga per capire se sono davvero adatti al grado di maturità individuale dei figli, i rudimenti del diritto d'autore e delle normative a sua tutela, per capire quando il download selvaggio di file musicali può mettere nei guai il ragazzo. Per insegnargli che **su Internet non c'è diritto all'oblio** e che anche tra anni chi gli farà un colloquio di lavoro roviserà in rete alla ricerca di sue possibili tare psicologiche e si farà brutte idee sulle sue piccole sbronze sporadiche sbandierate tra amici, senza neanche usare gli scarsi strumenti di protezione della privacy offerti sui social network.

**La ricerca "Bambini e Nuovi Media" è affascinante anche per questo motivo:** come in un romanzo giallo, alla fine sorprende perché il colpevole è la persona di cui meno avresti sospettato. In questo caso, nel rapporto (o scena del crimine, che dir si voglia) famiglie-tecnologie, l'assassino è la madre (più spesso) o il padre delle categorie "ansiosi", "compiaciuti" e "permissivi". Non i figli giudicati spesso troppo banalmente "perditempo delle playstation o possibili vittime di pedofili in rete".

La strada la indicano il 18% di genitori "esperti", che "conoscendo, deliberano" nel modo giusto: pongono limiti temporali alla fruizione dei nuovi media, tutelano i ragazzi in modo costruttivo e dialogano con loro sullo stesso piano. Non guardano la vetta dell'Everest dal fondo della Fossa delle Marianne come fanno gli altri.

Allora, tutti a studiare. Del resto, come raccomandava Penney Hames in un saggio del 2007, **"per educare i bambini, dovete diventare genitori di voi stessi:** non è un processo facile né veloce, ma va avviato".

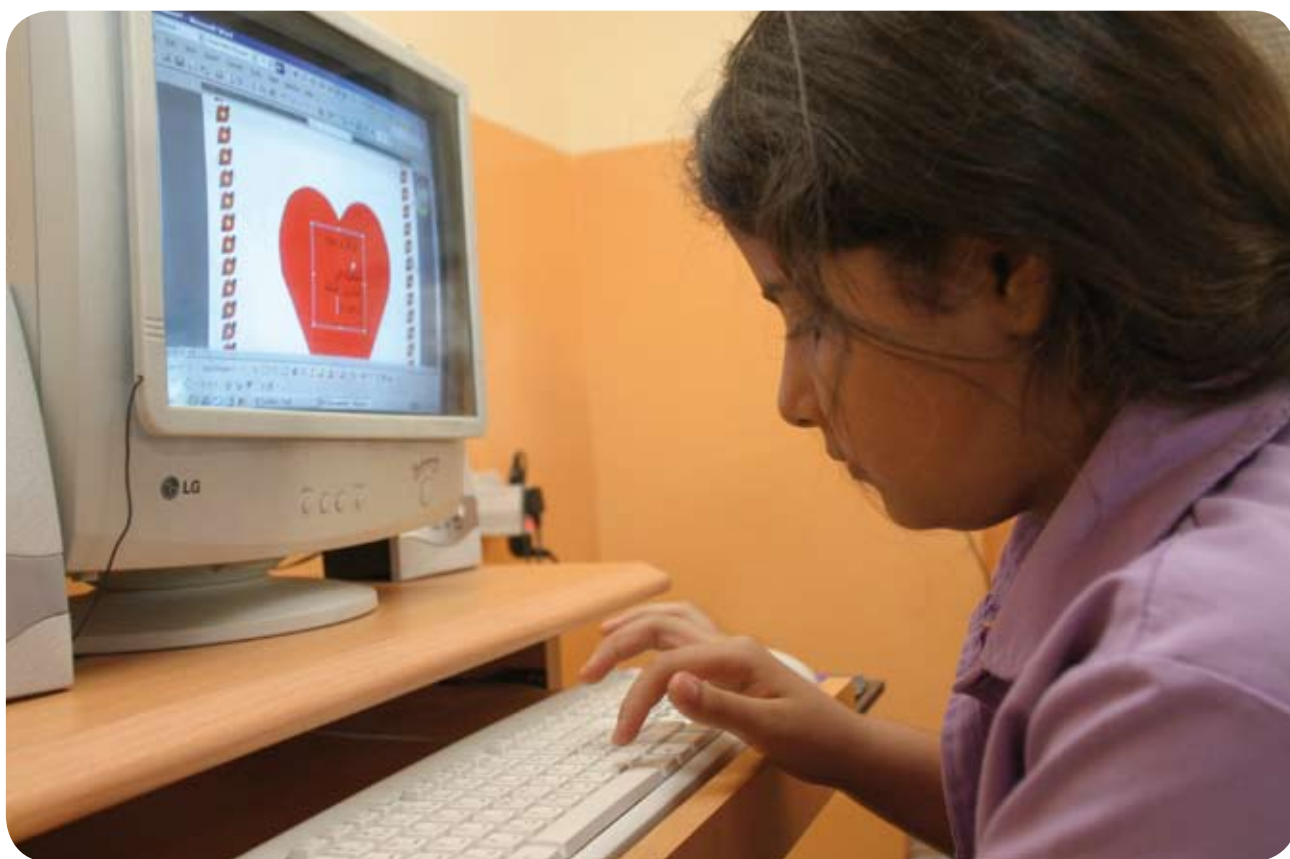
Tutti a studiare, allora. Compreso chi avete avuto la bontà di leggere finora. Prima che il solco tra la figlia di quattro anni che già studia l'inglese alla scuola internazionale e fa i giochi Memory sul pc in classe diventi più competente di chi dovrebbe guidarla nella **giungla mozzafiato, emozionante e un po' opprimente delle tecnologie.**



Foto: Marta Zaccaron



## La ricerca di





# Bambini e Nuovi Media

di Vanessa Capece, Fosca Donati, Ilaria Spillari, Riccardo Vigliani, Sabrina Zanconi

Terre des Hommes ha voluto effettuare una indagine in profondità sul rapporto tra bambini e “new media” in occasione del 3° **Child Guardian Award**.

La ricerca, condotta tra luglio e settembre 2010 da **People**, società di ricerche di mercato di Milano, con il contributo di **Google, Vodafone Italia, Fondazione Bordini e Corecom Lombardia**, esplora la relazione tra bambini e nuovi media (internet, cellulare, social network e videogiochi), comparandoli con i media più “tradizionali” (TV, giornali, radio).

Il tema è stato esplorato attraverso l'integrazione ed il confronto tra i diversi punti di vista: quello dei “diretti interessati” (i bambini) e quello dei loro genitori.

## Un mondo in evoluzione

A livello generale, lo scenario che emerge dalla ricerca è quello di una generazione di bambini e pre-adolescenti che sta crescendo con un livello di alfabetizzazione sui media elevato, capace di auto-apprendimento e pronta ad affrontare un futuro lavorativo in cui tali competenze saranno necessarie per cogliere le opportunità e affrontare le sfide di mercati sempre più globalizzati.

Una generazione capace di conoscere e riconoscere anche i rischi più “pubblicizzati” legati al mondo dei media: possibili adescamenti da parte di malintenzionati, adesione a servizi a pagamento “travestiti” da offerte gratuite, affezione dell'hardware da parte di virus informatici, phishing di dati personali. Una serie di conoscenze (soprattutto quelle legate a possibili malintenzionati) che sono patrimonio anche dei genitori, e di cui si discute correntemente in famiglia.

Quello che emerge è quindi che l'alfabetizzazione sui media nei bambini è un fenomeno in rapida, o addirittura frenetica, evoluzione. Ma come tutte le rivoluzioni turbolente, soprattutto quelle che riguardano generazioni che non hanno ancora un'identità pienamente formata, pure questa comporta (anche) una serie di conseguenze negative e di rischi che è importante conoscere per cercare di prevenire e per porvi pronto rimedio, in modo che il cambiamento in atto abbia effetti positivi sulle nuove generazioni.

Anche perché la rivoluzione digitale mette particolarmente a dura prova i genitori: molti di loro sono stati colti di sorpresa da un cambiamento tanto veloce, e oggi non posseggono la consapevolezza o le competenze per supportare appieno i figli ad un uso consapevole dei media.

In questo articolo, perciò, si pone primaria attenzione ai dati qualitativi e quantitativi emersi dalla ricerca che aiutano a comprendere le insidie nascoste dietro ad un fenomeno per molti versi positivo, in modo da indicare una direzione di pensiero e di azione da utilizzare per il prossimo futuro.

## Un contesto complesso per bambini in difficoltà

Dalla ricerca emerge con forza che non si può capire a fondo come oggi i bambini si avvicinano ai media senza

conoscere alcuni fenomeni di contesto che condizionano fortemente tale approccio. Abbiamo denominato tali dinamiche il dominio del click and play, *il dominio del “fare”, la competenza precoce, la carenza di norme e il bisogno di baby-sitting*.

## Il dominio del click and play: la generazione del tutto e subito

In un mondo caratterizzato da un'elevatissima automazione, i bambini tendono a dare per scontato che “tutto funzioni con un click”: una sorta di “norma non scritta”, davanti alla cui eccezione (es. lentezza o mancato funzionamento dell'oggetto) i bambini si arrabbiano, provano insofferenza e frustrazione.

Una reazione emotiva forte, resa lecita ed incentivata dal comportamento degli adulti: i genitori, infatti, sono i primi a reagire in modo rabbioso a questo tipo di frustrazioni, creando nei bambini il pensiero che i congegni “debbono” funzionare.

L'incapacità di tollerare e gestire le frustrazioni emerge così come un aspetto che sempre più caratterizza questa generazione di bambini e che pare di fatto rinforzato da aspetti psicosociali e connessi all'educazione familiare. In questo senso, la tendenza a fare continui doni ai bambini senza una ragione specifica contribuisce a sostanziare la percezione di un mondo circostante che offre loro gratificazione senza bisogno di meriti, sforzi o altro in cambio. Emerge così il quadro di un circolo vizioso nel quale i bambini appaiono incapaci di desiderare profondamente qualche cosa, ma anche di godere di ciò che ottengono. Questa tendenza appare particolarmente forte in Italia: da questo punto di vista il confronto con Paesi come Germania, Francia, Svezia appare davvero impietoso.

## Il dominio del fare ovvero bambini che non imparano a pensare

I bambini di oggi sono molto stimolati all'azione concreta: il mondo circostante offre un'infinità di stimoli all'usare/consumare che l'operazione di interiorizzare e sviluppare un bagaglio di valori e di direzioni personali di crescita risulta davvero troppo complessa.

Ne consegue che i bambini sono incapaci di gestire i momenti in cui non hanno qualcosa da fare, che vengono percepiti come “buchi”/snervanti momenti di noia, anziché come occasioni per liberare la naturale inclinazione a creare, pensare o anche per imparare a stare con se stessi e sviluppare la consapevolezza del proprio mondo interiore.

In questo contesto, le capacità dei bambini di mentalizzare, concettualizzare e strutturare un pensiero astratto subiscono una seria limitazione; l'ambiente iperstimolante collude con la loro incapacità di “stare fermi” e li invita a “tappare i buchi”/continuare a fare, provando e sperimentando in continuazione cose sempre nuove. D'altra parte anche i genitori vivono nello stesso ambiente, appaiono tesi e spinti a fare sempre più cose, più in fretta. Gli adulti perciò incoraggiano i figli ad autonomizzarsi,

avendo poco tempo da dedicare loro. I genitori faticano a comunicare con i figli, specialmente quando si tratta di condividere le motivazioni e le direzioni delle scelte e delle norme che dettano: i bambini ricevono istruzioni e divieti, ingiunzioni e incitazioni a fare delle cose, senza richiederli di attivare un pensiero critico.

Anche la scuola ha assunto una posizione defilata e poco autorevole: non risulta, infatti, in grado di proporre un modello alternativo né di compensare eventuali mancanze familiari. Scuola e famiglia non riescono a cooperare attivamente: al contrario, si palleggiano le responsabilità accusandosi reciprocamente di inadempienza.

### **La carenza di norme genitoriali crea abbondanza di confusione**

Il risultato è che i bambini crescono con poche regole, e scarsamente interiorizzate, e con il senso che molte di esse possano tranquillamente essere disattese. In questo sono implicitamente giustificati dalla tendenza comune ("lo fanno tutti") dei loro coetanei (e non solo) e dalla evidente contraddittorietà tra ciò che non si deve fare e la possibilità effettiva di farlo; ovvero: perché non scaricare musica illegalmente quando esiste Emule? Perché non iscriversi a Facebook anche se minori di 13 anni quando di fatto basta mentire sulla data di nascita? E quindi perché non visitare siti pornografici o che spiegano come coltivare la marijuana a casa, come riferitoci dai nostri piccoli intervistati? Di fatto, che senso assumono queste regole? E chi controlla se qualcuno le trasgredisce?

### **La competenza precoce: bambini che sanno (fare) più dei genitori**

Attualmente, la generazione dei giovanissimi (in età di scuola media) possiede un'elevata competenza tecnologica che, in molti casi, è superiore a quella dei propri genitori. Si tratta di un fenomeno caratteristico di questa epoca: il contesto iperstimolante ed in continua evoluzione risulta molto attraente per le nuove generazioni ma di fatto è sempre meno "comprensibile" ed utilizzabile per quelle vecchie che, invece, faticano a stare al passo con i tempi. In questo contesto, la naturale capacità di apprendimento "pragmatico" dei bambini è piuttosto sviluppata: imparano in fretta e in totale autonomia ad utilizzare software e apparecchi. In questo senso, è sempre più palese il divario tra la generazione di "piccoli maghi della tecnologia" che ha accesso quasi illimitato ai suoi strumenti, e quella dei genitori, che faticano sempre più ad esercitare il proprio controllo su un ambito sconosciuto.

### **I media come baby sitter: i genitori e chi ne fa le veci**

Quando non sono a scuola o in palestra (l'attività sportiva sembra in genere occupare un paio di pomeriggi a settimana), i bambini si trovano a dover occupare e gestire il proprio tempo spesso in solitudine. I genitori vengono rappresentati dai bambini come soggetti che sovente non

hanno né tempo né voglia di seguire i bambini in giochi o altre attività.

In questa situazione, quindi, i media occupano un ruolo sempre più importante perché capaci di occupare i figli e il loro tempo, soprattutto i più multimediali: con la loro capacità di stimolazione attraggono tutta l'attenzione dei bambini, eliminando richieste pesanti e insistite. Per questo sono i perfetti baby sitter del 2000 e sono così rilevanti per i ragazzi.

A fronte di questo ruolo emerge chiaramente come spesso l'atteggiamento dei genitori rispetto ai media sia confuso ed ambivalente: infatti, se da una parte li apprezzano perché risolvono loro un problema esistente e rilevante (occupare il bambino), dall'altra li pongono davanti a evidenti problemi di coscienza.

## **IL RAPPORTO BAMBINI-MEDIA VISTO DAI BAMBINI**

### **Non solo tutto e subito... anche di più!**

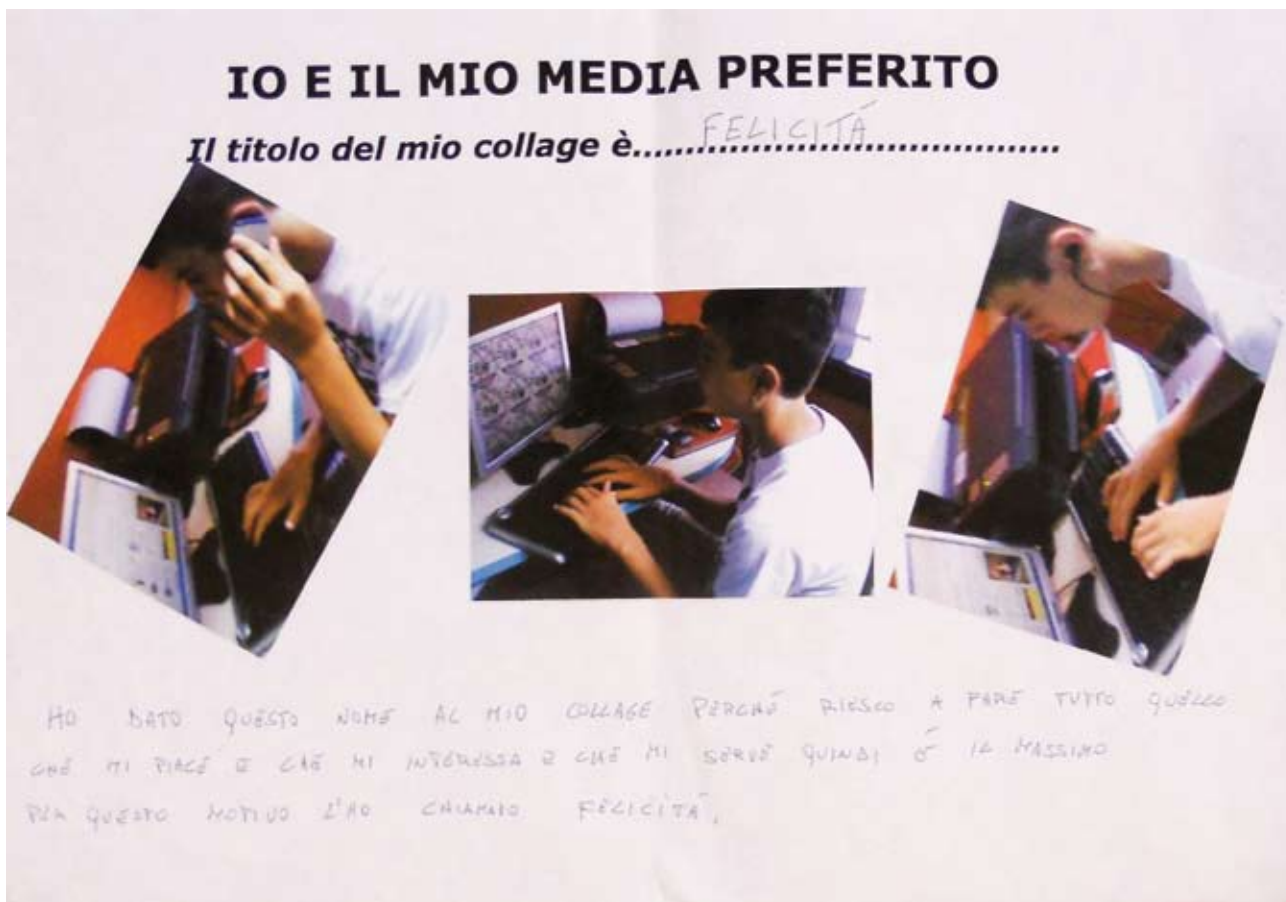
In linea generale, i bambini mostrano una significativa inclinazione all'iper-stimolazione: preferiscono i mezzi multimediali a quelli mono-mediali (es. la radio), tendono a fruire i media in concomitanza con altre stimolazioni (es. guardano la tv mangiando/bevendo, ...) e/o con altri media (es. stanno al pc ascoltando la musica o inviando sms), tendenza che si amplifica con l'aumentare dell'età. Per il resto, emergono differenze piuttosto nette a seconda della fascia d'età dei bambini.

Più in particolare, i bambini più piccoli (8-10 anni) preferiscono i videogiochi e la televisione; questo target, infatti, ha come principale focus di interesse sé stesso e la propria famiglia: la loro attenzione è ancora fortemente focalizzata su di sé, il gruppo di pari ha un'importanza ancora secondaria. I più grandi (11-13 anni) investono le loro attenzioni su Social Network e cellulare, ovvero i mezzi che consentono loro di intrecciare relazioni e rapporti con il gruppo dei pari, principale oggetto d'attenzione e interesse. Ciononostante, la tv continua a mantenere comunque una posizione di rilievo, in quanto è il mezzo che offre maggiore stimolazione quando si ricerca un pò di passività e riposo: l'interazione sociale sottende infatti una continua attivazione, impossibile anche per gli iperattivi bambini di oggi.

### **Internet: un mondo di opportunità, ma i genitori sanno dare poche regole**

Per i più grandi (11-13 anni) Internet riveste una grande importanza e, man mano che crescono, diventa sempre più strumento di entertainment, "esplorazione", download anche illegale di contenuti e socializzazione (soprattutto grazie ai social network "per adulti"). Il livello di controllo dei genitori si riduce sempre più con il crescere dell'età, anche per il contrasto e l'opposizione che i ragazzi agiscono nei loro confronti, rivendicando riservatezza per le proprie esperienze.

Per i bambini più piccoli (8-10 anni), invece, Internet è un mezzo di importanza secondaria: lo utilizzano poco



e soprattutto a scopo ludico (ad es. per i videogiochi), o eventualmente per effettuare le ricerche scolastiche. In questa fascia d'età, comunque, il controllo dei genitori appare piuttosto elevato: sono loro stessi a regolarne e/o facilitarne l'utilizzo.

### **I Social Network: nuovi modi per comunicare e per (cercare di) crescere**

Mentre per i piccoli sono strumenti piuttosto lontani, i Social Network rivestono una grande importanza per i ragazzini (11-13enni), in particolare Facebook e Msn, che sono i riferimenti chiave.

Essere "in" Facebook diventa man mano sempre più necessario per non essere "fuori dal giro", e ciò che accade in Facebook assume un'importanza decisiva, soprattutto per le femmine.

Le ragazze infatti utilizzano lo strumento per "mostrarsi" (attraverso foto a volte non troppo consone all'età) e per vedere come gli amici reagiscano ai loro commenti e, ancor più, alla loro immagine: i riscontri che ricevono (o non ricevono) diventano il centro della loro attenzione, e anche strumenti di definizione della propria identità in costruzione. Facebook serve anche per confrontarsi con gli altri: vedere le foto delle altre ragazze (sono meglio o peggio di me?) e dei ragazzi: insomma è un uso estremamente coinvolto, che le rende sempre più dipendenti dal mezzo. I maschi hanno un approccio più superficiale: li considerano uno strumento per condividere contenuti specifici di loro

interesse e per mantenersi in contatto con gli amici.

In ogni caso, sui social network si tende ad esagerare: si mettono in campo atteggiamenti e linguaggi che nel mondo "fisico" in genere non ci si permetterebbe di avere.

Rispetto alla fruizione di questi media, il controllo da parte dei genitori è considerato limitato (solo in certi casi viene citato un controllo "a posteriori" da parte di alcuni adulti che, una volta iscritti a Facebook, diventano amici dei figli). In questo quadro, si evince che gli adolescenti intervistati si sentono particolarmente coinvolti dal tema della "sicurezza" e della propria privacy, al punto che questo aspetto determina addirittura la scelta del Social Network da utilizzare. In tal senso, Msn è vissuto come "l'evoluzione del telefono", cioè uno strumento molto tutelante perché meno accessibile agli sconosciuti; è un canale che si utilizza quasi esclusivamente con gli amici più intimi e la comunicazione è quasi sempre one-to-one. Facebook è invece vissuta dagli adolescenti come "l'evoluzione virtuale della piazza", ossia uno strumento che consente di trovarsi con le altre persone, indipendentemente dalla profondità del rapporto con esse e, per questo, espone maggiormente al rischio di "contatti spiacevoli e/o indesiderati". In questo senso, i ragazzi tendono a tutelarsi, non accettando in genere le richieste di amicizia da parte di sconosciuti. Durante le interviste alcuni bambini hanno raccontato spontaneamente esempi personali di contatto da parte di sconosciuti e si sono mostrati piuttosto consapevoli in all'esistenza di questo rischio e dei potenziali pericoli che ne derivano.

## Il cellulare: la coperta di Linus del 2000

Per i bambini più piccoli (8-10 anni) il cellulare rappresenta uno strumento attrattivo ma non "vitale". Ciononostante, il possesso di un cellulare personale, anche di ultima generazione, è considerato una cosa normale. Lo ricevono primariamente come dotazione di sicurezza, per poter essere rintracciati dai genitori e poterli chiamare in caso di necessità. Rispetto all'utilizzo concreto, però, i bambini lo usano più come un gioco che come uno strumento di comunicazione.

Per i più grandi (11-13 anni) il cellulare rappresenta una sorta di "coperta di Linus": la sua sola presenza limita l'ansia dovuta all'assenza di controllo sui propri contatti (e, di conseguenza, rassicura sul fatto di essere considerati, quasi di esistere). Viene perciò considerato uno strumento imprescindibile nella quotidianità e diviene parte della propria identità, alla tregua dell'abbigliamento, al punto che si crea un rapporto di dipendenza quasi morbosa e che il "look&feel" dell'oggetto diviene un fattore molto rilevante.

Rispetto all'utilizzo, le femmine lo considerano come un vero e proprio "diario multimediale evoluto": per questo motivo investono il cellulare di valori affettivi ed emotivi molto forti e connotati, che si concretizzano nell'estetizzazione dell'oggetto stesso (cover colorate, adesivi, ciondoli e personalizzazioni di ogni tipo); anche per i maschi il cellulare è un mezzo "multifunzione", ma non sono caratterizzati da un legame emotivo altrettanto significativo.

In generale, la fruizione del cellulare risulta piuttosto libera, dal momento che genitori non sembrano attuare molto controllo rispetto all'utilizzo di questo mezzo se non quello di carattere economico sulla spesa mensile.

## I videogiochi: una divertente carica di nervosismo

I videogiochi rappresentano trasversalmente un media molto attrattivo per i bambini e si connotano per la loro funzione "attivante": il giocatore è protagonista attivo della partita, è lui a guidarne le sorti.

In particolare, alcuni elementi rendono i videogiochi un tipo di media particolarmente coinvolgente: essi richiedono al bambino un'attenzione costante, ne stimolano molte funzioni cognitive (memoria, ragionamento, reattività, ecc.) e offrono benefit emotivi (il bambino si sente "un vincente" quando supera i livelli) e psicologici (il bambino sente di avere il controllo perché può decidere se proseguire o fermarsi rispetto al completamento di un livello, aspetto che limita la frustrazione in caso di "sconfitta"). Spesso alla fine di una sessione i bambini si sentono arrabbiati e intrattabili: la fine del gioco coincide spesso con liti familiari.

Per i bambini più piccoli (8-10 anni) i videogiochi rappresentano una sorta di "film" ma con in più il vantaggio di poter fruire della proiezione con maggiore frequenza e con più coinvolgimento: i maschi prediligono i giochi platform e di calcio, mentre alle femmine piacciono i giochi declinati sulla dimensione della "cura", versioni "edulcorate"



dei tamagotchi che non prevedono alcun tipo di fallimento e frustrazione (i cuccioli "virtuali" non possono morire), che i bambini di oggi non sono in grado di gestire.

Per i più grandi (11-13 anni) i videogiochi rappresentano un media molto fruito in termini di comportamento ma che tende a perdere un po' di appeal a fronte del loro crescente interesse per Internet e Social Network.

La fruizione dei videogiochi sembra avere pochi limiti temporali e le sessioni di gioco risultano in generale piuttosto lunghe. I genitori ne normano poco l'utilizzo (in genere, pongono regole che poi vengono disattese) e solitamente la fruizione avviene quando non sono presenti.

### **La TV: la perfetta baby sitter**

La TV risulta trasversalmente uno strumento molto apprezzato e attrattivo per i bambini e ha un ruolo d'eccezione rispetto agli altri mezzi: l'introduzione dei new media non sembra aver messo in discussione la sua importanza. La tv risulta infatti l'unico mezzo che coinvolge senza chiedere alcuna partecipazione attiva da parte dei bambini: la sensazione di "essere incollati al video" è data dalla sua capacità di catturare l'attenzione e, contemporaneamente, lasciare passivo il fruitore (vs. attivarlo, come fanno invece i videogiochi); si tratta, cioè, di un media che "dà molto senza chiedere nulla", perfetto quando i bambini sono stanchi.

I genitori sembrano particolarmente pacificati rispetto a questo mezzo, anche grazie all'arrivo del digitale terrestre e alla conseguente introduzione di numerose emittenti dedicate ai bambini. I genitori lasciano i figli davanti allo schermo con meno timori rispetto al passato, quando era più facile che i bambini si imbattessero in una programmazione non adeguata. Per i bambini più piccoli (8-10 anni), la TV è il media in assoluto più fruito, insieme ai videogiochi. L'utilizzo risulta quotidiano e prolungato e avviene, in generale, in solitudine. Anche per i più grandi (11-13 anni) la TV rappresenta un media molto presente.

### **Radio e Giornali: mondi dimenticati**

I media più tradizionali sono i meno considerati dai bambini, perché la loro capacità di stimolazione risulta piuttosto bassa: sono mezzi mono-mediali.

Solo alcuni giornali, che entrano in casa grazie ai genitori e vengono visti come dedicati ai target più adulti, assumono una certa attrattiva per i 12-13enni: i quotidiani sportivi per i maschi, le riviste di moda e i femminili per le femmine. Anche i fumetti, per quanto apprezzati soprattutto dai più piccoli, risultano "perdenti" rispetto agli altri media.

La radio è il media meno usato e affettivizzato, il che, però, non significa che i bambini non ascoltino la musica, che però tendono a fruire soprattutto da CD, Internet o lettori Mp3. I più grandi, in particolare, accedono alla musica primariamente attraverso i canali televisivi musicali (es. MTV – DeeJay tv) o la scaricano direttamente da Internet.

## **IL RAPPORTO BAMBINI-MEDIA VISTO DAI GENITORI**

### **Più della metà dei genitori ammette di non sapere cosa fanno i figli su Facebook**

Due terzi degli intervistati (65%) dichiara di conoscere bene come il proprio figlio utilizza la TV, mentre la percentuale si riduce decisamente quando si parla di Internet (52%), del cellulare (46%) e soprattutto dei social network e di Facebook (41%). La TV si rivela quindi il mezzo più sorvegliato, probabilmente perché più "semplice" da controllare in virtù del fatto che i genitori ne hanno maggiore familiarità rispetto ad altri. Il livello di attenzione aumenta per tutti i mezzi presso le mamme e i genitori laureati, diminuisce invece decisamente quando i fruitori sono ragazzi di 11-13 anni (soprattutto rispetto a cellulare e social network).

### **Figli spesso soli davanti ai media**

I videogiochi sono il mezzo rispetto al quale i ragazzi hanno una maggiore indipendenza (ancor più se 11-13enni), tant'è che il 67% dei genitori li lascia completamente autonomi nella fruizione. Il controllo dei videogiochi avviene soltanto a livello di scelta dei contenuti (73% dei casi), dopodiché il gioco viene gestito autonomamente. Ma anche per gli altri mezzi il livello di autonomia risulta piuttosto elevato.

Ciò non significa concedere completa libertà: i genitori cercano di imporre un limite di tempo nella fruizione dei media: il 71% definisce un tempo massimo di utilizzo per i videogiochi, il 65% per la TV e il 58% per Internet. Nella maggior parte dei casi (60% circa) si ammette però che questa regola viene rispettata solo a seguito di uno o più richiami da parte dei genitori.

Per tutelare i figli dai possibili rischi o pericoli legati alla fruizione dei media, la quasi totalità dei genitori intervistati attua almeno un'azione di difesa, utilizzando il dialogo (soprattutto riguardo ad Internet) e/o il controllo più diretto. In particolare, si raccomanda al figlio di non visitare siti dai contenuti inadatti (52%), mentre solo un quinto del campione (21%) controlla direttamente le e-mail. In riferimento ai social network, il 53% parla ai figli dei rischi e pericoli di questo media, il 50% spiega cosa fare in caso di contatti con sconosciuti e solo un terzo (33%) controlla il profilo/pagina del figlio. All'interno di questo panorama è importante segnalare che il 56% dei genitori non ha mai utilizzato sistemi di Parental Control per tutelare i ragazzi nella navigazione in Internet (il 14% non conosce affatto questo strumento) e tra di loro solo il 42% sarebbe interessato ad informarsi.

Il cellulare è il mezzo meno controllato perché è vissuto dal genitore più come una sicurezza (è uno strumento per rintracciare il figlio) che come una minaccia. L'attenzione verso questo mezzo è quasi esclusivamente legata ad aspetti di tipo economico: circa la metà del campione controlla il credito residuo, mentre una percentuale decisamente inferiore verifica chiamate, messaggi e fotografie.

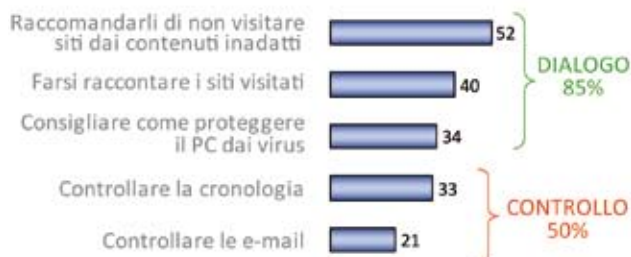
## Come controlla (se lo fa) il genitore?

Internet & Social Network



Internet

Il 97% dei genitori attua almeno un'azione di difesa...(2,1 azioni in media)



Social network

Il 96% dei genitori attua almeno un'azione di difesa...(2,7 azioni in media)



### IL PARENTAL CONTROL

- ✓ 44% ha utilizzato questo strumento
- ✓ 42% non l'ha mai utilizzato, pur conoscendolo
- ✓ 14% non lo conosce affatto

Solo il 42% dei non utilizzatori sarebbe interessato a informarsi.

## I figli sono autonomi? Vengono date delle regole?

### Il figlio è autonomo nella fruizione



Videogiochi



Internet

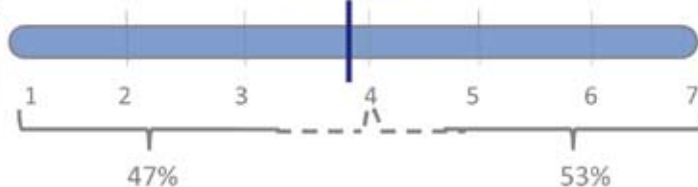


TV

Media 3.9



Decide da solo cosa guardare



Prima di guardare chiede l'approvazione

### I genitori stabiliscono limiti di tempo per ...

Videogiochi



TV



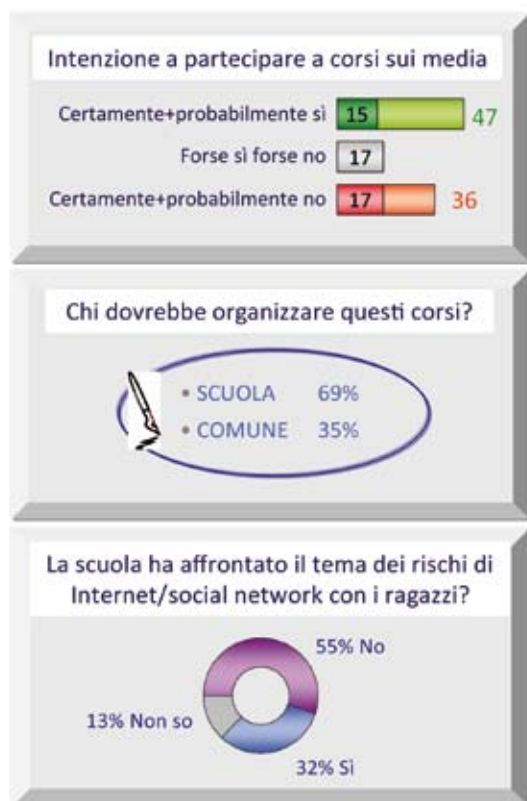
Internet



## Il cellulare è amico dei genitori, i videogiochi il nemico più temuto

Nelle preferenze dei genitori, il cellulare è al primo posto: infatti è una sicurezza per il 74%, mentre gli aspetti negativi sono rappresentati dal rischio di assuefazione (22%) e dal costo della ricarica (12%). Seguono la TV, considerata tanto dilettevole (51%) quanto istruttiva (48%) e Internet, che la quasi totalità dei genitori (89%) ritiene un valido supporto per l'apprendimento, sebbene per il 65% sia altrettanto pericoloso, esponendo il ragazzo a diversi rischi (contenuti inadatti, siti scongiabili/vietati). I media "peggiori" per il genitore sono i social network e i videogiochi: i primi potrebbero facilitare l'incontro con persone malintenzionate (37%) e indurre all'isolamento (19%). I videogame sono temuti soprattutto perché creano assuefazione e dipendenza (31%) e tendono ad isolare il figlio dal resto del mondo (25%): è il mezzo che rende i figli più nervosi, intrattabili, e da cui è più difficile distoglierli.

### I genitori sarebbero interessati ai corsi sui nuovi media? Cosa fa la scuola?



### I genitori: sanno poco e quindi non sanno di dover imparare!

Tra i genitori di figli che utilizzano i diversi media, il 23% non utilizza mai o quasi mai Internet, il 64% non è iscritto a social network e il 66% non gioca mai ai videogiochi. Eppure, nonostante non tutti i genitori si sentano competenti di

fronte alle nuove tecnologie, e malgrado una buona parte di essi abbia quasi paura di questi strumenti, se ci fosse la possibilità di partecipare a corsi per genitori sul corretto utilizzo da parte dei bambini di questi nuovi media, solo il 15% degli intervistati aderirebbe sicuramente, il 32% forse lo farebbe, a fronte di un 36% di genitori completamente non interessati e un 17% di indifferenti.

La maggior parte degli intervistati (69%) ritiene che l'istituzione più adatta per organizzare questi corsi sarebbe la scuola, probabilmente perché si tratta dell'unica agenzia credibile e legittimata, nonché diffusa capillarmente sul territorio. Oggi però la scuola sembra svolgere un ruolo di supporto molto limitato, non insegna a gestire l'uso dei media e, anzi, collude nell'aumentare le competenze tecniche degli alunni senza dare loro le basi per un utilizzo corretto e sicuro dei media. Infatti, solo un terzo dei genitori dichiara che il figlio ha già affrontato a scuola il tema dei rischi di Internet/social network.

### I genitori italiani? Per fortuna non sono tutti uguali!

Dallo studio emergono quattro tipologie di genitori:

- **I Permissivi** (21% degli intervistati) sono indulgenti verso la fruizione dei nuovi media da parte dei figli e considerano giusto che i ragazzi si avvicinino ai media in modo autonomo. Tale pensiero si fonda su due assiomi: il primo è che la tecnologia è una normale conseguenza dei tempi, il secondo è che risulta importante che i media riempiano il tempo libero dei figli, togliendo un peso ai genitori, ai quali spesso mancano tempo, energia e voglia di stare con loro e spiegare come prevenire i pericoli! Questo tipo di genitore non impone limiti o divieti. Si tratta principalmente di papà, hanno un livello di istruzione medio e sono soprattutto impiegati e imprenditori; risiedono prevalentemente al Nord e nei comuni più ampi. Possiedono diverse apparecchiature tecnologiche e, rispetto agli altri gruppi, utilizzano di più Internet e i videogiochi. Sono i meno interessati a frequentare corsi sui nuovi media e affrontano poco con i figli le tematiche legate ai social network e a Internet. I loro figli sono fruitori frequenti di new media (Internet, social network, cellulare e videogiochi) e, nel confronto con gli altri cluster, utilizzano maggiormente un PC in condivisione con la famiglia, che si trova spesso in salotto: non essendo soggetta a divieti, infatti, la fruizione non necessita di luoghi protetti/privati.

- **I Compiaciuti** (26%) vivono come motivo di orgoglio il fatto che i propri figli sappiano utilizzare bene i nuovi media, in quanto lo considerano un segnale tangibile delle loro capacità intellettive. Tale atteggiamento, unito alla mancanza di competenze utili a svolgere un'efficace azione di tutela, fa sì che questi genitori operino un controllo molto scarso. Sono soprattutto papà, hanno un profilo medio-basso in termini di istruzione e professione (impiegati e operai), sono concentrati al Sud e nelle Isole, e vivono principalmente nei piccoli centri urbani. Rispetto alla media, leggono pochi giornali, non ascoltano molto la radio e

utilizzano Internet, social network e videogiochi meno degli altri genitori. A confronto con gli altri, i figli dei Compiaciuti presentano un utilizzo maggiore e più frequente dei new media e sono anche "proprietari" dei mezzi che utilizzano: molti possiedono addirittura un PC personale o la TV in camera. Inoltre sono lasciati completamente autonomi e senza limiti di tempo nella fruizione dei media.

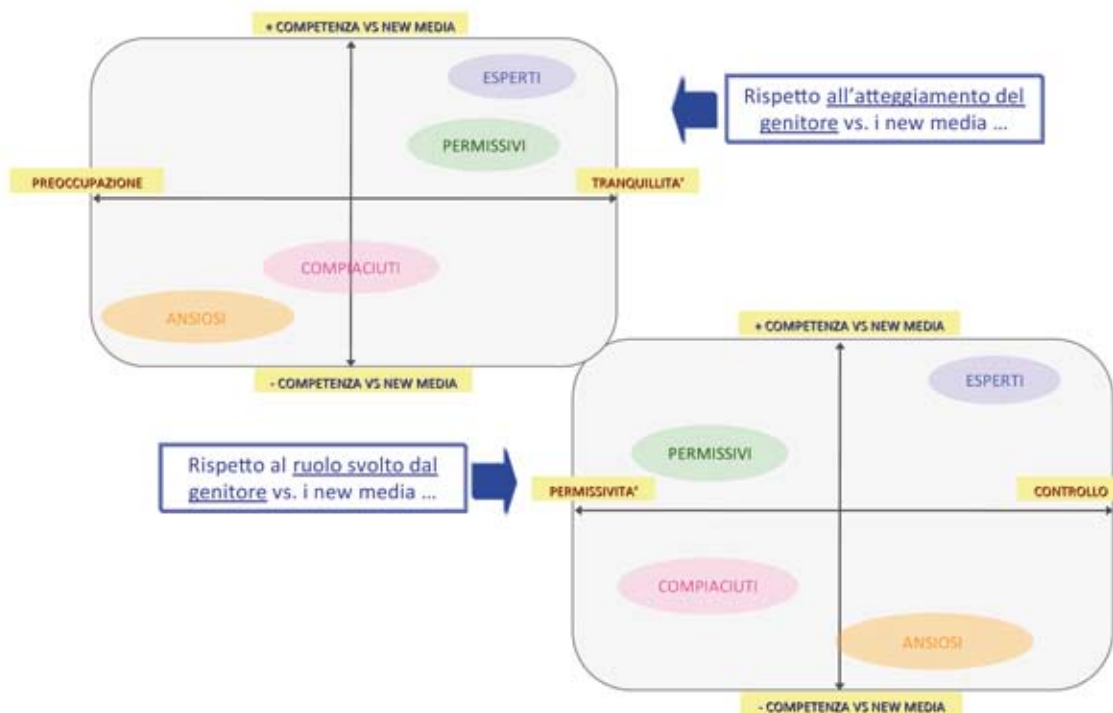
- Gli **Ansiosi** (35%) sono i genitori più preoccupati dall'avvento dei nuovi media, sia in assoluto sia perché

non si sentono sufficientemente competenti. Ritengono che i figli non siano abbastanza protetti di fronte a questi mezzi. Cercano di tutelare i figli imponendo loro molti divieti e regole di utilizzo, senza però essere di fatto in grado di argomentarle ("non si fa, e basta!"). Sono soprattutto casalinghe e diplomate, usano poco Internet e non utilizzano affatto i social network e i videogiochi. Rispetto agli altri gruppi, ritengono di avere un livello di conoscenza più elevato di ciò che i figli fanno con i nuovi media e impongono più limiti nella fruizione. I loro figli si caratterizzano per un utilizzo

### Le tipologie di genitori



### I genitori-tipo: competenza, preoccupazione, controllo





maggiore e prolungato di old media (TV, radio e giornali), mentre usano poco PC e Internet.

• Gli **Esperti** (18%) sono i genitori più efficaci nella gestione del rapporto tra figli e media: ne conoscono potenzialità, rischi e modalità di utilizzo e insegnano come gestirne la fruizione. Definiscono regole, ma utilizzano anche il dialogo per rendere i figli più consapevoli, svolgendo un ruolo di tutela costruttiva. Per questo hanno un atteggiamento al tempo stesso determinato e tranquillo rispetto ai nuovi media, e sono a conoscenza di ciò che i figli fanno con questi mezzi. Questo gruppo vede una buona concentrazione di mamme, di laureati e di genitori con professioni qualificate (insegnanti, dirigenti e liberi professionisti). Gli Esperti guardano meno TV rispetto agli altri cluster, ma ascoltano frequentemente la radio, leggono di più e utilizzano in maggior numero Internet e i social network.

A confronto con il totale del campione, i loro figli si caratterizzano per una fruizione equilibrata di tutti i media, senza eccessi.

#### Tutela incerta

Il livello di tutela dei genitori rispetto all'utilizzo dei media da parte dei figli risulta piuttosto basso: **solo il 18% di essi desidera e, al contempo, è in grado di tutelare i figli** (gli Esperti). La maggior parte è invece esposta a rischi più o meno elevati.

Il 35% dei genitori (gli Ansiosi) vorrebbe avere un forte controllo sull'utilizzo dei media ma non risulta in grado di farlo, soprattutto per quanto riguarda il mondo Internet,

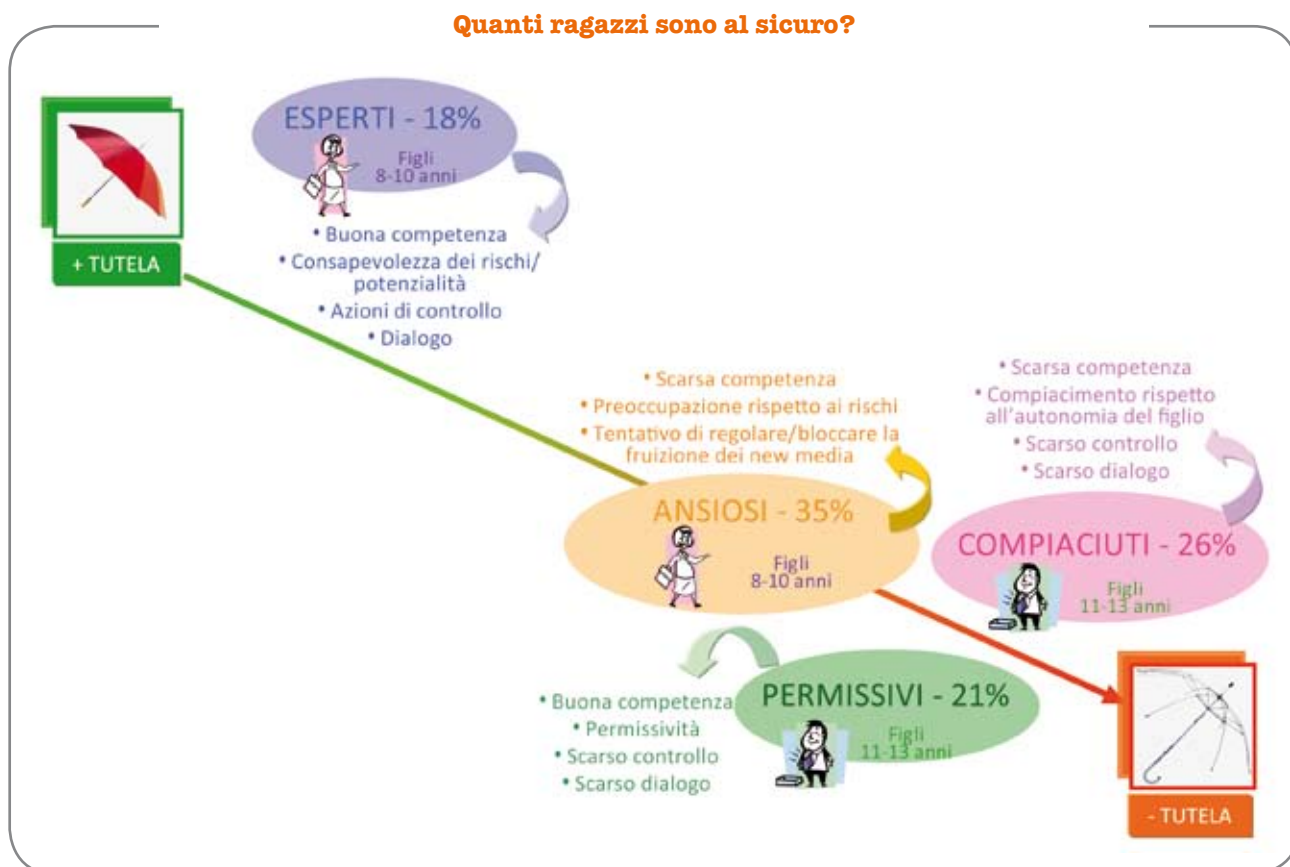
perché non possiede sufficienti conoscenze sul tema. Questi genitori vorrebbero aumentare la propria competenza, ma non trovano interlocutori che propongano un'offerta formativa specifica (per esempi, vorrebbero rivolgersi a scuole o comuni, ma non trovano una risposta adeguata). Il 47% dei genitori non è attivo nel controllo/tutela, né cerca di adoperarsi in tal senso: i Compiaciuti (26%) sono fieri della conoscenza tecnologica dei figli e sono inconsapevoli dei pericoli (il massimo della loro preoccupazione è la spesa per il cellulare!); i Permissivi (21%), seppur coscienti dei pericoli, non hanno voglia, tempo, energia e/o capacità per sorvegliare i ragazzi, anche perché ormai i figli sembrano fuori controllo (specialmente i più grandi).

#### IN CONCLUSIONE...

#### Parlarne non può che fare bene

Il quadro non appare roseo, ma ciò non significa affatto che non si possa agire per cambiarlo. E in questo non bisognerebbe colludere con la dilagante tendenza al fare, che abbiamo qui ampiamente trattato, prima di aver adeguatamente pensato a modalità e strumenti.

Noi crediamo che innanzitutto si debba agire su scuola e genitori, ricordando loro quanto sia importante il loro ruolo e la sinergia tra gli sforzi di entrambi. Crediamo che la scuola si dovrebbe fare promotrice di tale iniziativa, prima di tutto attivandosi per avviare una formazione di base sui genitori riguardante la vera natura ed entità del problema.



### In sintesi quattro sono le nostre raccomandazioni:

1. Occorre sensibilizzare chi ha una considerazione ancora limitata del problema: non bisogna infatti assolutamente dare per scontato che tutti abbiano compreso che c'è un problema.
2. Occorre dare informazioni di base, in quanto un'ampia parte dei genitori sa poco o nulla dei nuovi media; occorre quindi trattare contenuti come cos'è un Social Network, cosa si può trovare in Internet, cos'è il Parental Control e come si può utilizzare.
3. Occorre poi limitare il livello potenziale di compiacimento dei genitori, facendo comprendere che un utilizzo precoce e disinvolto dei mezzi non è necessariamente un segnale di intelligenza e capacità superiori e non porta ad eccellere da adulti.
4. Occorre infine fornire una visione del tema ad ampio respiro: far comprendere che, a medio-lungo termine, è l'uso regolato dei media che rende la vita di genitori e figli più tranquilla, non il "parcheggiare" i figli davanti ad essi, che porta vantaggi solo nell'immediato.

Per quanto riguarda i singoli media, in particolare, occorrerebbe sensibilizzare sui rischi più comuni: spiegare che è fondamentale fissare delle regole di fruizione e farle rispettare, che i videogiochi, se se ne abusa, tendono a rendere nervosi i bambini, che la televisione non è così sicura come si pensa e che si può attivare il parental control. Lo stesso si può dire di Internet, mentre sui social network occorre far comprendere che, dato che riproducono forme di interazione sociale, riguardo al loro uso si dovrebbe insegnare che valgono le stesse regole di buona educazione utilizzate nella vita reale.

E che devono essere solo un divertimento, perché la vita reale è molto di più. E i genitori, a loro volta, supportati da una scuola che non dovrebbe solo più insegnare ai bambini ad utilizzare gli applicativi, ma a conoscere e gestire i media, dovrebbero applicare tali conoscenze nell'educazione dei figli: chissà che una buona formazione sulla gestione dei media, tanto rilevante oggi per i bambini, non possa avere dei riflessi positivi anche sulla loro educazione a 360°.



#### Metodologia della ricerca

A livello metodologico, sono stati sviluppati due impianti di ricerca paralleli, ciascuno declinato su uno dei due target e volto ad affrontare il tema da uno specifico punto di vista.

In dettaglio, i bambini (maschi e femmine di età compresa tra gli 8 e i 13 anni) sono stati intervistati attraverso una metodologia qualitativa, per far emergere esperienze personali e racconti in modo assolutamente libero e destrutturato, attraverso una situazione di intervista rispettosa delle peculiarità di espressione dei bambini. Nei giorni precedenti all'intervista i bambini coinvolti nella ricerca hanno compilato un breve diario su cui hanno annotato pensieri, parole, emozioni, immagini e disegni associati alla propria relazione con i media, nuovi e tradizionali.

I genitori, invece, sono stati coinvolti in una rilevazione di tipo quantitativo, effettuato su un campione rappresentativo di genitori con figli fruitori di nuovi media (almeno uno tra social network, videogiochi, Internet per la navigazione e telefono cellulare). In particolare, sono state condotte 502 interviste telefoniche suddivise tra mamme e papà, equamente ripartite per sesso e fasce di età del figlio (8-10 anni e 11-13 anni).



# Commenti alla ricerca



Foto: Ilenia Piccioni

**Enrico Manca**  
**Presidente di Fondazione Bordini**

Il nostro istituto di alta cultura e ricerca ha una consolidata tradizione in studi applicativi delle comunicazioni elettroniche, nei servizi pubblici a rete, nella radiotelevisione e nel settore delle telecomunicazioni. La natura di queste molteplici attività nel campo ICT e l'identità della Fondazione stessa, orientata alla tutela del cittadino, porta con sé il naturale e doveroso interessamento verso l'impatto sociale e culturale di questi media.

La Fondazione Bordini si muove da sempre nell'ambito della ricerca e dell'innovazione, osserva con particolare interesse la padronanza sempre maggiore che i giovani hanno della tecnologia, ed è consapevole del cambio di paradigma avvenuto sotto i nostri occhi negli ultimi anni: gli strumenti tecnologici sono ormai diventati parte integrante non solo della vita quotidiana, ma dell'identità, dell'immagine di sé, della socialità delle nuove generazioni. Questo mutamento epocale crea, com'è naturale, timori e dubbi, ma nello stesso tempo apre la strada a profonde opportunità di sapere, arricchimento, condivisione. La ricerca che presentiamo ci mostra bambine e bambini immersi nella tecnologia, da essi vissuta con gioia, come spazio di esplorazione e incontro che fornisce divertimento, distrazione, possibilità di comunicare con la propria cerchia di amicizie, ma anche aiuto per i compiti e risposte alle proprie domande.

Molto spesso i bambini fanno, però, esperienza di questo flusso di nozioni, stimoli e informazioni in solitudine o insieme a coetanei, perché i genitori e gli adulti in generale non sono in grado di relazionarsi al rapporto dei figli con i



media in modo incisivo.

Se il tema dei pericoli immediati della rete e dei social network, specie per quello che riguarda gli incontri con malintenzionati o l'accesso a contenuti inadatti, sembra aver fatto breccia tra i genitori, il vero problema rimane quello del sostegno verso un uso ragionato, critico, non bulimico dei nuovi media.

I genitori appaiono in larga parte oscillanti tra i divieti (che poi non riescono a far rispettare) e il permissivismo, entrambi dovuti a una mancata comprensione dei processi e delle dinamiche di accesso ai nuovi media.

Il digital divide tra genitori e figli appare quindi rilevante ma contingente: tra pochi anni, i nuovi genitori saranno anch'essi nativi digitali, o almeno immigrati di lunga data.

La mancanza di tempo, la deresponsabilizzazione degli adulti e l'incapacità di dare delle regole, verosimilmente continueranno a influire nel rapporto genitori/figli, ma queste difficoltà sembrano avere più a che fare con l'evoluzione complessiva della società italiana che non con l'avvento dei nuovi media, e perciò andrebbero affrontate con altri mezzi e in altri contesti.

Attualmente ciò che sembra possibile e necessario è la creazione di spazi di collaborazione tra i soggetti che si occupano del benessere dei bambini e soggetti che si occupano di tecnologia (come il pool che ha contribuito alla realizzazione di questa ricerca), le famiglie, la scuola, che portino a modelli praticabili di affiancamento dei bambini e delle bambine nel riempire di contenuti questo loro "fare", verso un uso consapevole della tecnologia, anche attraverso un approfondimento delle conoscenze e competenze scientifiche (per andare oltre il click sui tasti e creare curiosità sui processi), incoraggiando e sostenendo un utilizzo creativo, mostrando come la riflessione e il pensiero critico possano aggiungere profondità ed efficacia al rapporto personale con i media.

Insieme possiamo andare verso un'idea e una pratica di tecnologia come ambiente per esprimersi, conoscere e partecipare, che migliora la vita e ne amplifica le possibilità, nella consapevolezza dei suoi limiti e delle sue responsabilità.

**Marco Pancini**  
**European Senior Policy Counsel**  
**Google Italy**

"La guerra a Internet è una guerra contro i nostri figli": così Lawrence Lessig nella *Lectio Magistralis* che ha tenuto al Parlamento italiano lo scorso 16 marzo 2010.

Una dichiarazione che mi è immediatamente venuta in mente perché sottolinea un aspetto che spesso viene trascurato nel dibattito sul rapporto dei giovani con la tecnologia: si tratta delle opportunità che Internet offre e che i nostri figli devono poter cogliere per essere in grado di vivere nel mondo, un mondo in cui i loro coetanei di altri paesi sono sempre più preparati e abilitati a coglierle.

Focalizzare l'attenzione sulle opportunità offerte da Internet non significa però, ovviamente, voler nascondere le problematiche connesse all'uso delle tecnologie e



della rete. Problematiche che si affrontano grazie ad un uso responsabile e consapevole da parte degli utenti e che richiedono quindi uno sforzo di educazione in tale direzione.

Il quadro che emerge dalla ricerca mostra un miglioramento in termini di consapevolezza dei ragazzi in relazione ai potenziali rischi degli strumenti. Possiamo forse dire che le campagne educative stanno portando buoni frutti e si tratta quindi di un ulteriore incentivo a continuare nel nostro impegno in questa direzione. Il messaggio però più significativo che emerge dalla ricerca è, a mio parere, non tanto quello relativo ai giovani ma quello che riguarda le loro famiglie.

La ricerca mostra come la difficoltà di gestire il rapporto dei figli con la tecnologia non rappresenti un'eccezione nel quadro della relazione complessiva genitori/figli. Si tratta di uno stile genitoriale: chi ha maggiore vicinanza e capacità di imporre delle regole ai propri figli lo fa in tutti i contesti, ivi incluso l'uso della tecnologia. Ci sono però genitori che si sentono inermi di fronte alla tecnologia, o non sono consapevoli del suo valore. Quello che emerge è quindi la necessità di offrire alle famiglie elementi semplici che le aiutino ad esercitare la loro genitorialità anche nei

confronti delle nuove tecnologie, anche in quelle situazioni in cui la famiglia non padroneggia lo strumento.

Lo scorso anno abbiamo dato vita, insieme alla Polizia Postale e delle Comunicazioni, ad una campagna educativa chiamata 'Non perdere la bussola', che ha visto gli agenti della Polizia Postale formare migliaia di studenti delle scuole medie e superiori italiane all'uso sicuro e responsabile della rete.

Il dato di maggior rilievo emerso nel corso dell'iniziativa rispecchia perfettamente quello rilevato dalla ricerca. Esiste una distanza tra i genitori e i ragazzi in termini di rapporto con la tecnologia, una distanza che probabilmente si colmerà naturalmente con il passare del tempo, a mano a mano diventeranno genitori le nuove generazioni che hanno familiarità con la tecnologia e sulle quali incidono positivamente le iniziative di formazione che da anni si stanno portando avanti. Tuttavia, ritengo che sia nostra responsabilità oggi fornire un supporto concreto alle famiglie, renderle consapevoli che il comportamento online non deve differire da quello offline e le regole che si danno ai figli per vivere nel mondo reale devono valere anche per il mondo virtuale della rete.

Si tratta di rendere le famiglie più consapevoli del loro ruolo, avvicinarle a strumenti con cui hanno minore familiarità e dimostrare che non è necessario essere degli esperti informatici per svolgere il proprio ruolo di genitori nei confronti dei figli. E su questo verterà il nostro impegno per il prossimo, immediato futuro. Per contribuire a creare un ambiente nel quale Internet e le tecnologie possano rappresentare per i nostri figli un mondo di opportunità da cogliere, nel pieno rispetto di se stessi, della propria sicurezza e degli altri.

**Caterina Torcia**  
**Corporate Responsibility Manager**  
**di Vodafone Italia**

#### **Il digital divide: la famiglia, il Paese**

Abbiamo raccolto la proposta degli amici di Terre des Hommes a lavorare insieme sul tema della relazione tra bambini e new media perchè siamo convinti del ruolo delle imprese nella diffusione ad un pubblico sempre più vasto delle informazioni di base e della cultura necessarie ad un uso efficiente e responsabile delle tecnologie, nel caso di Vodafone, delle telecomunicazioni mobili e fissa.

Che il telefono sia diventato un canale di comunicazione evoluto e un punto di contatto imprescindibile per persone, aziende, comunità, attraverso il quale trasferire contenuti oltre che parole, è ormai un'evidenza di fronte alla quale i vari protagonisti non possono essere "neutrali". Questa consapevolezza del ruolo, data certamente dal mercato ma supportata dal dialogo con gli stakeholder e da ricerche dedicate come in questo caso, ci ha guidato nella definizione del piano di lavoro.

Lo scenario che emerge dalla ricerca è infatti una conferma della strategia che abbiamo definito nel 2010 e che ci porterà a pianificare a partire dal prossimo anno una serie

di iniziative con due obiettivi prioritari che favoriranno lo scambio tra generazioni nella famiglia neo-digitale: aiutare i genitori a capire i figli nell'uso di internet e del cellulare e sostenere i giovani nell'uso consapevole della tecnologia.

È necessario però fare una distinzione del pubblico a cui si vuole parlare per definire messaggi, canali e toni delle informazioni adeguati. Tra i genitori dei bambini cosiddetti "nativi digitali" (ca. 6-10 anni), ci sono quelli che conoscono le tecnologie ma che le vivono in modo ansioso e preoccupato. Questi genitori hanno bisogno di essere sì informati, ma soprattutto rassicurati su come far usare ai propri figli internet e il cellulare in modo consapevole.

Ci sono invece genitori, spesso anche i nonni con cui i bambini passano molto tempo, ancora "analogici", che hanno bisogno di essere introdotti per la prima volta nel mondo digitale per avvicinarsi e dialogare con i loro ragazzi. Questo impegno sul digital divide generazionale e culturale, corre parallelo a quello sul digital divide geografico, che vede Vodafone sostenere importanti investimenti, per lo sviluppo di infrastrutture veloci e di qualità, necessarie a costruire piattaforme e offrire servizi per tutti i segmenti della società, convinti come siamo che Vodafone, e l'intera Industria delle Telecomunicazioni, abbiano un ruolo primario nel contribuire a creare una società sostenibile nel lungo periodo e che anzi ne siano il motore.

La diffusione della banda larga infatti è fattore chiave per il futuro del Paese e inciderà in modo crescente sullo sviluppo dei singoli cittadini, della società civile e delle imprese. In Italia il 12% della popolazione, pari a circa 7

milioni di cittadini, è in digital divide: non ha accesso a internet a velocità sufficiente per fruire dei più moderni servizi di comunicazione elettronica (PA Digitale, Social Network, e-commerce, ecc.).

In particolare si può stimare che oggi ci siano circa 1.800 comuni italiani che sono privi di banda larga, per questo abbiamo lanciato il progetto "1000 COMUNI": a partire da gennaio 2011 ci impegniamo a coprire almeno un comune al giorno nei prossimi tre anni estendendo la copertura radio alla quasi totalità dei comuni italiani, oltre a continuare ad investire sul miglioramento della qualità e della copertura di rete dove è già presente.

**Paolo Ferrara**  
**Responsabile Comunicazione**  
**e Raccolta Fondi di Terre des Hommes**

Con la terza edizione del Child Guardian Award abbiamo voluto allargare la nostra visuale: non più soltanto uno sguardo sulla comunicazione commerciale e sul suo rapporto con i bambini, spesso sviliti al puro ruolo di consumatori schiavi delle mode o trasformati, precocemente, in bullettini di quartiere o in modelle tristemente sessualizzate.

Questa volta siamo andati oltre, cercando di indagare a fondo il rapporto dei bambini, dei nostri bambini, con un universo mediatico sempre più ampio, sempre più invasivo e sempre più coinvolgente. Questo ha significato sbirciare, inevitabilmente, tra le pieghe della rivoluzione tecnologica degli ultimi anni, ma anche e soprattutto, riportare al centro la galassia di relazioni che intorno al bambino si



giocano: quella con l'oggetto "media", e con le sue funzioni "transizionali"; quella con il gruppo di pari; quella con la scuola e quella, primaria, con i genitori.

Un obiettivo ambizioso che ha restituito, spesso in maniera originale, una molteplicità di spunti che vengono raccolti da diversi dei contributi ospitati in questo dossier: dal prevalere di un'ansia del fare (in cui colludono genitori, figli e scuola), che sembra lasciare, nell'immersione multimediale iperstimolante del multitasking, sempre meno spazio all'analisi e alla comprensione di fondo di processi, relazioni e tecniche; all'affermarsi di una dimensione sempre più dirimpante del "click and play", schiaccio un pulsante e mi aspetto che questo basti a soddisfare ogni mio desiderio, in una rincorsa sempre più frustrante alla felicità; dall'esplosione dei Social Network, piazza virtuale in cui si gioca il proprio spazio di autoaffermazione (spesso ben prima dell'età consentita) e di fuga dalla noia; alla maturazione di una generazione di nativi digitali che oggi non solo si districa a piacimento tra Internet, computer, chat, cellulari di ultima generazione e console di gioco multiplayer, ma che inizia anche ad acquistare consapevolezza dei rischi connessi all'esposizione "in rete" e che sembra aver imparato a proteggersi, o quanto meno ad essere più accorta; fino alle opportunità che i nuovi media sembrano offrire in termini di partecipazione, conoscenza, apertura al mondo.

Se però dovessi dare un titolo, e una chiave di interpretazione, a questa ricerca, da comunicatore non potrei che riprendere quello di un film di cassetta di qualche tempo fa: "Genitori e figli: agitare bene prima dell'uso".

Il quadro che emerge dalla ricerca non è dei più entusiasmanti sotto questo profilo. Tre gli aspetti che sottolineo:

- Si delinea tra le famiglie italiane un contesto sempre più anomico (purtroppo non solo davanti all'uso dei media), dove non sembra esserci spazio per le regole (quei "no che aiutano a crescere" che ogni genitore dovrebbe mettere nella sua cassetta degli attrezzi) e per il loro rispetto: le regole del resto richiedono tempo, pazienza, capacità di infliggere quelle che Donald Winnicott definiva "frustrazioni ottimali", senso di responsabilità, ma anche conoscenze e competenze di cui i genitori del nostro paese sembrerebbero deficitare;

- Prevale un modello di genitore "ansioso" (e fragile, tremendamente fragile), che conscio o no che sia della propria scarsa conoscenza del contesto mediatico in cui si muove il proprio figlio, reagisce con paura e con schemi rigidi: regole sì, ma tese più a demonizzare e a vietare che a proteggere e ad accompagnare il proprio bambino in un percorso di crescita e di cittadinanza attiva che richiede anche la capacità di aprirsi al dialogo;

- Non si intravede, a parte la sempre più sovraccaricata scuola, un'istituzione educativa in grado di colmare quel Digital Divide che oggi vede i genitori ansimare di fronte alla rapidità con cui i loro figli si dipanano tra nuove tecnologie e nuovi modelli di socializzazione. E, aggiungo, se anche si offrisse una tale istituzione, probabilmente la domanda formativa finirebbe per essere tutta incentrata sugli aspetti tecnici e secondari.

Insieme a People abbiamo cercato di iniziare a dare qualche



risposta che potesse sostenere la famiglia italiana almeno nella relazione con i media.

Piccole indicazioni concrete per un uso regolare e regolato dei media che a tutti noi hanno ricordato quelle di un format televisivo non a caso di successo, SOS Tata, ma che vanno necessariamente accompagnate da una politica che apra nuovi spazi ai tempi e alle relazioni familiari, alla formazione continua e all'apprendimento di nuovi linguaggi sostenendo il sempre più difficile ruolo di genitori.

Un ruolo decisivo però oggi sono chiamate a svolgerlo, e in maniera sinergica, anche le organizzazioni impegnate nella promozione dei diritti dell'infanzia e della famiglia, le agenzie formative, le aziende e le istituzioni private ma anche i media, e soprattutto la televisione, che possono e devono offrire proposte originali per aiutare genitori e bambini in questo difficile ma anche entusiasmante cammino che è crescere!

Ne va del futuro dell'istituzione famiglia in Italia, ne va soprattutto del futuro dei nostri figli.

Un grazie a Google Italia, Fondazione Bordini e Vodafone che con noi hanno voluto iniziare a riflettere su questi temi.

**Ilaria Catastini**  
**Hill & Knowlton Gaia**

### **Media e Minori. Crescere una generazione sana, nonostante la Tivù**

Uno degli aspetti problematici nella relazione tra minori e media, specie televisivi, è quello relativo alla "quantità" e alla "qualità" della violenza in vario modo somministrata attraverso fiction, entertainment, informazione giornalistica e pubblicità.

In un telegiornale, le cui immagini e voci vengono perlopiù assimilate passivamente dai bambini durante il pranzo o la cena in famiglia, la quantità di immagini di tipo violento (immagini di cadaveri, di feriti, di risse) è normalmente piuttosto bassa, ma la tipologia di cronaca giornalistica e il commento che accompagna il servizio indugia assai spesso su particolari osceni o macabri, offrendo a quelle stesse immagini una "ambientazione" e uno sviluppo immaginifico che nella mente di un bambino può essere più ricco che non in un adulto.

Nella fiction televisiva italiana si ritrova un codice di linguaggio abbastanza rispettoso della protezione delle fasce dei telespettatori più giovani. Nella fiction americana, viceversa, e in quella di alcuni canali come Fox, la violenza, e il trattamento aggressivo delle immagini (nei tagli delle riprese come nel montaggio) costituiscono proprio le caratteristiche delle serie e l'elemento di gradimento del pubblico. I ritmi serrati e psichedelici dei montaggi, le inquadrature ravvicinate di scene violente e di particolari macabri o scabrosi non possono non restare impressi nella mente di un bambino e di un adolescente e andare a costituire nel tempo un "tracciato" immaginifico nella sua psiche che tenderà a ricercare e a ritrovare nella vita comune. Questo fenomeno si osserva ancora di più nella fiction cinematografica. L'immagine violenta, la crudeltà, l'orrore, sono ricercati e resi con tecniche sempre più sofisticate che, complice il grande schermo, portano lo spettatore "dentro" la scena, attore anch'egli. Con la tecnologia 3D questo fenomeno esploderà ancora di più. La produzione e la vendita e il noleggio di film horror sta aumentando a ritmi vertiginosi e nessun freno è posto alla fruizione - anche vietata - dei minorenni e dei bambini.

L'assuefazione dei giovani alla violenza - in casa, a scuola, nel quartiere, come in TV o al cinema - nasce proprio da qui, da quel ricco substrato di immagini violente registrate e accumulate nella psiche sino a diventare un elemento del proprio ambiente interiore.

Purtroppo non si può non interpretare anche nelle trasmissioni televisive di puro entertainment un codice di linguaggio visivo e parlato che contiene elementi violenti. In trasmissioni banali come La pupa e il secchione, o Ciao Darwin, la volgarità di situazioni, contesti, allusioni, dialoghi, inquadrature, dinamiche di gioco e costumi costituiscono una violenza alla purezza e alla semplicità dei bimbi in più tenera età. In trasmissioni quali il Grande Fratello e l'Isola dei famosi, le situazioni al limite della decenza e del rispetto dell'integrità psicologica e fisica del concorrente costituiscono un avamposto della disgregazione delle



relazioni familiari, tra amici, tra vicini di casa, degli equilibri tra ciò che è lecito e ciò che non lo è. Non si può negare la responsabilità che risiede nelle scelte editoriali della proprietà dei mezzi di informazione e di chi tali mezzi li dirige, oltre che di chi guida le case di produzione. E' verso di loro che dovrebbero essere indirizzate le campagne di sensibilizzazione alla tutela dei minori; verso chi sceglie di usare lo share, piuttosto che la propria coscienza, come arbitro per decidere la giustezza delle proprie azioni.

La pubblicità ha dinamiche diverse, ma simili. Ciò che colpisce è l'estremizzazione e quando questa diventa il concept di uno spot, o di un visual, e quando questa è somministrata forzatamente alla vista del giovane utente in cartelloni visibili camminando per strada o dalla macchina, questo costituisce una violazione della sensibilità del piccolo, del suo essere inerme rispetto a certi messaggi, alla prepotenza di certe affermazioni visive. Si pensi ai cartelli pubblicitari di film quali SEVV, con dita tagliate e persone appese ad uncini, mostrate a bimbi ad altezza passeggiata. Quanta responsabilità nei creativi pubblicitari, e quanta di più nei produttori e nei committenti!

Concludo con quella che a me sembra in questo momento l'espressione più rozza della violenza mediatica. Quella dei talk show. Potremo mai insegnare ai nostri figli il rispetto dell'altro, del pensiero dell'altro, se l'insegnamento continuo e costante che ci viene dai politici sul piccolo schermo è quello del "vince chi ha la voce più grossa e chi la spunta con la violenza dell'oratoria e della postura"?

Di chi è in questo caso la responsabilità? Di questa ondata storica di politici, o di chi li ha votati?

**Silvia Kanizza**  
**Università degli Studi Bicocca di Milano**

La ricerca su "Bambini e nuovi media" fa riflettere non solo sul rapporto dei bambini /ragazzi coi nuovi media, ma soprattutto su quale sia il rapporto (o il gap?) fra i genitori e i loro figli "nativi digitali" e fra scuola, alunni "nativi digitali" e i loro genitori.

Molti risultati confermano tutta una serie di ricerche sul tema e riflettono anche molti discorsi degli addetti ai lavori. Valgano per tutti l'immagine che quasi tutti i genitori





intervistati hanno e della televisione come una “buona e rassicurante baby sitter” (anche se un buon numero la ritiene “diseducativa”) e del cellulare visto come una possibilità di controllo a tempo pieno del/sul figlio. Che il figlio abbia il cellulare, naturalmente sempre acceso anche a scuola, tranquillizza tutti quei genitori (e sono molti) che sono sempre in ansia quando il figlio è fuori dalla loro vista perché ritengono che oggi la vita sia particolarmente irta di pericoli.

Sottesa a tutto questo è un’idea di famiglia come unico luogo sicuro e i genitori come unico riferimento. Questa immagine di bambino/ragazzo indifeso che i genitori devono salvaguardare dalle insidie del mondo può però impedire al bambino di misurarsi con ciò che sta al di là della porta di casa, di imparare a contare sulle proprie forze, di diventare via via più indipendente dalla famiglia (per altro obiettivo della crescita). Di tutti i media forse solo il cellulare e la televisione sono davvero “nuovi” perché gli altri hanno semplicemente velocizzato attività che venivano svolte anche prima: i videogiochi sono giochi, Facebook mette in contatto fra di loro persone note e ignote, internet permette di esplorare universi nuovi e a volte pericolosi.

Una volta per lettera ci si metteva in contatto anche con sconosciuti che potevano pure essere poco raccomandabili; oppure ci si aggregava per gruppi di amici (la domanda “posso essere tuo amico?” che oggi è di Facebook una volta veniva rivolta a voce) e anche allora i genitori difficilmente riuscivano a controllare le scelte dei figli in materia amicale. Una volta i bambini esploravano il territorio spingendosi anche verso luoghi pericolosi, anzi a volte cercando proprio

i luoghi paurosi e pericolosi per mettersi alla prova. Certo, i genitori si sentono scavalcati dalle nuove tecnologie e quindi ne diffidano.

Non è un caso che l’unico elemento non sospetto sia la televisione che è la tecnologia con la quale essi stessi sono cresciuti. Per cui da una parte sono soddisfatti dell’abilità tecnologica del figlio cui comprano giochi e supporti, dall’altra temono di non riuscire a controllarli e vorrebbero capire come intervenire. È bene riflettere che tutte queste tecnologie immergono il bambino (e anche l’adulto) in un mondo virtuale in cui non c’è confronto con la realtà, un mondo in cui tutto è rimediabile, mentre nella vita reale le cose stanno un po’ diversamente. Perciò se i bambini non vengono abituati a distinguere bene ciò che è virtuale da ciò che è reale possono essere particolarmente fragili, indifesi e a disagio anche di fronte alle difficoltà più banali e vivere gli insuccessi come eventi devastanti a cui non si può porre rimedio. Compito dei genitori è di accompagnarli nell’acquisizione della consapevolezza che reale e virtuale sono differenti e una modalità per mettere i bambini/ragazzi “coi piedi per terra” è dare delle regole e poi di mantenerle ferme: poche ma non aggirabili.

Il problema dell’autorità è oggi un problema molto grosso (lo dimostrano anche i risultati della ricerca) e i genitori che si sentono meno abili con le tecnologie possono finire col delegare al figlio il potere di decidere con un rovesciamento di ruoli che non giova a nessuno. Dalla ricerca si evince che i genitori che sono meno in difficoltà nei confronti delle nuove tecnologie sono meno ansiosi e sono più in grado di far rispettare le regole.

In tutto questo la scuola viene invocata come il luogo in cui

deve avvenire l'educazione ai media (anche per i genitori) e ciò qualifica la scuola come luogo di cultura e di formazione. Ma su questo la scuola è in grande difficoltà perché finora i media sono stati visti o come evasione (quindi da bandire) o come strumenti di supporto alla didattica (televisione o filmati o internet "scolastici") o come modalità di insegnamento/apprendimento (ad esempio Logo) o come semplice modalità di comunicazione (corrispondenza varia) e peraltro non tutti i docenti sono in grado di utilizzare agevolmente i vari programmi.

Il risultato è che la maggior parte relega all'extrascuola i media e propone temi e modalità di studio che per i bambini di oggi non sono adatti per cui le sue proposte vengono prese sottogamba e la scuola in quanto tale viene delegittimata. Lo sarebbe forse meno se fosse in grado di proporre i contenuti utilizzando anche i nuovi media e facendo riflettere gli alunni sugli strumenti informatici da loro comunemente usati.

**Gianna Terzani**

**Vice Presidente AssoComunicazione**

**Bambini, media e new-media:  
potrebbe essere meglio**

**Un'opportunità tematica su cui far collaborare famiglia, scuola, politiche sociali, imprese e mondo della comunicazione.**

Ci sono luoghi in cui emergono con più forza i vuoti fatti di incompetenza, di incapacità di relazione, di anestesia dei sentimenti, di mancanza di guida e serena cura verso chi incarna il nostro futuro.

Ogni luogo, proprio perché spazio d'incontro, rappresenta opportunità e pericoli, territorio di scoperta, ansia o divertimento. Tutto dipende se in quel luogo ci si va con qualcuno che lo conosce bene, che ci può assicurare affiancandoci nel nostro percorso esplorativo.

La vita è un luogo, con molti sottoluoghi che sono gli ambienti nei quali ci muoviamo e creiamo le nostre relazioni e le nostre esperienze. La vita è una gioia, la vita è una sofferenza, la vita è fatta di regole e di libertà, del "pensare" e del "fare" in un precario ma sapiente equilibrio. Quando questo equilibrio vacilla produce eccessi non funzionali alla nostra stabilità emotiva e genera esperienze in cui emerge la nostra incapacità di gestirle in modo sereno e consapevole.

Il mondo digitale ha le sue caratteristiche e le sue regole, certamente diverse da quelle con cui da sempre siamo cresciuti, ma che vanno conosciute, comprese e padroneggiate. Il mondo digitale può integrarsi vantaggiosamente al nostro quotidiano, allargarne lo spazio di relazione, di conoscenza e di cultura, purché ne sia una parte scelta e non subita, approcciata, nel nostro ruolo di genitori o insegnanti, come opportunità di scambio ulteriore e relazione con i nostri figli/allievi. La "piazza" in cui si conversa o si gioca, si insegna e si impara, ci si confronta o si osservano i fenomeni. Un luogo in cui andare e venire senza farne il proprio centro affettivo ma da considerare

anche come momento di condivisione e quindi di affetto. E perché no, ulteriore palestra educativa alla relazione. Basta conoscerne le regole, basta che qualcuno, che riconosciamo nel ruolo di nostra guida, ce le insegni.

Ciò che emerge da questa interessante ricerca, occasione per noi comunicatori e formatori di ottimi spunti di riflessione, è che i bambini sono purtroppo oggi la proiezione di adulti impauriti e inadeguati, pigri o impossibilitati a svolgere il loro ruolo di tutori ed educatori, insopportabilmente trincerati dietro scelte mascherate da senso di colpa, ma anche lasciati soli da una politica sociale arretrata e spesso inesistente.

Attraverso il "fare" dei bambini, che da sempre "fanno" e chiedono risposta ai loro perché, gli adulti sono chiamati ad "essere". Alcuni di loro paiono ignorare la sintesi dell'argomento, ma i più se ne rendono conto e vorrebbero attivarsi, cercando un supporto esterno che purtroppo continua a negarsi.

In fondo si cresce insieme, non c'è mai fine al crescere e il mondo dei bambini, nella sua attuale configurazione, ci offre l'opportunità di alimentare, con un nuovo senso, l'amore che abbiamo da trasmettere.

Ma non riusciremo certamente nell'intento senza un sostegno adeguato e concreto, un piano di welfare che permetta di trovare i modi, i luoghi, i tempi, in cui apprendere un nuovo linguaggio, quello che i bambini hanno imparato senza grammatica, senza quel libro delle regole che scandisce le tappe di un apprendimento.

Sono gli adulti, infine, prima ancora dei bambini, a doversi riappropriare di una dimensione del desiderio vitale, onesta e condivisibile.

Il desiderio di crescere e di far crescere bene, senza delegare o essere costretti a delegare ad un luogo, fisico o digitale che sia, la responsabilità del risultato.

Il mondo della comunicazione, quale soggetto "adulto", certamente ha la sua parte di responsabilità costante nella costruzione della consapevolezza dei "mondi" in cui viviamo, certamente ha la possibilità immaginale di generare o suggerire modelli positivi di uso e di costruzione della comunicazione nei new media, certamente può in parte contribuire a colmare una carenza educativa nei valori e negli stili di vita. Con un atteggiamento di empatia e di generosità ritrovate che si afferma oggi quale componente indispensabile allo sviluppo sia sociale che d'impresa, sia collettivo che individuale.



**Patrizia Boglione**  
**Art Directors Club Italiano**

**“Un popolo di iniziatori, collaboratori, organizzatori, lettori, scrittori, autenticatori e strateghi.”**

Parliamo della generazione dei nativi digitali che, nata con la rete, non si è mai posta il problema di come fosse il mondo prima, perché il mondo digitale è come l'aria. C'è, si respira e basta.

Parliamo di una generazione di nuovi imprenditori ventenni, che dopo aver sperimentato tutte le potenzialità della rete, hanno dato vita ad aziende che ne hanno fatto gli uomini più ricchi del mondo.

Parliamo di una generazione che si connette con facilità ribaltando tutte le regole del tempo sincronico, in un tempo orizzontale che li fa vivere molte vite e tutte importanti.

Parliamo di una generazione che invece di trovare difficoltà nel reperire informazioni deve fare sintesi ogni secondo della sua vita.

Non siamo noi. Ma il problema qual è? Noi parliamo per cercare di capire, loro fanno e basta.

Tutte le ricerche sui media vecchi e nuovi, ormai da vent'anni arrivano alla stessa conclusione: gli adulti sono giustamente preoccupati perché questi ragazzi non sono come loro.

O meglio sono preoccupati perché ne hanno perso il controllo.

Anche perché hanno dovuto chiedere ai loro figli di far loro da guida in questo nuovo mondo di cui non comprendono le logiche.

Pensiamo a quanti genitori si chiudono nelle loro stanze con Facebook o i siti di dating.

Obiettivamente credo che stiano messi peggio i genitori, dei figli.

Peraltro a livello sociale questo ribalta la logica dell'autorità nel gruppo familiare.

Si inizia a ragionare su un livello di parità.

Sono madre di adolescenti anche io, e so di cosa parlo.

Credo sinceramente che il problema sia tutto nostro.

Il cervello dei nostri ragazzi si sta plasmando, adattandosi a nuovi percorsi cognitivi.

Sommersi dalle informazioni stanno imparando ad accedervi, estrarle, categorizzarle, memorizzarle e questo rafforza la loro intelligenza. Peraltro poi le condividono subito, favorendo anche l'aumento del capitale intellettuale della loro generazione.

Sono molto più veloci a processare immagini che si muovono più velocemente.

Sebbene abbiano a che fare con un gran numero di informazioni o debbano trovare equilibrio fra mondi sintetici e mondi fisici, in realtà si ritrovano più rispettosi nei confronti delle diversità razziali, più intelligenti e più veloci dei loro predecessori.

Stanno cambiando ogni istituzione della vita moderna, dai luoghi di lavoro, ai mercati, alla politica, all'educazione.

Pensiamo a come, quella che Don Tapscott chiama “la Net



Generation”, approccia il mondo del lavoro: collaborazione totale che mette in crisi il sistema gerarchico delle aziende e le costringe a ripensare la ricerca di persone in un'ottica tutta focalizzata sul talento.

Molti di questi giovani danno vita a start up di nuovi business, anche impensabili solo 10 anni fa.

Con coraggio. Sono i nuovi imprenditori, con una capacità di acquisire visibilità quasi illimitata.

Come consumatori si sono trasformati in “prosumer” che partecipano a costruire, innovare prodotti e servizi. Il concetto di brand sta ora cambiando per sempre. Da una marca che parla e cerca di farsi ascoltare, a brand che interagiscono con la vita delle persone.

Nelle aziende come nelle famiglie, chi ha paura dei nuovi media, semplicemente li demonizza.

Come cittadini partecipano sempre più attivamente alla vita politica, scardinando le vecchie dinamiche. Non ci accorgiamo che i giovani politici italiani hanno più di 40 anni? Aspettiamo la net generation e speriamo in una società migliore.

Amano e pretendono libertà in tutto quello che fanno, libertà di scelta e di espressione.

Sono molto meno omologati di quello che sembrano, personalizzando tutto, dalla loro playlist musicale ai contenuti che caricano in rete.

Scrutano, analizzano, criticano prodotti e aziende e pretendono etica e verità.

Vogliono lavorare divertendosi, studiare con piacere, dare consistenza ai loro sogni. Non è quello che avremmo voluto sempre fare anche noi?

Peraltro da creativa, devo ammettere che è il modo migliore per produrre idee.

Sono innovatori, e saranno stimolo all'innovazione della nostra società.

Se tutto questo è vero, è vero anche che questi ragazzi fanno molta fatica ad interiorizzare; solo interiorizzando (cosa che richiede tempo, riflessione, ponderazione) potranno generare idee vitali per una vita veramente realizzata.

Su questo i genitori possono fare qualcosa, possono aiutarli ad elaborare le esperienze, a capire quali sono le cose che fanno di un contatto un'amicizia.

Non demonizzerei il mondo che viene, cercherei di rafforzare la capacità dei giovani di comprendere la loro dimensione personale, la loro autostima e la loro capacità di discernere.

Per il resto dobbiamo dar loro fiducia.



**Prevenire gli abusi si può, anzi si deve**

## **La Campagna**



Promossa a livello internazionale dal 2000 dalla World Women Summit Foundation (WWSF) di Ginevra, la Campagna **“ IO Proteggo i Bambini”** di Terre des Hommes accoglie e rilancia a livello nazionale il messaggio della **“Global Campaign for Prevention of Child Abuse”**, che nel 2009 aveva riunito più di 700 organizzazioni in 125 nazioni nel mondo e sostenuta da eminenti personaggi come i vertici delle Nazioni Unite e la regina Rania di Giordania.

Questa campagna vuole diffondere la cultura della PREVENZIONE di TUTTE le forme di violenza ed abuso sui bambini, in Italia e nel mondo. La violenza infatti è un segno che rimane indelebile nell'anima dei bambini, minando il loro corretto sviluppo e pregiudicando la loro vita futura. I numeri sono enormi: da 500 milioni a 1 miliardo e mezzo di minori nel mondo sono sottoposti a qualche forma di violenza o abuso secondo la stima delle Nazioni Unite. Impegnarsi nel prevenire il verificarsi di queste violenze significa quindi contribuire ad assicurare un futuro migliore all'umanità.

Simbolo della campagna è un **Fiocco Giallo**, da indossare nella **Settimana Internazionale della Prevenzione dell'Abuso sull'infanzia (13- 19 novembre)**. Alla Campagna **“IO Proteggo i Bambini”** è abbinata dall'**8 al 21 novembre 2010 una raccolta fondi con P'sms solidale 45509** da 2 euro da cellulari Tim, Vodafone, Wind e 3 e da rete fissa Telecom. I proventi andranno a finanziare le attività di protezione dell'infanzia in **Colombia** (per bambini vittime di tortura), **Mauritania** (minori in conflitto con la legge) e **Perù** (bambini lavoratori) di Terre des Hommes.

Nell'ambito della campagna “IO Proteggo i Bambini” Terre des Hommes ha estratto e adattato al contesto italiano alcuni consigli e suggerimenti stilati dagli esperti della **Global Campaign for Prevention of Child Abuse** contenuti nel manuale “Prevention is Key”. Ciascuno di noi può cercare di applicarle nella vita di ogni giorno e farle circolare tra amici e conoscenti, impegnandosi in prima persona per essere dei veri “Child Guardian”.

### **10 piccoli suggerimenti per genitori consapevoli**

1. Crea un ambiente sicuro e protettivo per i tuoi bambini;
2. Promuovi un ambiente in cui sia facile comunicare con i tuoi figli;
3. Il modo migliore per non perdere la pazienza con i tuoi bambini è comunicare con loro;
4. Parlagli con franchezza e non nascondergli che esistono abusi e violenze, più informati saranno più sapranno difendersi;
5. Anche tu puoi aiutare altri genitori come te ad accettare i loro figli per quello che sono e ad ascoltare e a comprenderne i problemi.  
Tutti possiamo farcela!

6. Sei sicuro che le spiegazioni e i messaggi che dai ai tuoi figli sugli abusi e sulle violenze siano adeguati alla loro età e al loro sviluppo? Ricordati che in questi casi la chiarezza e il rispetto della loro età sono fondamentali.
7. Non è mai troppo tardi per educare i tuoi bambini a individuare e/o prevenire/fermare gli abusi. Possono cambiare le forme, ma c'è sempre un modo per aiutarli a crescere più sicuri.
8. Ne sai abbastanza su come funziona lo sviluppo dei tuoi figli e sulle dinamiche familiari? C'è sempre qualcosa da imparare e questo può aiutare tutta la famiglia a vivere in maniera più serena e consapevole, anche nella gestione della disciplina attraverso metodi non violenti;
9. La prevenzione inizia a casa, ma continua nelle nostre comunità: impegnati in campagne di sensibilizzazione che rendano inaccettabili gli abusi e le violenze sui bambini tra le mura domestiche;
10. Gli enti locali e i governi possono svolgere un ruolo fondamentale nel disegnare politiche di sostegno alla genitorialità consapevole e ai bambini: facciamo pressione sui nostri governanti affinché facciano tutto ciò che è in loro potere per creare un mondo senza violenza sui bambini.

### **Violenza sui media: Ecco cosa possiamo fare per prevenirla**

- ▶ Parliamo ai nostri bambini della violenza nei media e incoraggiamoli a rivolgersi a noi se vedono o hanno accesso a scene o contenuti in grado di turbarli. Spieghiamo loro la differenza tra violenza reale e violenza nei programmi di intrattenimento
- ▶ Sensibilizziamo/educiamo insegnanti, genitori, tutori e ogni persona che si prende cura dei bambini, ma anche giornalisti e produttori televisivi sui bisogni dei nostri ragazzi e sui loro diritti
- ▶ Stabiliamo regole chiare e teniamo gli occhi aperti sull'uso dei media da parte dei nostri bambini, in particolare rispetto a Internet, ai videogiochi e ai programmi televisivi e ai film che guardano
- ▶ Spieghiamo ai bambini i rischi associati all'uso di Internet
- ▶ Limitiamo l'accesso ai siti che non sono adeguati alla loro età
- ▶ Verifichiamo che i programmi televisivi, i film e i video alla loro portata siano appropriati alla loro età
- ▶ Chiediamo ai bambini di dirci se hanno ricevuto o stanno ricevendo sms o e-mail a carattere sessuale o allusivo
- ▶ Teniamo il computer dei nostri bambini in un luogo visibile per sorvegliarne l'uso
- ▶ Guardiamo i programmi TV in compagnia dei nostri bambini e usiamo questa occasione per condividere con loro insegnamenti, impressioni, informazioni e valori
- ▶ Prendiamo accordi con gli altri adulti in modo che le regole che abbiamo dato ai nostri figli siano rispettate anche in presenza di altre persone o durante le visite a casa degli amichetti

- ▶ Prendiamo il massimo di precauzioni nella scelta delle persone che si prenderanno cura dei nostri bambini
- ▶ Educiamo la nostra famiglia e i nostri conoscenti a proteggere e istruire i nostri bambini contro i pericoli nei media: prepariamoli a comprendere il linguaggio dei media e a sorvegliare il consumo dei media da parte di bambini e adolescenti
- ▶ Ricordiamo ai professionisti della comunicazione le loro responsabilità etiche e il rispetto delle norme deontologiche
- ▶ Chiediamo ai governi di riesaminare il loro ruolo nella regolamentazione dei media
- ▶ Se siamo insegnanti facciamo educazione ai media in classe, in modo che i nostri bambini siano in grado di decifrare il linguaggio dei media e sappiano darne una lettura critica
- ▶ Sosteniamo le iniziative dei media mirate a fornire un migliore accesso ai bambini, ai loro bisogni e ai loro diritti, senza compromettere l'indipendenza degli operatori dei media
- ▶ Sosteniamo la creazione di spazi e opportunità in cui i bambini imparino a utilizzare i mezzi di comunicazione di massa (stampa, radio, televisione) condividendo il loro punto di vista
- ▶ Coinvolgiamo attivamente i bambini nel dibattito sui media in modo da garantire la produzione di contenuti pertinenti e appropriati
- ▶ Incontriamo gli editori dei media locali per discutere in che modo possano contribuire a promuovere comportamenti non violenti nei confronti dei bambini.

### **Violenza su Internet**

#### **Ecco cosa noi genitori possiamo fare per prevenire gli abusi via Internet...**

- ▶ Proteggiamo i nostri bambini dai contenuti che incitano all'odio su Internet e aiutiamoli a identificare simboli come svastiche, ecc., e riferimenti sprezzanti alle razze, rappresentazioni caricaturali di alcuni gruppi etnici, ecc.
- ▶ Informiamoci il più possibile su Internet e su tutto ciò che i nostri bambini stanno facendo online
- ▶ Restiamo aperti al dialogo in modo che i nostri bambini si sentano a loro agio nel venirci a chiedere aiuto se si imbattono in qualcosa che li disturba online
- ▶ Sorvegliamo e regoliamo l'uso di Internet dei nostri bambini
- ▶ Mettiamo in guardia i nostri bambini, fin dalla più tenera età, contro la violenza sui media e cerchiamo di far sviluppare in loro un senso critico in rapporto a quanto vedono. I minori hanno bisogno di imparare a rispettare gli altri e a rispondere in maniera adeguata alla violenza sui media
- ▶ Parliamo con i nostri bambini di quello che vedono, della violenza e delle sue conseguenze e dissuadiamoli dal vedere programmi tv via internet con immagini violente o omicide
- ▶ Installiamo dei filtri nei loro computer
- ▶ Contattiamo i provider e/o la Polizia Postale e chiediamo il loro aiuto nel localizzare i siti che ospitano contenuti scioccanti

- ▶ Diamo regole chiare sulla navigazione online ai nostri bambini indicando ciò che possono visitare, cosa possono fare, quando e per quanto tempo possono usare il computer
- ▶ Posizioniamo il computer in un luogo dal quale sia sempre possibile controllare l'uso che ne stanno facendo i nostri figli
- ▶ Facciamo una lista dei siti web che i bambini possono visitare e insegniamo loro a non dare mai informazioni personali o a mandare loro fotografie
- ▶ Cerchiamo documenti e risorse pedagogiche on line per insegnanti, bambini e genitori per informarci meglio.

#### **Bambini: le dieci regole d'oro per navigare online sicuri**

1. Navigare è divertente, ma fai attenzione agli squali!
2. Fai attenzione - non sai chi c'è dietro lo schermo!
3. Non dare mai a nessuno la tua password, il tuo nome e la tua età
4. Fai molta attenzione quando chatti
5. Non dare mai a nessuno l'indirizzo di casa!
6. Non mandare la tua foto a nessuno! E neanche quella di qualcun altro
7. Non accettare mai incontri con gli sconosciuti senza dirlo ai tuoi genitori!
8. Non credere a tutto ciò che la gente ti dice!
9. Non rispondere mai alle e-mail che ti turbano!
10. Se un'immagine ti turba, chiudi il sito e parlane con i tuoi genitori!



Foto: Ilenia Piccioni

---

**Un ringraziamento speciale a tutte le persone  
che hanno partecipato alla realizzazione  
di questo dossier.**

**Arrivederci alla prossima edizione del  
Child Guardian Award.**



Fondazione Terre des Hommes Italia Onlus - Viale Monza 57 - 20125 Milano  
Tel. +39 02 28970418 - Fax +39 02 26113971  
[www.terredeshommes.it](http://www.terredeshommes.it) - [info@tdhitaly.org](mailto:info@tdhitaly.org)