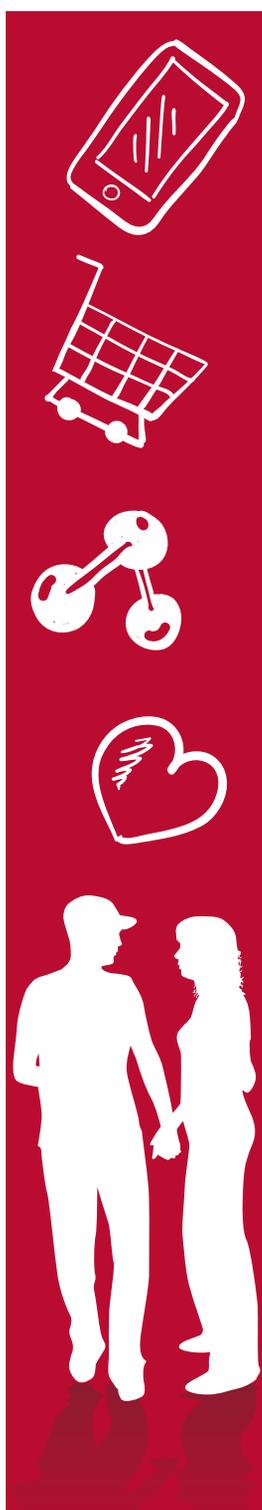
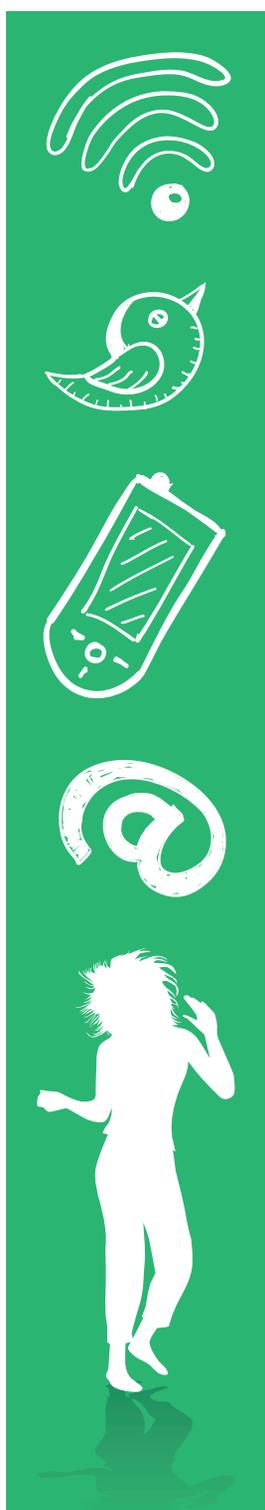
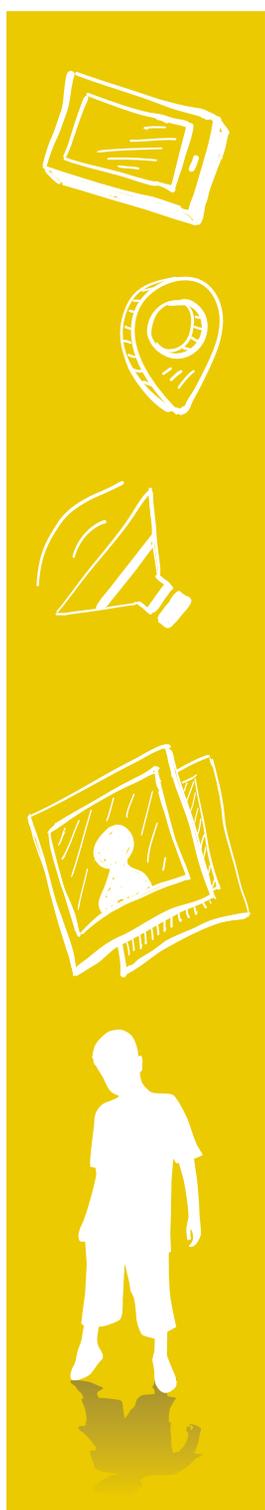




AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

Libro Bianco Media e Minori



Libro Bianco
Media e Minori

PRESENTAZIONE

La trasformazione epocale impressa al sistema dei *media* dall'innovazione tecnologica degli ultimi decenni – in particolare per quanto riguarda le sinergie con Internet e l'adozione di sistemi per la trasmissione di contenuti audiovisivi e multimediali su terminali mobili – contribuiscono ad accrescere le opportunità comunicative anche per le nuove generazioni e, al tempo stesso, ripropongono in termini nuovi la questione della tutela degli utenti ed in particolare dei minori in considerazione soprattutto della presenza crescente dei nuovi media nel processo di formazione e di educazione. La complessità della funzione di tutela che la legge istitutiva affida all'Autorità, in generale e nello specifico della protezione dell'età evolutiva nel contesto mediale, ha suggerito di condurre una indagine che si è concretizzata nel *Libro Bianco sul rapporto media e minori*.

Il *Libro Bianco* realizzato dall'Autorità intende proporsi innanzitutto come punto di partenza per una riflessione ampia e condivisa sull'adeguatezza dell'impianto legislativo attualmente posto a tutela dei minori, e sulla tenuta culturale dello strumentario che supporta l'analisi del nuovo scenario mediale anche nella prospettiva, ultima ed eventuale, degli interventi sanzionatori. A tale proposito, tra l'altro, la legge conferisce all'Autorità una competenza di tutela dei minori «*anche tenendo conto dei codici di autoregolamentazione*», una importante previsione volta a riconoscere espressamente la rilevanza sempre maggiore assunta dall'autoregolamentazione e dalla coregolamentazione, in materia e più in generale nella disciplina delle comunicazioni.

La ricognizione effettuata offre alla comunità scientifica, agli operatori, e a tutti i soggetti che a vario titolo sono interessati all'ambito tematico oggetto d'analisi un *corpus* di materiali vasto, articolato ma soprattutto inedito. Al riguardo possono citarsi ad esempio, tra gli altri, i dati sull'ascolto dei minori che l'Auditel ha disaggregato *ad hoc* in tre fasce d'età; i palinsesti completi di canali televisivi generalisti e tematici; il massimario delle decisioni dell'Autorità sulla tutela dei minori.

Il *Libro Bianco* ricostruisce lo scenario mediale nazionale ed il consumo dei minori nella delicata fase di transizione dal sistema televisivo analogico a quello digitale. Ancorché relativamente recenti, i materiali acquisiti conservano una importante valenza cognitiva, in quanto uno degli scopi del lavoro è quello di misurare nel breve e nel medio periodo – attraverso sistematici aggiornamenti di sintesi della ricognizione originaria – l'intensità e la natura dei cambiamenti che intervengono tanto sul versante più propriamente tecnologico, quanto sul versante del consumo, in termini di contenuti offerti e pratiche di fruizione dei minori.

L'auspicio è quello che questo strumento contribuisca ad accrescere la consapevolezza delle questioni rilevanti in materia di tutela dei minori nel passaggio al nuovo ambiente tecnologico digitale. L'obiettivo di fondo al quale il *Libro Bianco* e più in generale l'azione dell'Autorità in materia devono essere finalizzati è quello di interventi che risultino sempre più efficaci, puntuali e *up-to-date*.

Angelo Marcello Cardani

**PRESIDENTE DELL'AUTORITÀ
PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI**

INTRODUZIONE

Quando in un Paese l'assillo della sopravvivenza si fa palpabile, è normale, direi fisiologico, che l'attenzione per i bisogni immateriali passi in second'ordine: l'educazione delle nuove generazioni, lo sviluppo culturale diffuso, la citatissima "emergenza antropologica", tutte cose che già normalmente virano per i più verso un'inafferrabile astrazione, diventano ora un lusso che può attendere, al massimo un impegno per il dopodomani.

Eppure, e qui sta il paradosso, lo sviluppo di una società va preparato sui tempi lunghi, proprio con investimenti sulla cultura collettiva. La mentalità di un Paese, il suo gradiente di civiltà non si producono per impeto e all'improvviso: si costruiscono invece silenziosamente, giorno dopo giorno e nei luoghi minimi: nel confronto dei ragazzi con i docenti nelle aule scolastiche, nei dialoghi in famiglia intorno al tavolo della cena, nel consumo continuo e penetrante dei media.

I contenuti che viaggiano tra frequenze, parabole e byte sono infatti ormai il principale immenso giacimento antropologico, in cui gerarchie di valore, modelli di relazione umana, stili di vita si affastellano, si consolidano, qualche volta deperiscono fino a scomparire. Un oceano di contenuti, che negli ultimissimi anni ha conosciuto una vera esplosione anche in Italia, uno tsunami multimediale che al CENSIS ci ha fatto parlare di "inizio dell'era biomediativa". È anche, se non soprattutto, attraverso di esso che i nostri figli apprendono modelli di comportamento, strategie di vita, schemi di pensiero. Non vorrei fare un esempio impopolare, ma se si nutrono da adolescenti di trasmissioni che insegnano a raggiungere l'effimera fama dei piccoli pantheon televisivi (sgambettando, canticchiando, o semplicemente recitando se stessi davanti a una telecamera curiosa), i più suggestionabili saranno certamente meno invogliati a pensare ad un futuro di faticoso investimento sul proprio lavoro.

Pertanto, quanti pensavano che con la convergenza multimediale e la moltiplicazione delle piattaforme si sarebbero risolti spontaneamente tutti i problemi, hanno dovuto ricredersi: i mezzi sono tanti e in continua evoluzione, ma veicolano in fondo molto spesso la stessa cultura: epidermica, volatile, in certe pieghe, cupamente intollerante.

A tutto questo bisognerebbe prestare una grande attenzione; a cominciare dal monitorare i contenuti della nuova cultura di massa e le possibili influenze sulle nuove generazioni: basti pensare, ad esempio, alle performance di intolleranza che viaggiano indisturbate su Internet nei confronti di chi appartiene ad altre etnie, o delle persone con disabilità; o allo spostamento della pornografia verso più trasgressive e violente frontiere. È in discussione la civiltà che viene, le forme di convivenza e di democrazia che cresceranno.

Per questo, quando l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha chiesto al CENSIS di collaborare, in virtù della nostra trentennale esperienza sul tema, alla stesura di un Libro Bianco

su “media e minori”, abbiamo raccolto la sfida con grande attenzione e con l’auspicio che questa importante iniziativa fosse l’avvio di un nuovo modo di percepire il rapporto dei nostri figli con i media vecchi e nuovi, a livello istituzionale e collettivamente: non più allarmismi ansiosi, ma neanche snobismi “ignoranti”; piuttosto una vigilanza serena, epperò attenta, scientificamente orientata e consapevole.

Una vigilanza da parte delle istituzioni, vivificata da un esercizio della cittadinanza organizzata più maturo, forse un po’ più anglosassone e un po’ meno latino. La nostra natura, la nostra passionalità ci ha portato fiammate periodiche di allarmismo, magari a ridosso dell’ultimo sventurato caso di killer appassionati di videogiochi violenti; invece è arrivato il tempo di far crescere la coscienza collettiva per produrre un esercizio dei media, più intenzionale e strategico, calibrato su quello che accadrà tra qualche anno.

Giuseppe De Rita
Presidente CENSIS

PREMESSA METODOLOGICA	10
PARTE I - REVIEW SISTEMATICA	13
CAPITOLO 1 - PRODUZIONE SCIENTIFICA NAZIONALE E INTERNAZIONALE¹	14
Considerazioni generali - Scuole scientifiche, approcci, metodi e risultati	15
Introduzione	15
1. Media e minori nel mondo: si studia da 50 anni	15
2. Usi ed effetti dei contenuti mediatici	17
3. Gli ultimi 10 anni	22
4. Psiche, identità, cultura: nuovi sviluppi e riferimenti classici	27
5. Minori e globalizzazione	34
6. La scommessa della Media Education	41
CAPITOLO 2 - MINORI E NEW MEDIA IN EUROPA²	46
1. La fruizione di Internet	46
2. Rischi ed opportunità	51
3. L'influenza dell'area culturale del Paese e del contesto politico	56
CAPITOLO 3 - MASS MEDIA, VIOLENZA E MINORI. LO STRAORDINARIO PATRIMONIO DI RICERCA DEGLI USA³	62
CAPITOLO 4 - LA COSTRUZIONE SOCIALE DELLA REALTÀ⁴	78
CAPITOLO 5 - L'IMPATTO DEI MEDIA SULL'APPRENDIMENTO⁵	88
CAPITOLO 6 - PUBBLICITÀ E MINORI⁶	94
CAPITOLO 7 - MEDIA E MINORI IN EUROPA	106
1. La tutela dei minori nei Paesi dell'UE ⁷	106
2. Studi in materia di rapporto media-minori realizzati da alcune autorità nazionali: Francia, Gran Bretagna, Spagna ⁸	128
CAPITOLO 8 - AUDIOVISIVO E PROTEZIONE DEL MINORE: LA DISCIPLINA NORMATIVA IN ITALIA⁹	134
Introduzione	135
A - Gli obblighi di programmazione	136
B - La programmazione per generi	142
C - I minori nello schermo	148
D - I minori e internet	150
E - La vigilanza sulla programmazione	152
F - L'attività sanzionatoria	154
Fonti normative	155
CAPITOLO 9 - I COMITATI REGIONALI PER LE COMUNICAZIONI E I MINORI¹⁰	158
I. I Co.re.com.	158
1. Le fonti	158
2. Le funzioni	160

¹ CENSIS

² CENSIS

³ CENSIS

⁴ CENSIS

⁵ CENSIS

⁶ CENSIS

⁷ AGCOM: Cavallaro

⁸ AGCOM: Di Lieto

⁹ AGCOM: Bonvicini

¹⁰ AGCOM: Montanari, Di Lieto

II. Minori e Media	161
1. Premessa	161
2. Minori e web	161
3. Minori e dispositivi mobili	165
4. Minori e videogiochi	165
5. Minori e televisione	166
6. Linguaggio e codici di comportamento	168
7. Media education	169

PARTE II - IL CONSUMO DI MEDIA¹¹ 173

CAPITOLO 1- IL CONSUMO DEI BAMBINI VISTO DAI GENITORI	174
Premessa	174
1. La fruizione dei media e la famiglia	174
2. Il gradimento	177
3. Il consumo e il gradimento di media dei figli	181
4. L'azione di filtro parentale	189
5. Innovazione tecnologica e valutazione della qualità	195
6. Gli effetti dei media sui minori secondo i genitori e la regolamentazione	195
7. Valutazione delle misure a tutela dei minori	204
Una riflessione conclusiva	207
Appendice	
Nota metodologica	208
Dati strutturali	210
CAPITOLO 2 - CONSUMO DEGLI ADOLESCENTI	214
Premessa	214
1. La fruizione dei media	215
2. Le preferenze	223
3. Valutazioni sulla tv	226
4. Un medium simbolo della trasformazione: la radio	230
5. Internet, tra 2.0 e trasgressione	232
6. Sulla "spuma" della vita: genitori, media e controllo nella valutazione degli adolescenti	240
7. I media e la scuola	244
8. Gli organismi regolatori, i media e i minori	245
Una riflessione conclusiva	247
Appendice	
Nota metodologica	248
Dati strutturali	250

PARTE III - L'OFFERTA DI MEDIA 253

CAPITOLO 1 - ANALISI DEI PALINSESTI¹²	254
1. La programmazione televisiva italiana per i minori	254
2. L'offerta delle televisioni: l'analisi dei palinsesti	261
3. Il consumo televisivo dei minori	276

¹¹ CENSIS

¹² AGCOM: Cavallaro

CAPITOLO 2 - LA TUTELA DEI MINORI NELLA PROGRAMMAZIONE AUDIOVISIVA: UN MODELLO DI ANALISI DEL CONTENUTO ¹³	310
1. Metodologia	310
2. Analisi del contenuto	337
3. Linee evolutive	356
CAPITOLO 3 - L'ANALISI QUALITATIVA DELL'OFFERTA ¹⁴	372
1. Uno sguardo sul futuro attraverso le preferenze televisive degli adolescenti	372
2. L'articolazione delle preferenze: una mappa rivelatrice	372
3. I temi e il "sentimet"	374
PARTE IV - TUTELA DEI MINORI NELL'AUDIOVISIVO: LA PRATICA¹⁵	377
Massimario delle decisioni dell'Autorità sulla tutela dei minori	378
PARTE V - NEW MEDIA E MINORI: LA PROSPETTIVA DEGLI ATTORI¹⁶	441
CAPITOLO 1 - MEDIA-MINORI. LE RICERCHE DEGLI ATTORI	442
CAPITOLO 2 - LE REGOLE. IL GIUDIZIO DELLE ORGANIZZAZIONI A TUTELA DEI MINORI SUL SISTEMA ATTUALE	468
CAPITOLO 3 - IL PUNTO DI VISTA DEGLI ATTORI ECONOMICI	486
ALLEGATO - TABELLE RELATIVE ALL'ANALISI DEI PALINSESTI E AI DATI DI CONSUMO TELEVISIVO DEI MINORI NEL 2010¹⁷	

¹³ AGCOM: Montanari

¹⁴ CENSIS

¹⁵ AGCOM: Bonvicini, Baldari, Bitetti

¹⁶ AGCOM: Perrucci

¹⁷ AGCOM: Cavallaro, Perrucci; CENSIS

PREMESSA METODOLOGICA

Con delibera n. 194/09/CONS, adottata nella riunione di Consiglio del 16 aprile 2009, l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni ha approvato il progetto di uno studio interdisciplinare finalizzato alla redazione di un "Libro Bianco sul rapporto tra media e minori", avente scopo precipuo di verificare l'evoluzione del rapporto tra media e minori, prevedendo per la realizzazione dello studio di potersi avvalere di ulteriori competenze ed esperienze specialistiche del settore, necessarie alla realizzazione degli approfondimenti scientifici ritenuti necessari.

A tale proposito, il Consiglio dell'Autorità ha deliberato (delibera n. 205/10/CONS del 28 aprile 2010) di avvalersi della collaborazione di un istituto specializzato nella ricerca nell'ambito delle scienze sociali, quale il CENSIS.

Si è pertanto costituito un gruppo di lavoro bilaterale AGCOM-CENSIS, costituito per la componente AGCOM da personale della Direzione Contenuti Audiovisivi e Multimediali dell'Autorità (coordinato da Giulio Votano, dirigente dell'Ufficio contenuti e obblighi di programmazione e composto da Cristina Arrigoni, Maria Baldari, Nicola Bitetti, Francesco Bonvicini, Rosa Cavallaro, Donatella Di Lieto, Ottavia Marotta, Sandro Montanari, Teresa Perrucci), e quanto alla Fondazione CENSIS - Centro Studi Investimenti Sociali, coordinato da Elisa Manna, Responsabile del Settore Politiche Culturali del CENSIS e composto da Monica Altieri, Francesca Cini, Vittoria Coletta, Claudia Donati, Maria Paola Piccini.

Il gruppo ha quindi predisposto lo studio articolato in cinque parti, che riflettono le quattro aree di indagine sociologica delineate nel progetto deliberato dall'Autorità, cui si aggiunge una quinta area di carattere più squisitamente giuridico.

La prima parte corrisponde all'area di indagine recante una Review sistematica, finalizzata all'analisi e alla sintesi della letteratura scientifica nazionale e internazionale sul tema relativo al rapporto tra minori e media, con riferimento agli studi sugli effetti (con particolare attenzione al medium televisivo), sul consumo quantitativo dei media e sugli aspetti contestuali e qualitativi della fruizione.

Di tale sezione dello studio, il CENSIS ha realizzato il capitolo relativo alla produzione scientifica nazionale e internazionale, mentre sono stati realizzati dagli uffici dell'Autorità il capitolo relativo alla tutela dei minori nei principali Paesi dell'Unione Europea, con una rassegna degli studi svolti nella materia del rapporto tra media e minori da alcune autorità di regolazione dell'audiovisivo nazionali di Paesi europei, il capitolo contenente la rassegna dell'apparato normativo posto in Italia a presidio degli interessi del minore nell'esercizio dell'attività di comunicazione audiovisiva, e infine quello relativo alle iniziative adottate in materia di tutela dei minori da autorità locali come i Comitati regionali per le comunicazioni.

Anche la seconda parte, sul consumo di media da parte dei minori, corrisponde all'area di indagine relativa agli aspetti relativi alla fruizione dei contenuti audiovisivi da parte di bambini e di ragazzi: in tale ambito, vengono forniti i risultati delle interviste realizzate dal CENSIS a genitori di un campione rappresentativo della popolazione italiana di minori fra i 4 e i 13 anni e a un gruppo di adolescenti di età compresa fra i 14 e i 17 anni, finalizzate a rilevare i comportamenti di fruizione dei programmi televisivi da parte dei minori e il ruolo svolto dai genitori rispetto alla visione dei programmi televisivi, le opinioni di adolescenti e genitori sulla programmazione televisiva e sugli eventuali effetti positivi e negativi della stessa.

A seguire, la terza parte corrisponde all'area sociologica dell'analisi dell'offerta televisiva, attraverso l'esame della struttura e dei contenuti dei palinsesti della concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo, delle emittenti televisive nazionali e dei fornitori di contenuti digitali terrestri, satellitari e via cavo trasmessi.

La quarta parte dello studio, di natura più prettamente giuridica, a valle della rassegna normativa e della rappresentazione del consumo audiovisivo dei minori sia dal lato della domanda, che dal lato dell'offerta, intende fornire una rassegna dell'attività di regolazione pratica dell'attività di comunicazione audiovisiva in applicazione delle disposizioni a tutela dei minori.

Infine, la quinta parte corrisponde alla quarta area di indagine sociologica relativa all'uso dei nuovi media da parte di adolescenti e minori, intesa a raccogliere dati e informazioni sul consumo e sulle scelte di consumo dei minori in relazione a canali digitali terrestri, satellitari e via cavo, a mezzi e tecnologie già ampiamente in uso, quali videogiochi e internet, nonché a mezzi e tecnologie di "nuova generazione" che costituiscono la cosiddetta "enhanced tv": IPTV, PVR, VOD, Mobile Tv, Web Tv, non escludendo anche riferimenti all'editoria elettronica. In tale contesto viene dato conto dell'interlocuzione che il gruppo di lavoro AGCOM ha avuto con i principali attori della protezione dei minori, dalle realtà associative a quelle istituzionali quali Comitato Media e Minori e Consiglio Nazionale degli Utenti.

