

Spazio bimbi

Annalisa Boella

Di fronte alla scarsa qualità dei programmi per bambini e all'uso strumentale dei minori in pubblicità serve uno spazio televisivo dedicato, in cui diventino protagonisti e non solo strumenti degli interessi degli adulti. Intervista a Ernesto Caffo, presidente di Telefono Azzurro

Sul vostro sito internet, www.azzurro.it, si parla della fruizione sicura di Internet da parte di bambini e adolescenti, in particolare all'interno del primo "Safer Internet Day", indetto dalla Commissione Europea per il 6 febbraio 2004. Per quanto riguarda la relazione minori e pubblicità quali sono i vostri progetti in questo settore?

«Molto lavoro è stato fatto a questo proposito, in particolare con la pubblicazione di libri e la partecipazione alla Commissione che si è impegnata nella redazione della "Carta di Treviso" (vedi box), documento che impegna i giornalisti italiani a comportamenti deontologicamente corretti nei confronti dei minori».

Quale ritiene possa essere l'immagine che la televisione veicola di bambini e adolescenti?

«In televisione il bambino è usato come strumento per aumentare gli indici di ascolto, anche e soprattutto all'interno di fasce orarie indirizzate agli adulti. Purtroppo la televisione italiana è quantitativamente ricca di programmi per ragazzi, perlopiù importati, ma questi sono qualitativamente molto scarsi, in particolare sulle reti commerciali».

Non pensa che le immagini trasmesse dalla televisione siano per certi versi troppo utopiche e idealistiche, tanto da confondere e influenzare negativamente le menti dei bambini, creando modelli sbagliati e pericolosi?

«Non del tutto; è importante che i bambini possano costruirsi un mondo di fantasia, uno spazio di gioco: la televisione può rientrare in questa sfera simbolica, ma con attenzione. Quello che viene loro presentato dai mass media è un mondo falsamente virtuale, con confini abbastanza precari: bisogna educare il bambino a discriminare la realtà dalla fantasia».

Punto di equilibrio

Si ritiene, quindi, a favore della nuova legge Gasparri?

«La legge è frutto di un piano maturato sotto la spinta di diverse associazioni che hanno a cuore la protezione e la salvaguardia dei bambini.

Occorre trovare un nuovo equilibrio: i minori devono poter avere uno spazio a loro dedicato, in cui possano diventare protagonisti e non siano solo strumenti all'interno di programmi per adulti».

Non ritiene che le limitazioni derivanti dalla nuova legge siano un po' troppo generiche? Ad esempio come si possono pubblicizzare pannolini o prodotti per l'infanzia senza l'ausilio di neonati e minori?

«Sono contrario a ogni tipo di estremismo: bisogna trovare vie di mezzo. Lo spot è ormai parte della cultura di vita del bambino. Occorre porre dei limiti: a questo proposito lavora la Commissione Nazionale per l'Infanzia».

Nella sua esperienza di direttore di Telefono Azzurro ha ricevuto telefonate o segnalazioni di bambini spaventati o confusi dalle immagini viste in televisione?

«Sì, abbiamo ricevuto numerose telefonate soprattutto nel periodo del crollo delle Torri Gemelle di New York e della guerra in Iraq. Le situazioni di conflitto e di grande shock spingono il bambino a chiedere aiuto, quando questi non ha alle spalle una famiglia preparata ad accogliere paure e dolori, rielaborarli e restituirli al minore privi di forti connotati negativi.

Il nostro obiettivo, oltre al sostegno dei minori, è quindi, quello di formare genitori e insegnanti “con l’obiettivo di fornire loro gli strumenti per cogliere e saper interpretare i sintomi del disagio infantile”, poiché sono i primi a interfacciarsi con i problemi, le sofferenze e i timori dei più piccoli».

Box

Carta di Treviso

La Carta di Treviso è il documento che impegna i giornalisti italiani a norme di comportamenti deontologicamente corrette nei confronti dei bambini e dei minori in genere.

Nasce nel 1990 da un’iniziativa comune della Federazione della Stampa, dell’Ordine dei Giornalisti e di Telefono Azzurro e prende il nome dalla cittadina veneta nella quale si è svolto il convegno che ha dato vita alla carta. Successivi aggiornamenti, nel 1995 e nel 1997, hanno ribadito i concetti principali.

Il protocollo d’intesa prevede il rispetto del minore, sia come soggetto agente, sia come vittima di un reato, e richiede il mantenimento dell’anonimato nei suoi confronti. La tutela si estende anche a fatti che non siano specificamente reati (suicidio, questioni relative ad adozione e affidamento, figli di genitori carcerati, ecc.). Per i casi ove manchi una univoca disciplina giuridica, i mezzi di informazione devono farsi carico della responsabilità di valutare se quanto vanno proponendo sia davvero nell’interesse del minore. Se, nell’interesse del minore si ritiene opportuno la pubblicazione di dati personali e la divulgazione di immagini (es. i casi di rapimento e di bambini scomparsi), andrà comunque verificato il preventivo assenso dei genitori e del giudice competente.