

Il bambino e i mezzi di comunicazione

Giuseppe Primavera
Pediatra di famiglia, ACP Trinacria

Parole chiave Televisione. Internet. Videogiochi

Il rapporto tra il bambino e i mezzi di comunicazione diventa sempre più complesso; fino a pochi anni fa avremmo parlato solo di televisione. Ora la nostra attenzione si deve rivolgere anche ad altri strumenti come il telefono cellulare e il computer, la cui connessione a Internet ha creato una vera rivoluzione. Queste informazioni sono rivolte ai genitori, ma vogliono solo fornire degli spunti di discussione, che potranno essere approfonditi con il pediatra, durante i bilanci di salute.

La televisione

L'Accademia Americana di Pediatria consiglia:

- di evitare la visione di programmi televisivi ai bambini di età inferiore ai 2 anni,
- di limitare l'esposizione a meno di due ore al giorno ai bambini maggiori di 2 anni.

Questi suggerimenti non vengono attuati né in USA né in Italia. Quando un pediatra va a casa di un paziente, sa che troverà almeno un televisore acceso, che spesso costituisce solo un rumore di fondo. Oggi la TV è vissuta o come una compagna, o uno strumento di intrattenimento o di aggiornamento o una baby-sitter o un pericolo per i nostri piccoli spettatori.

C'è una ricca letteratura su questo, anche se i dati sicuri non sono molti. Gli studi spesso valutano solo gli effetti a breve termine e gli studi in laboratorio non tengono conto di fattori molto importanti come il contesto familiare.

Ci sono però alcuni dati che inducono a riflettere sul ruolo della TV a proposito di alcuni comportamenti negativi, come aggressività e violenza. Circa i due terzi dei programmi contengono scene violente e i protagonisti sono spesso attraenti, dotati di prestigio e sono di solito impuniti. Queste caratteristiche possono spingere giovani e giovanissimi (specialmente maschi) a imitare i loro beniamini e a considerare la violenza un modo normale per risolvere i

conflitti. I bambini, poi, sono esposti a programmi per adulti, che contengono riferimenti al fumo, all'alcol e alle droghe, oltre a immagini a esplicito contenuto sessuale. Bisogna ricordare che solo dopo i 6-7 anni i bambini sono in grado di distinguere tra realtà e fantasia, tra un programma di intrattenimento e uno spot pubblicitario. Può essere utile qualche consiglio per ridurre gli effetti negativi di uso incontrollato della TV, ma occorre coerenza tra i genitori nell'attuare i consigli.

1. Limitare la visione a non più di 1-2 ore al giorno, possibilmente sempre nella stessa fascia oraria. Non la mattina, prima di andare a scuola: può produrre eccitazione e rubare tempo alla colazione, e la sera tardi, a scapito del sonno.
2. Scoraggiare la TV per bambini minori di 2 anni. I ritmi troppo veloci dei programmi, i continui cambiamenti di luci, colori, movimenti e suoni non sono adatti per i piccoli. Meglio un libro di cui può guardare e riguardare a piacere le figure, assaporandole.
3. Non mettere la TV nella camera dei bambini; poi non c'è alcun controllo su ciò che il bambino vede e sul tempo passato alla TV.
4. Non permettere l'uso autonomo del telecomando, ma guidarlo nella visione. Lo "scettro del comando" non può essere affidato a lui.
5. Non guardare la TV durante i pasti. Sono gli unici momenti in cui la famiglia si ritrova e può parlare insieme.
6. Spegnerla la TV durante i compiti e quando i bambini sono impegnati in altre attività come il gioco. Anche solo come "rumore di fondo" disturba le attività di gioco, che hanno un ruolo fondamentale per un buon sviluppo cognitivo e sociale.
7. Evitare che davanti alla TV il bambino si rimpinzisca di merendine, patatine e bevande dolci.
8. Evitare posizioni scorrette davanti alla TV; controllare che il televisore sia posto ad almeno tre metri di distanza e che il volume non sia troppo elevato.

9. Cercare di vedere assieme i programmi, commentandone i contenuti come davanti a un libro, perché abbia un atteggiamento attivo di fronte alle immagini e ai messaggi televisivi. Alcuni programmi danno lo spunto per parlare di scuola, di amici, di violenza, di sessualità, di droga e di altro.

10. Scegliere programmi adatti alla età. Turba i bambini non solo la violenza dei film e delle fiction, ma anche episodi di cronaca come guerre e disastri naturali, specie se coinvolgono bambini.

11. Usare il videoregistratore per programmi di qualità.

12. Offrire valide alternative alla TV dimostrandogli che ci sono molte attività stimolanti e divertenti come la lettura, la musica, il canto, le attività sportive, gli incontri con gli amici; e anche abituarli a pensare che ci si possono concedere momenti di pausa per riflettere sulle proprie esperienze.

La competizione tra reti televisive pubbliche e private e la rincorsa all'audience hanno peggiorato la qualità dei programmi. Nonostante gli impegni sottoscritti nel Codice di autoregolamentazione del 2003 i prodotti di qualità sono scarsi. Ne segnaliamo qualcuno:

- *Trebisonda*, realizzato da RAItre. Contenitore televisivo all'interno del quale si trovano il *TG dei ragazzi* (molto efficace per conoscere gli avvenimenti del mondo, soprattutto per i bambini più piccoli) e la *Melevisione*, in cui i personaggi che popolano il Fantabosco parlano di buoni sentimenti, di amicizia.
- *L'Albero Azzurro*. Storica trasmissione di RAI due dedicata ai bambini dai 3 ai 6 anni, che racchiude racconti, scenette e spazi dedicati alla creazione e al gioco.
- Le trasmissioni scientifiche sulla TV pubblica e sulle pay-TV come *Gaia*, *Geo&Geo*, *SuperQuark*, adatti a ragazzi grandicelli.

Per i più piccoli, al momento attuale, non c'è alcuna offerta. Quando un programma

Per corrispondenza:
Giuseppe Primavera
e-mail: beppeprimavera@virgilio.it

informazioni per genitori

ci sembra inadatto a un bambino, bisogna sempre rivolgersi a:

- RAI, Ufficio Rapporti con il Pubblico; rapporticonilpubblico@rai.it;
- Federazione Radio e Televisioni (Associazione delle Imprese Radiotelevisive Private); <http://www.comitatotveminori.it>.

Per tutelare i diritti dei bambini, specie quando questi sono protagonisti della cronaca giornalistica, è stata redatta la Carta di Treviso (1990): i giornalisti si impegnano a rispettare la privacy e la dignità dei bambini. Il documento si trova nel sito dell'Ordine dei giornalisti www.odg.it/barra/etica/02.htm.

Internet e altro

I ragazzi sono sempre più attratti da altre tecnologie, lettori di file audio e video, telefoni cellulari, Internet. Una recente indagine della Società Italiana di Pediatria (Area Ped 2009;4:12-19) ha dimostrato che nel 2008 la TV ha perduto qualche punto percentuale di giovani che si sono spostati verso lo schermo del computer. Il 42% degli adolescenti entra ogni giorno in rete, le ragazze più dei ragazzi. I giovani si collegano prevalentemente per *chattare*, partecipare a *blog* o a *communities* come *Facebook*, scaricare musica o video, utilizzare motori di ricerca come *Google* e *You-Tube*, comprare o scaricare videogiochi. Sono particolarmente attratti dai **videogiochi**, per la qualità della grafica e per la combinazione di azione, velocità ed effetti sonori. Il "giocatore" si immedesima col protagonista, è preso da un intenso coinvolgimento emotivo; alcuni ragazzi manifestano una sorta di dipendenza psicologica che può portarli a trascurare lo studio e le attività sociali. Data la mancanza di controllo, la navigazione comporta il pericolo di imbattersi in siti contenenti materiale pornografico e di fare "incontri" pericolosi. Secondo l'indagine citata, una elevata percentuale di adolescenti riceve messaggi da sconosciuti, fornisce dati personali (indirizzo, telefono, e-mail), scambia messaggi, foto e filmati. Una minoranza ha ammesso di avere avuto incontri reali con persone conosciute in rete. Lo stesso può dirsi per il **telefonino** che gli adulti utilizzano come un semplice telefono portatile, ma con le sue funzioni è diventato una piattaforma multimediale, con rischi analoghi a quelli di Internet. Pochi ragazzi raccontano di queste esperienze ai genitori, che spesso si trovano

impreparati sul da farsi. Le proibizioni servono a poco, se non a stimolare la curiosità; i ragazzi sono bravi a cancellare le tracce dei siti visitati o a salvare i loro file in periferiche rimovibili (*pen driver*). Sarebbe utile mettersi nelle condizioni di saper navigare con i figli, scoprendo insieme le risorse della rete e imparando a evitarne i rischi. Nel caso in cui i ragazzi si imbattano in siti contenenti materiale pedopornografico o illegale questi possono essere segnalati alla Polizia Postale: <https://www.denunceviaweb.poliziadistato.it/polposta/>. Sul sito della Polizia di Stato www.poliziadistato.it/pds/index.html cliccando su "pedofilia" compaiono informazioni e consigli destinati a genitori, giovani e piccoli utenti.

Per i bambini non ancora smaliziati si può utilizzare il tasto F11 della tastiera del computer. Il bambino non potrà uscire dal sito web che è stato reimpostato e gli sarà impedita la navigazione libera. Per sbloccare basta premere di nuovo F11.

A fronte di questi potenziali pericoli la rete è anche una fonte inesauribile di informazioni, documenti, intrattenimento, sempre disponibili, gratuiti e in continuo aggiornamento. Ricordiamo che non c'è alcun controllo sui prodotti forniti. A differenza di una biblioteca non c'è nessuno che ci dia consigli su cosa consultare. Ecco un elenco di siti sicuri per i bambini:

- www.alberoaazzurro.rai.it; è il sito del programma; consente di rivedere le puntate e tanto altro materiale di intrattenimento per i più piccoli;
- www.yunior.rai.it, www.melevisione.rai.it; contenitori di storie, musica e varie attività;
- www.bambini.it; portale diviso in sezioni che permettono di accedere a moltissimi siti, tutti controllati, in cui trovare giochi, cartoni animati, notizie divertenti, *link* con siti creati da scuole. C'è anche un corso di Internet per genitori e bambini;
- www.baol.it; sito analogo al precedente, fornisce un elenco di siti per i più piccoli, divisi in sezioni tematiche.

Per chi vuole, invece, documentarsi su risorse, opportunità e pericoli di Internet:

- www.ilwebperamico.it;
- www.italia.gov.it/chihapauradellarete;
- www.tiseiconnesso.it.

La pubblicità

I bambini rappresentano un enorme mercato di potenziali consumatori, presenti e

futuri. L'industria spende cifre altissime in pubblicità di cibi, bevande e giocattoli destinati ai bambini, che non spendono personalmente, ma hanno un altissimo potere di persuasione nei riguardi dei genitori, orientandone le loro scelte. I ragazzi che guardano più televisione mangiano di più fuori dai pasti principali, preferendo cibi non sani (merendine, snack salati, patatine, bevande gassate) e consumando in minore quantità frutta e latte. Molti ricercatori ritengono che l'alimentazione inadeguata, indotta dai messaggi pubblicitari, e la sedentarietà dei ragazzi che passano ore davanti alla TV o al computer siano tra le cause principali dell'epidemia di **obesità**. Ma anche la pubblicità sta cambiando. Oltre al classico spot pubblicitario, le aziende sponsorizzano programmi televisivi, dove il prodotto da pubblicizzare è messo in bella mostra all'interno dello stesso programma. Tutti i personaggi amati dai bambini (Puffi, Transformers, Pokemon) sono accompagnati da un ricchissimo mercato collaterale di zainetti, cibi e capi di abbigliamento che hanno spesso un costo superiore a quello di oggetti analoghi non "griffati". Ora la pubblicità ha scoperto Internet, dove si moltiplicano i siti commerciali rivolti ai bambini con giochi interattivi mescolati a messaggi pubblicitari. Al primo contatto viene di solito chiesta la registrazione (a volte serve il consenso dei genitori) e una serie di domande che servono per ricavare informazioni e correggere l'offerta. Grazie a un sistema di piccole ricompense (gadget, piccoli premi) i piccoli sono indotti a diffondere i messaggi pubblicitari o a trasmettere link a tutti i loro amici e conoscenti amplificandone l'effetto. Occorre ricordare sempre che i bambini fino a 5 anni non sanno distinguere i programmi dalla pubblicità. Verso i 7-8 anni imparano a identificare l'intento persuasivo della pubblicità. Solo verso i 12 anni cominciano ad avere un atteggiamento critico verso i messaggi pubblicitari. A chi spetta il compito di sviluppare nei bambini la cultura dei mezzi di comunicazione? Sembra logico pensare alla scuola, che però non è attrezzata allo scopo, a parte lodevoli iniziative isolate. Genitori, insegnanti, esperti di comunicazione e associazioni di consumatori dovrebbero prendere coscienza del problema, e del diritto del bambino a una informazione corretta e allo sviluppo di una coscienza critica nei riguardi della pubblicità. ♦