



**Incontro con i giornalisti per la festa del patrono
Milano – Ambrosianeum, Sabato 20 gennaio 2007**

I MEDIA E I BAMBINI Più risorse e più responsabilità

A ciascuno di voi il mio *saluto* più sincero e cordiale. E con il saluto la mia *gratitudine* per avere accolto l'invito a questo incontro in occasione della festa di San Francesco di Sales, il patrono dei giornalisti. Sono lieto di incontrarmi con voi in questa sede, l'*Ambrosianeum*, un significativo centro culturale della nostra Diocesi che propone interessanti incontri di formazione e di confronto anche su tematiche di grande attualità. Come è quella che trattiamo noi oggi.

Il tema che è stato proposto, "I Media e i Bambini", si raccorda con quello del messaggio del Papa per la 41a Giornata mondiale delle comunicazioni sociali. Non abbiamo ancora a disposizione il testo perché, come è tradizione, verrà diffuso il 24 gennaio, giorno che festeggia San Francesco di Sales.

Si tratta di un tema molto delicato e stimolante, proprio perché vede come protagonisti i bambini, nei confronti dei quali tutti avvertiamo una particolare e alta responsabilità. In questo senso ringrazio gli esperti e gli operatori della comunicazione che mi hanno preceduto per le riflessioni e gli stimoli che ci hanno offerto. Ci permettono così di entrare in argomento con maggiore consapevolezza dei suoi contenuti, significati e problemi.

I bambini sono "persone"

Vorrei entrare anch'io in questo argomento, direi in punta di piedi sia perché non ho potuto partecipare sin dall'inizio sia perché mi trovo in un ambito per me meno abituale. Vi entro con *una semplice domanda*, ma che, paradossalmente, ha il sapore forte della provocazione: ma di una provocazione feconda si tratta, perché, se ottiene giusta risposta, indirizza in maniera determinante lo spirito, lo stile con cui affrontare il nostro tema: *quale percezione ha la nostra società e quale percezione abbiamo noi della dignità personale propria dei bambini?*

Certo, è già interessante il sentimento istintivo di tenerezza e di emozione che proviamo tutti davanti alla spontaneità e vivacità dei bambini, perché dice la nostra sensibilità nei loro confronti; ma è evidente che questo sentimento non può esaurire il senso profondo della loro dignità di persone.

Se entriamo nella concretezza delle nostre giornate, dobbiamo riconoscere che noi spesso riempiamo i bambini di molte attenzioni, riserviamo loro molte delle nostre energie e crediamo di fare bene quando programiamo le loro giornate stabilendo ciò che devono fare o non fare, peraltro in ogni momento. Una recente ricerca – così mi si dice – ha rilevato come negli Stati Uniti i bambini influiscono sugli acquisti degli adulti per oltre 500 miliardi di dollari l'anno. E questo significa che davvero non viene fatto mancare loro nulla. Eppure dobbiamo onestamente riconoscere che tutto ciò non basta. Forse troppo spesso la preoccupazione principale, e per tanti aspetti eccessiva, è quella di vederli sempre soddisfatti. Ma – anche questo dobbiamo riconoscere – è facile confondere il desiderio più che comprensibile della loro felicità con quello di vederli appagati cercando appunto di soddisfarli con ciò che immediatamente loro piace, senza però valutare adeguatamente se quanto viene loro dato è veramente utile o no.

In realtà, *i bambini prima che di tante cose hanno bisogno di relazioni umane vere e autentiche*, vive e costruttive. Sono proprio queste relazioni il contenuto concreto, l'esigenza fondamentale, del riconoscimento della loro dignità di persone. Certo, di *persone che stanno crescendo, ma di persone!* Per questo motivo essi hanno bisogno di chi li prenda per mano e a poco a poco faccia loro scoprire la realtà nella quale viviamo, faccia loro sperimentare la bellezza dello stare con gli altri, con gli amici, e insieme il senso del dovere e la fatica necessaria per essere fedeli agli impegni. Non c'è dubbio che i bambini hanno “un loro mondo”, ma non c'è neppure dubbio che non devono rimanere

chiusi in questo mondo tutto loro: devono, invece, essere aiutati ad aprirsi. In altri termini, non è corretto escluderli sempre dai problemi reali del nostro mondo, quasi per un eccessivo senso di difesa e di protezione. Possono e devono, invece, essere coinvolti e bisogna di fatto aiutarli a capire, e questo rispondendo alle loro domande, imparando con pazienza e disponibilità a dialogare con loro.

Nella Lettera che ho indirizzato ai bambini per il Natale scorso, dal titolo *Anche Dio cerca casa*, pur cercando di usare un linguaggio quanto mai semplice, alla loro portata, ho ritenuto di doverli coinvolgere in problemi molto seri, problemi che appartengono alla vita quotidiana di tutti. Tra l'altro ho scritto così: "Se, per esempio, vedete alla TV lo sbarco dei clandestini sulle coste del nostro Paese, trattati da criminali senza scrupoli come schiavi o come merce, continuate a parlarne anche a televisore spento. Chiedete, informatevi, cercate di sapere più cose possibili". E ho suggerito loro delle domande da rivolgere ai genitori, agli adulti.

E' questione di logica: *se i bambini sono persone, vanno considerati e trattati come persone!* Riconoscere allora ai bambini la loro propria dignità personale significa comprenderli da subito come soggetti attivi, come *protagonisti* della storia e del mondo e, di conseguenza, significa metterli nelle condizioni di conoscere, di parlare, di dialogare. Essi hanno il diritto di essere educati, ossia di essere introdotti nella realtà per poterla vivere in modo gradualmente consapevole e responsabile.

Non basta riempirli di cose e poi magari lasciarli soli. Penso che sia estremamente saggio stare a guardare i bambini e stare ad ascoltarli: non sono affatto né reticenti né ambigui nel manifestare le loro più profonde e vere esigenze. Del resto frequentemente essi stessi ci fanno capire che *la loro vera felicità non consiste nel possesso delle cose, ma nella sicurezza di avere qualcuno*: i genitori, i nonni, gli insegnanti, ai quali confidare i propri pensieri e sentimenti e dai quali ricevere ascolto, risposta, condivisione. Si tratta di *instaurare il dialogo*. Sono poi convinto che un simile dialogo servirà moltissimo anche a noi adulti, perché ci stimolerà ad essere più autentici e sinceri, forse più essenziali, e perché ci obbligherà a discernere con maggiore accortezza ciò che veramente è importante, vero, buono e giusto, e distinguerlo da ciò che non lo è.

Infine, per riconoscere e promuovere veramente la loro dignità di persone è necessario che abbiamo a guardare i bambini con la lungimiranza del domani, nella consapevolezza che essi sono sì una grande risorsa per l'oggi ma soprattutto sono la speranza della nostra società, come pure nella convinzione che dal come ci prendiamo cura di loro dipende il nostro stesso futuro.

Una necessaria “alleanza” educativa per il giusto rapporto bambini – media

Non vorrei che questa riflessione sulla dignità personale dei bambini, peraltro solo abbozzata, venga data per scontata: forse lo è a livello teorico o conoscitivo, ma non a livello concreto e operativo. Ripeto, è una riflessione che è profondamente condizionante il nostro tema: il rapporto dei media con i bambini non si può che inscrivere nel più ampio contesto del riconoscimento e del rispetto della loro dignità personale e quindi del loro fondamentale diritto di essere educati alla vita.

Mi hanno riferito che il rapporto dei bambini con i mezzi di comunicazione sociale in questi ultimi anni è cresciuto in maniera impressionante e che in maniera altrettanto impressionante è cresciuta la produzione mediatica rivolta al pubblico dei giovanissimi. Ho sentito, per esempio, che un bambino passa in media tre ore al giorno davanti alla TV, e che l'incidenza della televisione nell'apprendimento del linguaggio e nella acquisizione dei comportamenti è altissima. So che diventa sempre più frequente, e quasi spontaneo, l'uso di strumenti elettronici come videogiochi, internet, telefonino. Esistono ormai oltre cento canali televisivi specificamente dedicati ai bambini, ma non è infrequente che i bambini si appassionino anche di programmi televisivi pensati per gli adulti. Anche la carta stampata dedicata ai bambini si è trasformata moltissimo, offrendo immagini e linguaggi nuovi, si dice rispondenti alle esigenze del pubblico dei giovanissimi di oggi. Mi pare che i diversi media, da quelli più tradizionali a quelli modernissimi, abbiano come istituito una specie di patto, una spontanea alleanza nel definire come interloquire con i bambini. Del resto, dal punto di vista del “mercato”, quello dei bambini è un settore molto interessante, se è vero che nei soli Stati

Uniti l'investimento pubblicitario annuale per il marketing rivolto ai bambini ammonta a circa 12 miliardi di dollari.

Di fronte a questa enorme massa di produzione mediatica per i bambini e di fronte al loro altissimo e spontaneo interesse per i media, mi sorgono *alcune domande* che vorrei condividere con voi, che siete protagonisti di questo *agorà dei media*.

Qual è il senso e conseguentemente il ruolo che noi adulti attribuiamo ai media nella vita dei bambini? C'è la consapevolezza che questi mezzi possono realmente essere occasione positiva di crescita, e non solo forme di intrattenimento o di evasione? I media – evidentemente nei loro produttori e operatori - sono disposti a confrontarsi con i bambini per quello che sono, al di là delle semplificazioni e degli stereotipi che frequentemente si propongono? In una parola: abbiamo a cuore l'educazione dei bambini, il rispetto delle loro persone o dobbiamo rassegnarci a lasciare che prevalgano le logiche di mercato delegando quindi alla sola responsabilità dei genitori o degli insegnanti il compito di discernere cosa permettere di vedere o leggere? Ma questo non significa forse declinare ogni responsabilità da parte dei produttori dei media e lasciare sole le famiglie e soli gli educatori? Quanto obiettivamente riteniamo che sia corretto questo atteggiamento?

Credo che si debba piuttosto auspicare una stretta e virtuosa *collaborazione* – preferisco con coraggio parlare di “alleanza” - *tra famiglia, ambienti educativi – in particolare la scuola – e centri di produzione mediatica nel segno della “corresponsabilità”* – cioè di una responsabilità comune e condivisa - nei confronti dei bambini.

Senza questa collaborazione o “alleanza” è facile immaginare che i bambini si troveranno investiti da *messaggi tra loro paralleli e molto differenti* con il rischio di una conseguente confusione. E in questo parallelismo di messaggi il peso di quello mediatico è particolarmente alto. Infatti l'impressione è che per i bambini - ma si dovrebbe dire anche per gli adulti - i media hanno una autorevolezza sempre maggiore e incidono concretamente e fortemente sul modo di vedere la realtà proponendo – imponendo - anche modelli di comportamento. Senza dire, in realtà, che l'incidenza dei media è ancora più radicale, perché determina “una vera e propria rivoluzione culturale” (Giovanni Paolo II, *Messaggio per la 34° Giornata mondiale delle comunicazioni sociali*, 2000), giungendo a toccare e in un certo senso a

modificare “ciò che l’uomo d’oggi pensa, dice e fa” (CEI, *Comunicazione e missione*. Direttorio sulle Comunicazioni sociali nella missione della Chiesa, n. 2).

Ora questo impegno di collaborazione e di condivisione non può essere ristretto ai soli tentativi di *autoregolamentazione*, certamente lodevoli ma nei fatti poco efficaci, attivati dai media. Esso richiede piuttosto la istituzione di *luoghi di confronto* nei quali i produttori dei media si mettano a servizio, in particolare, delle famiglie, alle quali per prime spetta il compito e la responsabilità educativa dei figli.

In un certo senso, quindi, dovrebbe essere invertito l’ordine del rapporto così come oggi viene comunemente accettato: *non sono prima i media* che devono produrre e poi domandare se quanto prodotto è educativo o meno, oppure che possono limitarsi a mettere sull’avviso che quanto prodotto ha bisogno di essere “mediato” dalla presenza dell’adulto, *ma sono la famiglia e la scuola* che devono richiedere ai media la disponibilità a produrre certi programmi o promuovere certi strumenti, appunto in una logica e funzione autenticamente educativa o di sano intrattenimento. La solidarietà formativa, la condivisione di responsabilità domanda anzitutto il riconoscimento dei giusti ruoli e, nel caso dei bambini, prima viene la famiglia, poi le altre agenzie educative, poi i media. Un buon prodotto mediatico è perciò quello che si dispone a servire il primario compito educativo della famiglia, non ad imporsi per se stesso. Ma perché questo avvenga è indispensabile rafforzare e rinnovare la dimensione associativa delle famiglie che, attraverso forme di *rappresentanza organizzata*, siano in grado di indirizzare la programmazione mediatica. Un ruolo, questo, che dovrebbe essere riconosciuto e sostenuto istituzionalmente dalla stessa *legislazione* sulla comunicazione sociale.

Bisogna per la verità riconoscere che, in molte parti, passi significativi in tale senso sono stati compiuti. E’ una strada sulla quale si dovrà continuare ad insistere, anche se in salita, e dunque non affatto facile, soprattutto là dove tendono a prevalere le dinamiche della concorrenza e le logiche dell’audience: dinamiche e logiche che fanno preferire ciò che piace rispetto a ciò che è utile.

Nello stesso tempo non si possono tacere *le responsabilità proprie delle famiglie* e delle altre agenzie educative nei confronti dei bambini. Troppo spesso infatti la televisione, i videogiochi, gli altri strumenti mediatici sono concessi con notevole facilità, quasi in funzione di baby-sitter, a scapito di

quella relazione viva e concreta che i bambini stessi richiedono e che costituisce il terreno più fecondo per un buon rapporto educativo.

Più risorse e più responsabilità

Sono personalmente convinto che i media sono per l'educazione e la crescita dei bambini una preziosa e, oggi si potrebbe dire, imprescindibile "risorsa". In questo senso vorrei che tutti potessimo guardare ai media con maggiore fiducia.

Ma i media sono una risorsa non in se stessi, ma perché tale la rendono quanti vi sono, a diverso titolo, coinvolti. Dipende da noi fare dei media una vera e importante risorsa. E' necessario allora il contributo di tutti e di ciascuno: delle famiglie, delle agenzie educative a partire dalla scuola, dei legislatori, e, non ultimi, dei produttori dei media e dei comunicatori.

In particolare *il contributo dei produttori* mi sembra sempre più determinante. L'auspicio è che le ingenti risorse che già investono nel "mercato" dei bambini, siano meglio indirizzate. In particolare credo si tratti di investire su persone preparate e competenti, che non soltanto sappiano "come parlare" ai bambini, ma che soprattutto sappiano "che cosa dire" ai bambini, persone che, amando i bambini e riconoscendo la loro piena dignità di persona, si preoccupino di aiutarli a crescere offrendo loro contenuti stimolanti e validi.

Ed è auspicabile che ci siano sempre più *comunicatori che si specializzano* nel sapere interloquire e dialogare con i bambini. Cercando ora di immaginare come potrebbe essere il comunicatore capace e responsabile in questo delicatissimo ambito, direi che:, dovrebbe essere una persona positiva, amante della vita, una persona che conosce bene la realtà di questo mondo e che in essa sa scoprire segni di speranza, buone notizie, e che sa come comunicarle ai bambini. Dovrebbe essere un comunicatore che rifugge dalla ricerca ostentata del limite e del trasgressivo, che non ama la violenza ma ricerca la pace e il dialogo. Dovrebbe essere, infine, una persona che sa tessere relazioni costruttive e amicali, una persona nel cui animo sono vivi i valori fondamentali del rispetto della vita e della passione per la verità.

Mi auguro che possano essere molti i comunicatori come li ho descritti e che attraverso la loro azione possa sempre più crescere una produzione

mediatica che permetta di dire ai bambini “è bello”, non solo “mi piace” e che li stimoli a fare domande a noi adulti.

In una parola il mio sogno è di incontrare comunicatori che tali sono non soltanto nello “studio televisivo”, dove magari si danno da fare per mettere in bocca ai bambini e le domande e le risposte, ma soprattutto in questo “studio” aperto e reale che coincide con i luoghi e i tempi della vita quotidiana: disposti, dunque, anche a lasciare gli strumenti di comunicazione per andare ad incontrare la vita concreta nel dialogo vivo con i bambini, diventati così loro veri amici.

+ Dionigi card. Tettamanzi

Arcivescovo di Milano