



2. IL DIRITTO DELLE PERSONE DI MINORE ETÀ ALL'ACCESSO A INFORMAZIONI APPROPRIATE: MINORENNI, MEDIA E NUOVI MEDIA IN ITALIA



Garantire l'accesso ad un'informazione chiara, sicura e rispettosa rappresenta un diritto fondamentale per bambini, bambine e adolescenti. Lo Stato ha, infatti, l'obbligo di offrire al minorenni la possibilità di ricercare in modo sicuro le informazioni necessarie all'autonomo formarsi delle proprie opinioni. Tale diritto è strettamente connesso anche all'esercizio pieno e consapevole del diritto della persona di minore età di esprimere liberamente le proprie opinioni. Infatti, "senza l'accesso a un'informazione completa e accurata non vi può nemmeno essere una effettiva libertà di espressione"¹⁶.

Da un'indagine CENSIS Ital Communications del 2023¹⁷, emerge che **i giovani tra i 14 e i 29 anni sono più attratti dalle notizie sportive**, segnalate al primo posto dal 31,4%, subito dopo quelle su stili di vita, viaggi, cucina indicate dal 30,7%, mentre il 26,2% mette al primo posto fatti inerenti cultura e spettacoli. Solo il 9,8% segue la politica estera.

Tra i giovani si riducono quelli che si rivolgono ai media tradizionali e digitali: il 34,3% dei 14-29enni segue i telegiornali, l'11,3% le Tv all news, il 9,3% i giornali radio, l'11,2% i quotidiani online e solo il 2% cerca notizie sui quotidiani cartacei. Più alta della media la percentuale di giovani che cercano notizie su internet attraverso i motori di ricerca (32,4%) e i siti web di informazione (20,8%). Ma il mezzo che in assoluto sta avendo un vero e proprio boom è YouTube, utilizzato per informarsi dal 27,4% dei 14-29enni. Il 15,7% utilizza app scaricate sullo smartphone e il 6% si fida di blog e forum online. Sempre di più anche gli utenti dei Podcast

(NielsenIQ per Audible)¹⁷.

Questo conferma come **bambini e adolescenti oggi vivano in una società digitale e si informino principalmente attraverso la rete e in particolar modo usando i social media**.

Per questo la Strategia dell'UE sui diritti dei minori, del 24 marzo 2021¹⁹ ha posto tra gli obiettivi programmatici di intervento la lotta alla disinformazione e la tutela dei diritti dei minorenni nella società digitale: "Si tratta di rendere lo spazio europeo, un contesto nel quale i minori possano utilizzare in modo sicuro le risorse digitali e sfruttarne le opportunità per una piena e corretta informazione e per un esercizio consapevole dei propri diritti"²⁰.

Nell'epoca in cui le *fake news* viaggiano sempre di più in rete il diritto ad un'informazione di qualità e attendibile non sempre è un "bene" garantito. Per tale ragione diventa determinante anche l'acquisizione da parte dei minorenni di **un'adeguata competenza digitale** grazie alla quale possano diventare capaci di riconoscere l'autorevolezza delle fonti e le dinamiche attraverso cui si diffonde la disinformazione online.

Inoltre, la società digitale si caratterizza per una **"sovrabbondanza comunicativa permanente"**²¹ che è, soprattutto una sovrabbondanza di informazioni. La quantità di informazioni che ci raggiunge è superiore alla capacità che ognuno di noi ha di processarla e darle un senso (ivi). La ricerca scientifica ha, infatti, mostrato che le persone hanno limitate capacità di processare le informazioni, ma anche una scarsa forza di volontà²². È così per noi adulti, e a maggior ragione per bambini e ragazzi. Questi ultimi, quindi, devono essere aiutati nell'orientarsi anche acquisendo un'adeguata competenza nell'imparare a selezionare le informazioni corrette e di cui necessitano nel contesto attuale di *overload informativo*.

A questo si aggiungono fenomeni nuovi tipici degli ambienti digitali come la cosiddetta **filter bubble**²³, situazione nella quale le persone (non solo i minorenni) vengono esposte principalmente a contenuti online che confermano le loro convinzioni e gli interessi pre-

¹⁶ Cfr. https://www.minori.gov.it/sites/default/files/idi_schede-giuridiche-focus-accesso-informazione.pdf

¹⁷ https://www.censis.it/sites/default/files/downloads/Terzo%20Rapporto%20Ital%20Communications-Censis_sintesi_1.pdf

¹⁸ <https://blog.audible.it/dati-ascolto-podcast>

¹⁹ COM/2021/142.

²⁰ https://www.minori.gov.it/sites/default/files/idi_schede-giuridiche-focus-accesso-informazione.pdf

²¹ M. Gui, *A dieta di media. Comunicazione e qualità della vita*, Bologna, Il Mulino, 2014.

²² M. Gui, *Il digitale a scuola. Rivoluzione o abbaglio?*, Bologna, Il Mulino, 2019.

²³ E. Pariser, *The Filter Bubble: What The Internet Is Hiding From You*, Penguin Books LTD, 2012.



esistenti, creando una sorta di “bolla” informativa intorno a loro. In altre parole, quando si naviga in rete, interagendo con motori di ricerca, social media e app, gli algoritmi di queste piattaforme tendono a selezionare e presentare contenuti che corrispondono alle preferenze, opinioni e abitudini passate. La bolla di filtraggio, da un lato può offrire un’esperienza online più personalizzata e rilevante per gli utenti, fornendo contenuti di loro interesse. Tuttavia, ciò può anche portare a una visione ristretta del mondo, in cui le persone sono esposte principalmente a contenuti che confermano le loro credenze esistenti, alimentando un circolo vizioso di conferma delle proprie opinioni. È evidente che il lavoro sulla competenza digitale e sulla consapevolezza attraverso percorsi di *digital literacy* diventa ancora più centrale, non solo per i ragazzi e le ragazze ma anche per tutte le persone che si occupano della loro formazione, insegnanti in primis, perché questa mancanza di esposizione a punti di vista diversi può avere conseguenze negative sulla democrazia, sul dibattito pubblico e sulla formazione delle opinioni individuali. E può anche influenzare la percezione della realtà, limitando la capacità di comprendere prospettive diverse, creando divisioni sociali e politiche più ampie portando a una polarizzazione delle opinioni e talvolta a una effettiva manipolazione.

Inoltre, questo tipo di meccanismo può essere utilizzato anche nell’ambito di strategie di disinformazione per propagare online *fake news*. Infatti, alcuni studi hanno mostrato come l’uso dei social media da parte delle persone per interagire crei un ambiente favorevole alla diffusione della disinformazione attraverso meccanismi che sono simili a fenomeni di contagio e favorendo così i processi di viralizzazione delle notizie. Si evidenzia, dunque, come **gli ambienti digitali offrono ai ragazzi un gran numero di opportunità per esercitare e rivendicare i loro diritti online** (assenza di un confine netto tra reale e virtuale), ma è necessario che il mondo adulto (genitori, docenti, educatori, ma anche le piattaforme) crei le condizioni affinché il diritto ad essere informati possa essere esercitato evitando l’esposizione a diversi rischi che potrebbero avere un impatto negativo su un numero significativo di diritti garantiti dalla CRC.

È importante, inoltre, riflettere anche sull’evoluzione che i social media stanno subendo. Si parla sempre di più, infatti, di **recommendation media** la cui differenza rispetto ai social media sta nel fatto che in questi ultimi i contenuti ci venivano proposti da un algoritmo in base alle nostre relazioni sociali, mentre nei *recommendation media* ci vengono proposti sempre da un algoritmo, ma le cui decisioni sono prese quasi esclusivamente in relazione ai dati che raccoglie su di noi, così come accade con TikTok. Ciò, evidentemente, ha una serie di implicazioni sull’accesso alle informazioni che è bene valutare con attenzione, in particolar modo in considerazione dell’uso quotidiano che i minorenni (soprattutto pre-adolescenti, che in base all’età non dovrebbero averne accesso) fanno di tali piattaforme. A questo contesto complesso, si aggiunge anche il fenomeno **dell’intelligenza artificiale (IA)**. Si pensi, ad esempio, a ChatGPT diventata rapidamente uno strumento attraverso cui i ragazzi si informano e cercano risposte anche su problematiche delicate che li riguardano personalmente o quando devono svolgere i compiti per scuola. Ma occorre chiedersi qual’è la sua affidabilità. È di fondamentale importanza iniziare a riflettere su questo tema per capire come meglio tutelare bambini e ragazzi. Sull’IA oggi il giudizio degli italiani resta molto cauto, come mostra il 3° Rapporto sul valore della connettività in Italia realizzato dal Censis²⁴. Il 46,3% dei cittadini la considera un’opportunità, il 37,6% una minaccia, il 16,1% non sa che cosa pensare. I giudizi sugli impatti dell’IA sono, invece, più positivi proprio tra i giovani (il 55,3% la considera un’opportunità). D’altronde sono proprio i giovani i maggiori utenti dell’IA. Secondo un’analisi della società di ricerca Comscore²⁵, a gennaio 2023, il sito OpenAI.com, da cui era accessibile il chatbot di intelligenza artificiale, è stato tra i primi 150 siti e app più visitati in Italia. L’identikit dell’utente tipo è un uomo fra i 15 e i 24 anni. Il diritto all’informazione di bambini e ragazzi attraverso i media, inoltre, è strettamente connesso anche al tema del **digital divide**, fenomeno tuttora importante nel nostro Paese. In una ricerca ISTAT su un ampio campione di alunni delle scuole secondarie di primo e secondo grado nell’anno scolastico 2020-2021 per indagare le conseguenze della pandemia nella loro vita

²⁴ CE. Pariser, *The Filter Bubble: What The Internet Is Hiding From You*, Penguin Books LTD, 2012.

²⁵ <https://www.censis.it/comunicazione/3%C2%B0-rapporto-sul-valore-della-connettivit%C3%A0-italia>



quotidiana²⁶, emerge come non tutti gli studenti abbiano avuto le stesse opportunità di accesso alla rete. L'indagine ha così rivelato nuovi elementi di disuguaglianza connessi a divari digitali e socio-economici già pre-esistenti. In particolare, ha messo in luce che gli alunni di origine straniera hanno fatto maggiormente ricorso al cellulare per seguire le lezioni (64,3% contro 53,7% degli italiani), spesso l'unico strumento a loro disposizione. Nel Sud e nelle Isole la quota di coloro che si sono collegati utilizzando tra gli strumenti anche il PC è dell'80,1% contro l'84,8% del Centro, l'85,8% del Nord-ovest e l'89,9% del Nord-est.

Il *digital divide* fra i minorenni in Italia era già stato evidenziato nell'11° Rapporto CRC sia riguardo la dotazione tecnologica, sia riguardo la disponibilità di connessione a banda larga, fondamentale per la fruizione della didattica a distanza. Se l'inclusione digitale non viene raggiunta, è probabile che le disuguaglianze esistenti aumentino e che ne possano nascere di nuove.

Di fronte a questo quadro, si ribadisce anche la necessità di procedere alla **revisione del Codice di Autoregolamentazione Media e Minori**, come sottolineato dal Comitato per l'applicazione del Codice istituito presso l'ex Ministero dello Sviluppo Economico che ha importanti compiti di monitoraggio. Il Codice, sottoscritto e approvato il 29 novembre 2002 come atto di natura privata e recepito dalla Legge 112/2004 e dal Testo Unico della radiotelevisione (art. 34) ha la finalità di migliorare la qualità dei programmi dedicati alle persone di minore età e incentivare un uso più corretto della televisione nell'ottica di tutelare i diritti e l'integrità psichica e morale dei minorenni. La revisione deve affrontare le questioni legate al diffondersi dei media digitali e alla loro interrelazione con la programmazione televisiva per individuare misure che siano adeguate alla tutela dei minorenni che ormai utilizzano il web come principale strumento di informazione e svago. L'approvazione del **Testo unico per la fornitura di servizi di media audiovisivi** ha ulteriormente sottolineato l'urgenza di procedere ad una rivisitazione profonda dell'impianto stesso del Codice ma ad oggi non si registrano novità su questo fronte. Inoltre, con delibera 165/23/CONS del 13 luglio scorso, l'Agcom ha avviato una consultazione su uno "**Schema di regolamento concernente la disciplina per la fornitura di**

servizi di media audiovisivi e radiofonici via satellite, su altri mezzi di comunicazione elettronica e a richiesta". L'Autorità rivolge l'attenzione ai servizi media forniti su piattaforma digitale terrestre anche locale e alle web TV: vista la loro rilevanza in termini di impatto sul pubblico e nel settore pubblicitario di riferimento ritiene opportuna l'estensione dei regimi autorizzatori anche ai nuovi servizi come previsto per la fornitura dei servizi audiovisivi o radiofonici tradizionali in applicazione del principio di parità di trattamento.

Il Consiglio dell'Autorità ha infine deciso di indire un'ulteriore consultazione pubblica (Delibera n. 178/23/CONS) su "Linee-guida" riguardanti misure per garantire il rispetto anche da parte di "influencer", "blogger", "streamer" o "creator" delle disposizioni del Testo unico sui servizi di media audiovisivi, con l'obiettivo di favorire una maggiore trasparenza e consapevolezza nei confronti degli *stakeholder* e del pubblico in ragione della loro crescente rilevanza e diffusione.

Pertanto, il Gruppo CRC raccomanda:

1. Al **Ministero delle Imprese e del Made in Italy** e al **Comitato per l'applicazione del Codice di autoregolamentazione media e minori**, di completare quanto prima l'iter di approvazione e pubblicazione di un nuovo Codice di autoregolamentazione minori e media, che tenga conto della molteplicità dei media con cui ogni giorno i minorenni si interfacciano;
2. Al **Ministero delle Imprese e del Made in Italy** di garantire ai minorenni un accesso consapevole e sicuro al digitale, prevedendo, anche in considerazione della diffusione sempre maggiore dell'IA, politiche più rigide di utilizzo e rispetto, da parte delle imprese che operano nel digitale, di elevati standard di etica, privacy e sicurezza;
3. Al **Ministero dell'Istruzione e del Merito** di garantire adeguati percorsi di educazione digitale a scuola volti a favorire la consapevolezza di bambini e ragazzi su come accedere alle informazioni nel complesso scenario di una società digitale in continua evoluzione. In tali percorsi sarebbe auspicabile anche il coinvolgimento delle famiglie.

²⁶ https://www.istat.it/it/files/2022/05/REPORT_ALUNNI-SCUOLE-SECONDARIE_2021_2.pdf