

RICERCHE

TUTELA DEI MINORI E RESPONSABILITÀ DELL'EMITTENTE TELEVISIVA

SOMMARIO

1. Premessa. — 2. Profili generali della posizione del minore nel nostro ordinamento. — 3. Aspetti psico-pedagogici del rapporto tra minori e mass-media. — 4. La tutela penale del minore nei confronti dei mass-media. — 5. *segue*: l'art. 14 della legge sulla stampa e norme affini. — 6. Orientamenti giurisprudenziali in tema in particolare sensibilità dei minori. — 7. La censura cinematografica minorile. — 8. Gli orientamenti della dottrina. — 9. I precedenti giurisprudenziali americani. — 10. La responsabilità civile dell'emittente televisiva. — 11. Pubblicità e minori. — 12. Le norme SACIS. — 13. Il Codice di autodisciplina pubblicitaria. — 14. La disciplina della pubblicità in altri Paesi.

1. PREMessa.

La presenza dei mass-media nella società contemporanea è oggi di tale importanza e di tale incisività da non poter essere considerata più come un fenomeno secondario o sottovalutabile. I mezzi radio-televisivi poi, per la loro particolare capacità di penetrazione e di diffusione, per la loro peculiare attitudine ad essere recepiti da milioni di persone contemporaneamente, oltre ad avere rappresentato uno dei più importanti rami di trasmissione (e di filtro) culturale degli ultimi anni, hanno anche mostrato la loro potenziale capacità di essere causa,

in determinate circostanze, di « guasti sociali ». La presente ricerca si appunta sui rapporti intercorrenti tra il mezzo televisivo ed il minore in età evolutiva il quale proprio perché connotato da una psiche in labile equilibrio, si presenta come uno dei principali « soggetti a rischio ».

Nelle pagine che seguono è stato analizzato il problema nelle sue varie componenti, cercando più che di dare risposte alle numerose domande che si ponevano, di offrire spunti di riflessione su un fenomeno non più eludibile.

Dopo una rapida introduzione di carattere generale sulla posizione giuridica del minore nell'ordinamento italiano, la ricerca analizza le problematiche psicologiche sottese al rapporto tra utenza televisiva minorile ed eventuali effetti degenerativi che le trasmissioni, soprattutto alcuni tipi di esse, potrebbero provocare sullo sviluppo psichico di soggetti in età evolutiva. Successivamente si affrontano gli aspetti più propriamente giuridici del problema, sia sotto il profilo dello *jus conditum*, esaminando le leggi (poche,

Il presente scritto è il risultato del lavoro di un gruppo di studio promosso dal Centro di iniziativa giuridica Piero Calamandrei con la collaborazione di laureati e laureandi della Facoltà di Giurisprudenza dell'Università di Roma.

Le conclusioni qui riportate sono elaborazione collettiva, ma in particolare si devono a Chiara GIAMMARCO i §§ 2 e 3, a Teresa M. MARTINO i §§ 11-14, a Giulio VOTANO i §§ 4-9. La ricerca è stata coordinata da Vincenzo ZENO.

bisogna dirlo) che regolamentano in Italia tale settore, sia sotto il profilo dello *ius condendum*.

In questo contesto, ed in una ottica comparatistica, è stata rivolta l'attenzione ad alcune sentenze emanate in tale settore da tribunali statunitensi aventi ad oggetto proprio la responsabilità delle emittenti televisive per gli effetti che si assumevano indotti nell'utente dalla trasmissione di scene particolarmente suggestionanti.

Infine è stato trattato il fenomeno della pubblicità televisiva, sia per l'aspetto più strettamente psicologico del problema che per quello della disciplina e della regolamentazione positiva della RAI e delle emittenti private, tenendo conto anche della legislazione negli altri Paesi.

2. PROFILI GENERALI DELLA POSIZIONE DEL MINORE NEL NOSTRO ORDINAMENTO.

Dall'analisi del sistema normativo entro cui va collocato il minore come soggetto giuridico risulta una realtà che, se da un lato ne indica univocamente il mutato ruolo e la mutata considerazione nella società e nell'ordinamento, dall'altra ci pone problematicamente davanti ad una realtà certo non priva di contraddizioni e di posizioni sfumate. L'interesse del minore, assunta finalmente una ben chiara rilevanza pubblicistica, dato il suo riconosciuto valore sociale, si dibatte infatti da una parte tra necessità di autodeterminazione e nello stesso tempo di protezione e di guida, che la minore età richiede, dall'altra tra garanzie di tutela teoriche ed astratte ed esigenze di tutela effettiva. In relazione a quest'ultimo punto infatti, se il quadro normativo presenta una salda struttura di principi costituzionali e di disciplina codicistica, atta a garantire una completa ed efficace tutela del minore all'interno della famiglia e della società, non sempre l'analisi della realtà pare essere all'altezza delle aspettative legittimate da tali principi. È inequivocabile il dettato costituzionale laddove già all'art. 2, riferendosi ai « diritti inviolabili dell'uomo, sia come singolo, sia nelle formazioni sociali ove si svolge la sua personalità » ne permette una lettura in chiave estensiva, intendendo la famiglia come formazione so-

ciale ed il minore come soggetto giuridico che, al pari degli altri, è titolare dei « diritti inviolabili dell'uomo ». Le più specifiche disposizioni degli artt. 29 e 30, definendo l'uno la famiglia « come società naturale fondata sul matrimonio, ordinato sull'eguaglianza morale e materiale dei coniugi » e imponendo l'altro ai genitori, anche a quelli naturali, il dovere-diritto di « mantenere, istruire ed educare i figli », codificano il principio dell'eguaglianza dei coniugi e quello della parificazione dei figli naturali rispetto a quelli legittimi, creando così la sostanziale autonomia del rapporto di filiazione rispetto al modello di famiglia coniugale¹.

Per quel che attiene all'educazione, il Costituente afferma che il compito d'impartirla al minore, per la formazione della sua personalità, sia in primo luogo attribuito ai genitori (sulla sola base della filiazione); ritenendo però di estrema importanza questo aspetto della tutela minorile la Carta fondamentale impegna lo Stato in prima persona stabilendo l'art. 33 che « la Repubblica detta le norme generali sull'istruzione ed istituisce scuole per tutti gli ordini e gradi », garantisce inoltre l'effettività del diritto allo studio con borse di studio, ritenendo che « i capaci e meritevoli, anche se privi di mezzi » abbiano diritto a raggiungere i gradi più elevati degli studi (art. 34, commi 3 e 4). È inoltre obbligatoria e gratuita l'istruzione per almeno otto anni (art. 34, comma 2)².

Con espressioni più generali poi, lo Stato si impegna direttamente nella « protezione della maternità, infanzia e gioventù, favorendo gli istituti necessari a tale scopo » (art. 31, comma 2), nonché nella supplenza per incapacità dei genitori.

Dall'analisi della Costituzione deriva dunque un quadro in cui l'importanza fondamentale della famiglia e della prole viene inequivocabilmente affermata ed in cui il diritto di quest'ultima all'educazione, iscritto nel novero più generale dei « diritti inviolabili dell'uomo »

¹ ZATTI, *Rapporto educativo ed intervento del giudice*, in RESCIGNO, BELVEDERE, BELFIORE (a cura di), *Autonomia del minore tra famiglia e società*, Milano, 1980, p. 212.

² BUCCIANTE, *La potestà dei genitori*, in *Trattato Rescigno*, IV, Torino, 1982, p. 463.

« si dilata di contenuti più ampi di quanto non risulti dai doveri dei genitori previsti dall'art. 30 Cost. perché riguarda non solo lo *status* familiare ma, più in generale, la posizione del minore nell'universo sociale »³.

Una famiglia non più costretta in schemi autoritari e tradizionali, ma strumento per lo sviluppo armonico e per lo svolgimento della personalità dell'individuo è quella che emerge anche dal riformato Codice Civile.

Già la creazione dell'adozione speciale accanto a quella ordinaria, nel 1967, aveva introdotto un nuovo modo di valutare l'interesse del minore: ci si accostava infatti, allora per la prima volta, ad una figura di minore che si voleva tutelata sopra tutto e sopra tutti.

Le novità introdotte rispetto all'adozione ordinaria erano sostanzialmente indicative della mutata *ratio* dell'istituto, non più predisposto per i genitori (specie in funzione del loro interesse patrimoniale) ma che, con i mutati limiti di età per gli adottanti, con l'ammissibilità di più adozioni successive, anche per chi avesse figli propri naturali, indicava come l'adozione speciale fosse stata istituita a prevalente vantaggio degli adottati, essendo essa strumento per garantire al minore un sano ed equilibrato sviluppo nel calore di una famiglia e nel rapporto costante con dei genitori ed in quello eventuale con dei fratelli⁴.

La successiva legge sul divorzio, che ha stabilito il principio della prevalenza nei rapporti inter-coniugali del vincolo affettivo su quello formale e quello della tutela prioritaria della prole in caso di disgregazione del nucleo familiare, è stata l'anticipazione di quella riforma del diritto di famiglia per la quale i tempi erano ormai già da molto maturi, dando finalmente veste codicistica ai muta-

menti che si erano ormai definitivamente affermati nella nostra società⁵. Dall'analisi del Codice Civile emerge oggi il quadro di una famiglia basata sull'assoluta parità dei coniugi ed in cui il rapporto tra genitori e prole non è più quello legato all'antica nozione ottocentesca di potestà, ma basato su uno schema di tale istituto del tutto rivoluzionato rispetto a quanto si affermava precedentemente. La potestà non è più infatti un diritto assoluto dei genitori cui i figli non abbiano altro da contrapporre che una posizione secondo lo schema classico potestà-soggezione, bensì un potere-dovere dei primi (inteso in questo senso come « ufficio-funzione »), in cui il momento del dovere, in quanto finalizzato al primario interesse della prole, rappresenta un *prius* rispetto al momento del potere⁶. In tale ottica i figli non sono più considerati come meri « oggetti » di tutela, ma acquistano una dignità di « soggetti » veri e propri nell'ambito di una famiglia in cui la loro personalità possa maturare e svolgersi in un clima di libertà e di scelte autonome di valori ed in cui il compito educativo dei genitori si estrinsechi in materia tale da tener conto « delle capacità, dell'inclinazione naturale e delle aspirazioni dei figli » (art. 147 cod. civ.). Ed è proprio la delineazione di una figura di minore, « soggetto » a tutto tondo, o comunque di un nucleo familiare che da patriarcale diviene solidale, che sfocia nella attribuzione alla prole anche di doveri nei confronti del nucleo di origine, come quello impostogli dall'art. 315 cod. civ. che prevede che il figlio contribuisca « in relazione alle proprie sostanze ed al proprio reddito al mantenimento della famiglia finché convive con essa »⁷. Alla luce di questa analisi non può disconoscersi che « il minore sia finalmente uscito dalla crisi-lide in cui era custodito precedentemente e posto in grado, in un più articolato assetto familiare, di acquisire le prime reazioni, di identificare il proprio *status* più rapidamente, di avviarsi cioè, superando tempi lunghi, ad una formazione più rapida e consolidata per affrontare quelli che saranno i problemi della maggiore età »⁸.

³ BESSONE, FERRANDO, voce *Adozione speciale*, in *N.mo D.I. (App.)*, I, Torino, 1980, p. 89.

⁴ BESSONE, FERRANDO, *op. cit.*

⁵ POCAR, RONFANI, *Il giudice e il divorzio, un'analisi sociologico-giuridica sull'applicazione della legge 1° dicembre 1970*, n. 898, in *Sociologia del diritto*, 1982, n. 2, p. 51.

⁶ ZATTI, *op. cit.*, p. 254.

⁷ FALZEA, *Il dovere di contribuzione nel regime patrimoniale della famiglia*, in *Riv. dir. civ.*, 1977, I, 63.

⁸ BUCCIANTE, *op. cit.*, p. 472.

3. ASPETTI PSICO-PEDAGOGICI DEL RAPPORTO TRA MINORI E MASS-MEDIA.

Si è potuto constatare come dal complesso normativo costituzionale e civilistico prima delineato emerge l'attenzione del legislatore soprattutto per il rapporto fra il minore e la famiglia in cui è inserito, delineando in maniera sufficientemente dettagliata la responsabilità dei genitori. Accanto al nucleo familiare si pone l'istituzione scolastica nella quale le esigenze individuali e quelle collettive dovrebbero fondersi.

Senonché l'individuazione dei due principali referenti del minore durante il suo sviluppo, i genitori e la scuola, rischia di tralasciare profili diversi non meno rilevanti. L'influenza che i mezzi di comunicazione di massa ed in particolare quelli audiovisivi possono esercitare sul minore, rientra certamente fra questi⁹. Interessa, dunque, preliminarmente accertarne le caratteristiche e la portata.

Gli studi e le ricerche sui telespettatori, sui loro comportamenti e atteggiamenti nei confronti del messaggio televisivo, sugli effetti della TV, hanno costituito e costituiscono ancora il principale impegno di quanti, sociologi e psicologi, in tutti i Paesi si occupano della « questione televisiva »¹⁰. In Italia gli studi in tale settore sono stati incentrati, negli ultimi anni, dall'avvento delle TV private, il quale ha dato il via ad una massiccia emissione di programmi di ogni genere, da cui è conseguita una vera e propria rivoluzione nel « costume televisivo » delle famiglie italiane¹¹.

I minori, che si presentano fra i maggiori fruitori non solo, come è ovvio, dei programmi ad essi espressamente destinati, ma anche di quelli ufficialmente indirizzati ad un pubblico di adulti, quanto e come ne vengono influenzati nella loro formazione caratteriale, nella loro elaborazione delle dinamiche inter-personali, nel loro sviluppo intellettuale? Va premesso, prima di dare risposta a tali domande, che tutte le ricerche che in questo settore sono caratterizzate dalla difficoltà primaria di riuscire ad individuare, con un minimo di sicurezza, l'incidenza dell'« evento televisivo » sul pubblico,

essendo moltissime le variabili che concorrono, in ciascun caso, a determinare le reazioni dei vari soggetti. A ciò si aggiunga che tale genere di indagini deve basarsi sull'analisi del comportamento, delle reazioni di soggetti, studiati per un periodo di tempo necessariamente circoscritto, il che rende impossibile rilevare gli effetti che la televisione potrebbe provocare nei « tempi lunghi ». Pur tuttavia con questi limiti, numerose sono state le ricerche condotte in particolare da scienziati americani, i quali, prima che in Italia, si sono avvicinati al problema, data l'enorme rilevanza che esso ha assunto in quel Paese, ormai già da molti anni¹².

Dall'analisi delle risultanze delle ricerche finora condotte, pare difficile trarre delle conclusioni definitive ed unitarie: le posizioni sono spesso discordanti tra loro, ed enormemente sfumate, radicalizzandosi, a volte, in criteri psico-pedagogici che, o enfatizzano al massimo la pericolosità della televisione per il corretto sviluppo del giovane, ritenendola responsabile del dilagare della violenza, del malcostume, del disimpegno, ecc., o la esaltano, al contrario, con qualche riserva, come mezzo ricco di potenzialità positive, tale da essere valido strumento pedagogico o addirittura di-

⁹ Secondo una rilevazione dell'ISTEL della primavera del 1983:

— su una popolazione totale di bambini tra i 5 e i 7 anni di 2.508.000, i bambini che guardano la TV nel giorno medio sono 2.113.000 (pari all'84,25%); il quarto d'ora massimo d'ascolto è quello tra le 20,45 e le 21, con 1.086.000 bambini alla TV (pari al 43,30%);

— nell'intervallo tra le 21,45 e le 22,00 sono ancora all'ascolto 637.000 bambini (pari al 25,40%);

— su una popolazione totale di bambini tra gli 8 e i 14 anni di 6.058.000, i bambini che guardano la TV nel giorno medio sono 5.479.000 (pari al 90,44%); il quarto d'ora massimo d'ascolto è sempre quello tra le 20,45 e le 21,00 con 3.622.000 bambini alla TV (pari al 59,79%). Nell'intervallo tra le 21,45 e le 22,00 sono all'ascolto 2.947.000 bambini (pari al 48,65) (citata in ZANACCHI, *Tutela del pubblico in età evolutiva e responsabilità delle emittenti televisive*, in *La pubblicità televisiva fa male ai bambini?*, Quaderno Sacis n. 3, 1984, p. 18).

¹⁰ Per un'ampia bibliografia v. *La pubblicità televisiva fa male ai bambini?*, Quaderno Sacis, cit., p. 70; nonché l'aggiornamento in *Quando la pubblicità televisiva fa male ai bambini*, Quaderno Sacis n. 5, 1985, p. 42.

¹¹ ANOLLI, *La fruizione dei mass media nella preadolescenza*, in *Ikon*, nn. 4-5, 1982, p. 9; ACQUAVIVA, DE SANDRE, SERPELLON, *TV e immagini del mondo nella prima infanzia*, ERI, Torino, 1976.

¹² GLICK, LEVY, *Vivere con la televisione*, Angeli, Milano, 1975, p. 80.

dattico¹³. Le opinioni prevalenti, comunque, sembrano convergere verso una posizione intermedia che, basata su un'attenta osservazione della realtà, « spunta le armi » sia ai sostenitori strenui che ai detrattori della fruizione del mezzo televisivo da parte dei bambini.

Innanzitutto, secondo tali indagini, il rapporto fra fruizione televisiva e soggetti in età evolutiva non dovrebbe mai essere analizzato enucleandolo dal più ampio ambito familiare, sociale, culturale in cui esso si svolge, ma necessariamente collocato in un contesto segnato e condizionato sia dall'azione degli altri mezzi di comunicazione di massa, sia dall'ambiente in cui ciascun ragazzo vive, sia dai rapporti che egli stabilisce con la famiglia, la scuola, i coetanei. « L'effetto televisivo sarebbe dunque legato all'uso che della televisione fa ciascun ragazzo in ordine a quel contesto »¹⁴.

Sarebbe in tal senso impossibile crearsi degli stereotipi fissi di reazioni-tipo prevedibili in ogni ragazzo ad es. di otto anni, di sesso maschile, davanti ad una trasmissione dotata di determinate caratteristiche; l'osservazione e le sue risultanze dovrebbero invece sempre essere poste in relazione alle variabili caratteriali e situazionali, che differenziano il modo e la psiche di ciascun bambino. È con questa premessa metodologica e sostanziale che sono stati studiati i vari effetti della televisione sull'emotività, sull'apprendimento, sul comportamento, sulla capacità di socializzazione¹⁵, sul gioco e sul comportamento linguistico del bambino¹⁶.

Uno degli aspetti che più di frequente ha destato l'attenzione degli studiosi a

cui fa riscontro anche un grande interesse tra l'opinione pubblica, è quello dell'eventuale connessione tra scene di violenza trasmesse ed aggressività nei bambini.

Comunemente, infatti, applicando uno schema di facile elaborazione, si ritiene che il ragazzo sia portato automaticamente ad applicare alla vita reale schemi di azione e di comportamento mutuati dalla finzione televisiva. Ma in quali condizioni un ragazzo si comporta in questo modo? Le reazioni varierebbero, innanzitutto, in relazione all'età del bambino. Per i bambini molto piccoli, infatti, la tendenza a confondere il mondo della fantasia con quello della realtà sarebbe più diffusa: in tali soggetti la violenza presentata nei films darebbe luogo alla trasposizione di regole dal mondo televisivo a quello reale¹⁷. Ma perché invece un minore più avanzato in età dovrebbe mutuare comportamenti violenti dalla televisione? A tale domanda le risposte si fanno necessariamente più articolate. In alcuni casi, infatti, la molla potrebbe scattare a causa di interferenze inestricabili tra mondo della realtà e della fantasia, ma in essi, dato il differente grado di sviluppo, l'imitazione dell'atto violento interverrebbe solo quando ci si trovi in presenza di bambini che giungano alla televisione già con una cospicua carica di aggressività latente e con un maggior numero di frustrazioni. Tali soggetti ricorderebbero più facilmente degli altri gli atti violenti¹⁸, identificandosi col personaggio autore di tali atti e ricordando ciò che egli fa.

Un'interessante approfondimento del problema ha inoltre appuntato l'attenzione sull'eventuale collegamento tra giudizio etico del bambino e violenza. Si è cercato di analizzare se il fatto che un comportamento violento sia in contrasto con i valori di un bambino, risultando anche eticamente riprovevole dall'impostazione del film, possa influire nell'impedirne al minore l'emulazione.

In realtà sembrerebbe che un tale giudizio non influisca per nulla, risultando invece particolarmente incisivo il « successo » dell'atto violento non punito. Dalle risultanze di alcune ricerche è emerso, ad es., che quando in televisione si mostrano sequenze di fantasia in cui un « cattivo » abbia relativamente successo, i ragazzi sarebbero portati ad

¹³ MIALARET, *Psicopedagogia dei mezzi audiovisivi*, Armando, Roma, 1976.

¹⁴ SCHRAMM, LYLE, PARKER, *La televisione nella vita dei nostri figli*, Angeli, Milano, 1971, p. 9.

¹⁵ BOIARDI, *Il ruolo della fruizione televisiva nella socializzazione e nell'informazione dei preadolescenti*, in *Ikon*, nn. 4-5, 1982, p. 105.

¹⁶ BERTOLINI et al., *I bambini e la TV. La prima ricerca sulla esperienza televisiva dai tre ai sei anni*, Feltrinelli, Milano, 1976, p. 81.

¹⁷ QUARTI, *Cartoni animati comico-aggressivi e comportamento infantile*, in *Ikon*, nn. 4-5, 1982, p. 209.

¹⁸ MACCOBY, *Role-taking in childhood and its consequences for social learning*, 30 *Child Development*, p. 239 (1959).

identificarsi con lui piuttosto che con un « buono » debole. Dunque i ragazzi preferirebbero « somigliare a personaggi di successo, a prescindere dallo specifico meccanismo che questi personaggi utilizzano per risolvere i loro problemi interpersonali »¹⁹. Tuttavia, secondo un altro studio, un finale del genere « il crimine non conviene » non inibirebbe affatto l'aggressività²⁰.

In conclusione si potrebbe dire che, malgrado l'abbondanza, o meglio, la sovrabbondanza di possibilità di apprendere la violenza dalla televisione, i ragazzi che non abbiano tendenze psicopatiche al crimine, che non confondano il mondo della realtà con la fantasia, recepirebbero questa violenza molto meno degli altri. In altre parole, sembrerebbe che la mancanza di indebite frustrazioni, di esperienze realistiche soddisfacenti, la salute mentale, isolerebbero un ragazzo contro questo tipo di pericoli.

Analogamente parrebbe potersi concludere per tutti gli altri possibili effetti della TV sui soggetti in età evolutiva. Così la prolungata esposizione al video provocherebbe il tanto temuto distacco dalla realtà maggiormente in quei bambini che abbiano già una tendenza schizoide e per i quali sarebbe realmente possibile che la TV rafforzi tale attitudine, al punto di portarne il comportamento ad un livello pericoloso²¹. Per alcuni bambini potrebbe inibire l'attività e la creatività, per altri, di diversa estrazione familiare, potrebbe essere di stimolo ad incrementare interessi già esistenti.

In conclusione la televisione sfruttrebbe una debolezza originaria: essa darebbe il suo contributo al disturbo psicologico, ma ne sarebbe una improbabile causa diretta; si potrebbe dire, con le parole del dott. Freedmann, che il disturbo televisivo sia per il bambino « l'inverso della soddisfazione che egli ottiene nell'ambiente della famiglia, della scuola, degli amici »²². La TV costituirebbe dunque un vero e proprio pericolo quando si trovi ad essere l'unica « pedagoga » di un bambino disturbato psicologicamente e carente affettivamente. Ciò potrebbe verificarsi tanto più facilmente quanto più nelle famiglie invalga l'abitudine di servirsi della TV come di una comoda *baby-sitter*, alla quale affidare i figli per buona parte

della giornata, privandoli così del rapporto diretto ed immediato con i genitori e con gli amici, elementi indispensabili per un armonico e corretto sviluppo psichico di un soggetto in età evolutiva²³.

4. LA TUTELA PENALE DEL MINORE NEI CONFRONTI DEI MASS-MEDIA.

Sotto il profilo più strettamente giuridico, interessa comprendere se sia possibile configurare una responsabilità (civile o penale) dell'emittente televisiva per fatti dannosi subiti dal minore o da lui commessi nei confronti di terzi o di se stesso.

Che non si tratti di una ipotesi di mera scuola è purtroppo confermato da eventi di cronaca, come la tragica morte di un quattordicenne suicidatosi dopo aver assistito alla celebre scena della *roulette* russa nel film « Il cacciatore » trasmesso da una emittente privata²⁴, o di un ragazzo di dieci anni morto asfissiato per avere voluto imitare un esercizio acrobatico appena visto in televisione²⁵.

Nell'ambito delle norme del Codice Penale si rileva come il minore venga tutelato, oltre che nelle direzioni « tradi-

¹⁹ ZAJONC, *Some effects of the « space serials »*, 18 *Pub. Opinion Quart.*, p. 367 (1954).

²⁰ ALBERT, *The role of the mass media and the effects of aggressive film content upon children's aggressive responses and identification choices*, in *Genet. Psychol. Monogr* (1957), 221-85.

²¹ SCHRAMM, LYLE, PARKER, *op. cit.*, p. 256.

²² Cit. in DOGANA, *I condizionamenti marginali nello sviluppo psicologico del bambino*, Angeli, Milano, 1977, p. 185.

²³ È stato accertato un rapporto di correlazione tra l'esposizione dei minori alla televisione e il loro rendimento scolastico (Ricerca internazionale I.E.A. - International Educational Achievement alla quale hanno preso parte 22 paesi di tutti i continenti) che i bambini nell'età della scuola elementare che vedono la televisione per un numero di ore hanno anche rendimenti scolastici sensibilmente superiori. Al contrario i ragazzi della scuola media che destinano un numero più elevato di ore alla visione degli spettacoli televisivi hanno un rendimento che è correlato in maniera negativa. La ricerca I.E.A. è stata effettuata su un campione di 6.000 bambini di scuola elementare e di 7.000 ragazzi di scuola media (citato in LAENG, *La pubblicità televisiva e i bambini: aspetti psicopedagogici*, in *Quaderno Saccis*, n. 3, cit., p. 7).

²⁴ V. l'articolo « Morto come Nick de "Il cacciatore" il ragazzo che si è sparato a Como » sul « Corriere della Sera », 17 aprile 1985, p. 4.

²⁵ V. l'articolo « Bambino di dieci anni si è impiccato. Voleva imitare gli acrobati della TV », sul « Corriere della Sera », 28 dicembre 1985, p. 7.

zioniali » (ad es., nei rapporti patrimoniali), sotto tre profili²⁶:

a) da punto di vista del mantenimento e della protezione della sua integrità morale (in particolare, e quasi esclusivamente, nella dimensione sessuale);

b) in relazione alla sua immaturità etica, perché la sua condizione psico-fisica non venga utilizzata quale strumento per determinarlo al reato;

c) infine, sotto il profilo della libertà ad autodeterminarsi, che assume connotazioni particolari in relazione a quella « immaturità del sentimento etico », propria del minore, che può trasformare in fattore di squilibrio qualsiasi esperienza nuova che sia intervenuta prematuramente. Sotto questo profilo, però, va immediatamente rilevata una mancanza dell'ordinamento, che limita questo aspetto della tutela alla sola sfera sessuale, quasi le influenze negative sulla psiche in formazione non rappresentassero altro che potenziali rischi di depravazione sessuale²⁷.

Quanto al primo indirizzo della tutela del minore, vale a dire la protezione dell'integrità morale, è evidente la mancanza cui si è accennato sopra, dal momento che si tratta di norme relative alla corruzione sessuale e alla violenza dello stesso genere sui minori (artt. 519-521; 529-530 cod. pen.)²⁸, difficilmente applicabili pertanto alla problematica di cui si tratta.

Il secondo gruppo di norme, vale a dire quelle poste a tutela del minore da condotte che lo determinino al reato, è composto essenzialmente dagli artt. 111 (determinazione al reato di persona non imputabile o non punibile) e 112, n. 4 cod. pen. (che prevede un'aggravante per chi, al di fuori del caso previsto dal-

l'art. 111, determini a commettere un reato un minore degli anni 18 o una persona in stato di deficienza psichica o di infermità).

Infine, per quanto concerne la tutela del minore riguardato come soggetto socialmente indifeso e quindi meritevole di una tutela più intensa, vanno ricordate le norme contenute negli artt. 579, comma 3, n. 1 (omicidio del minore consenziente, nel qual caso ai fini della configurazione giuridica del fatto non ha alcun valore di consenso del minore) e 580 cod. pen. (che sanziona l'istigazione o agevolazione al suicidio del minore).

Il secondo ed il terzo gruppo di norme potrebbero costituire un'utile traccia nella risoluzione di alcuni problemi determinati, ad esempio, dal suicidio del minore che aveva assistito ad atti analoghi in televisione. Naturalmente, la questione fondamentale da risolvere sorge a proposito dell'esistenza del nesso di causalità che viene richiesto fra la condotta che si pone come fattore influenzante (nel caso di specie, la trasmissione televisiva) e l'azione del minore, di non facile risoluzione; e va tenuto conto, poi, dell'impossibilità di un'estensione analogica della norma penale; dunque, le norme succitate potrebbero costituire una base su cui edificare una eventuale autonoma regolamentazione.

5. (SEGUE): L'ART. 14 DELLA LEGGE SULLA STAMPA E NORME AFFINI.

Una norma interessante è contenuta nella legge sulla stampa, 8 febbraio 1948, n. 47, all'art. 14²⁹: « Pubblicazioni destinate all'infanzia e all'adolescenza », in cui compare con un certo rilievo l'elemento « sensibilità ed impressionabilità proprie dei minori ».

In tale norma, che si ricollega al disposto dell'art. 528 cod. pen. (pubblicazioni e spettacoli osceni)³⁰, viene disposta una sanzione per le pubblicazioni, specificamente destinate ai minori, che possono provocare turbamenti e alterazioni psicologiche nonché comportamenti devianti.

La norma si sdoppia nei suoi due commi: nel primo, vengono prese in considerazione le pubblicazioni destinate tanto all'infanzia quanto all'adolescenza, che rappresentino un'offesa al

²⁶ V. in generale CERTO, *La tutela penale del minore*, Padova, 1976.

²⁷ CERTO, *La tutela penale del minore*, cit., pp. 193-234.

²⁸ V. al proposito VENDITTI, *La nozione di oscenità* (anche in rapporto alla tutela dei minori) negli sviluppi della giurisprudenza degli ultimi vent'anni, in *Giust. pen.*, 1970, II, 119-120.

²⁹ V. NUVOLONE, *Reati di stampa*, Milano, 1951, pp. 90-93; NUVOLONE, *Il diritto penale della stampa*, Padova, 1971, pp. 99, 232 ss.; FIANDACA, *Problematica dell'osceno e tutela del buon costume*, Padova, 1984, pp. 27-29.

³⁰ Sull'art. 528 cod. pen., v. ancora VENDITTI, *La nozione di oscenità ecc.*, cit., cc. 107 ss.; inoltre, Cass. 2 febbraio 1971 (in rapporto particolarmente con l'art. 1 legge 1591/1960), in *Rass. dir. cinem.*, 1972, 123 ss.

« sentimento morale » dei minori o un « incitamento alla corruzione, al delitto o al suicidio ». Nel comma 2, invece, vengono assoggettate a pena le pubblicazioni, in questo caso destinate alla sola infanzia, che nel rappresentare vicende poliziesche o avventure, favoriscono lo scatenamento di « istinti di violenza e di indisciplina sociale ».

La prima considerazione che può farsi, tenendo presenti comunque il fatto che il provvedimento fu emanato nel 1948 e la sua natura di « legge stralcio », è la specifica destinazione all'infanzia e all'adolescenza, requisito richiesto evidentemente non solo *quoad poenam*, ma anche che *quoad delictum*³¹. Ciò costituisce un'indubbia limitazione del campo di azione della norma, che tuttavia potrebbe rappresentare il punto di riferimento di un'eventuale normativa che contempli specificamente il mezzo radiotelevisivo.

Infatti, nonostante la norma sia dettata esclusivamente per la stampa (e quindi sia esclusa la sua applicazione alla TV) e non sia estensibile a pubblicazioni (o rubriche) che non siano specificamente destinate ai minori, è interessante notare l'attenzione del legislatore nei confronti dell'eventuale influenza negativa di informazioni che, per la loro natura o per il modo in cui vengono presentate, costituiscono un pericolo per il minore³².

Occorre però rilevare che risultano edite solo due decisioni in cui tale norma è stata applicata³³, oltretutto, nel caso più recente, in una maniera che non tiene nel dovuto conto i criteri pedagogici di rispetto dell'individualità del minore e del suo diritto all'informazione, che, seppur caratterizzato da sfumature particolari in relazione alla sensibilità e alla relativa debolezza bio-psicologica del minore, è tuttavia esistente e necessaria di una specifica tutela³⁴.

Inoltre, come ha messo in luce la Cassazione in una non recentissima sentenza, « ritenere che il soggetto umano, dal momento in cui ha coscienza del mondo in cui vive e sino al diciottesimo anno di età, si ispiri a concetti e sentimenti cristallizzati, significa porsi contro la realtà psicologica dell'età evolutiva »³⁵.

Tale impostazione si riflette in numerose sentenze relative ad un'altra norma che predispone una tutela nei confronti dei minori, vale a dire quella contenuta

nell'art. 1, legge 1591/1960, relativa all'affissione di manifesti, immagini ed oggetti contrari al pudore ed alla decenza³⁶. Tale norma indica come elemento essenziale del reato l'offesa della « particolare sensibilità dei minori degli anni 18 e dell'esigenza della loro tutela morale », rapportato all'esposizione di immagini che possano suscitare turbamento nella psiche dei soggetti in età evolutiva. La previsione specifica di tale forma di aggressione psicologica trova una giustificazione nella considerazione di una fruibilità immediata di tale tipo di « informazione visiva » da parte di adolescenti e bambini³⁷, richiedendo pertanto un più rigoroso controllo del contenuto delle immagini ad evitare che i soggetti tutelati siano esposti ad influenze devianti.

6. ORIENTAMENTI GIURISPRUDENZIALI IN TEMA DI PARTICOLARE SENSIBILITÀ DEI MINORI.

A proposito delle due ultime norme esaminate, che si richiamano al concetto di pudore e decenza congiuntamente alla particolare valenza pedagogica della tutela dei minori, va rilevata una tendenza della giurisprudenza all'enucleazione di criteri di massima per la determinazione del concetto di « particolare sensibilità dei minori »³⁸.

³¹ V. CANTARANO, *Codice della legislazione sulla stampa*, Roma, 1976, pp. 223-226.

³² Alla tutela offerta dell'art. 14 sembra aggiungersi, in quanto contempla fattispecie più gravi e riguarda ogni tipo di stampati, l'art. 15 che estende l'applicazione dell'art. 528 cod. pen. ai casi di descrizioni « impressionanti o raccapriccianti » tali « da poter provocare il diffondersi di suicidi o delitti ».

³³ La prima sentenza, Cass. 29 ottobre 1953, in *Giust. pen.*, 1954, cc. 194 ss., analizza i rapporti fra art. 14 l. cit. e art. 528 cod. pen.; la seconda è sent. App. Milano 14 giugno 1976, in *Mon. trib.*, 1976, 347 ss.

³⁴ V. al proposito COSSU, *Diritto del minore all'informazione e tutela della personalità*, in CENTRO CALAMANDREI (a cura di), *Tutela dell'onore e mezzi di comunicazione di massa*, Milano, 1979, p. 192.

³⁵ Sent. Cass. 9 dicembre 1967, in *Giust. pen.*, 1968, II, 417.

³⁶ V. CANTARANO, *Codice della legislazione sulla stampa*, cit., pp. 283-288.

³⁷ VENDITTI, *La nozione di oscenità ecc.*, cit., cc. 121-123.

³⁸ Cass. 13 maggio 1963, in *Giust. pen.*, 1963, 919 ss.; Trib. Roma 16 maggio 1964, in *Riv. pen.*, 1964, 1350 ss.; Cass. 9 dicembre 1967, cit.; Cass. 2 febbraio 1971, cit.; Cass. 14 ottobre 1975, in *Giust. pen.*, 1976, II, 266; Trib. Modena 10 dicembre 1979, in *Giur. merito*, 1982, 409.

Si riscontra, in tale ricerca, un'evoluzione, parallela a quella rilevata nella determinazione dei concetti generali di pudore e decenza, dal criterio storico-statistico al criterio c.d. deontologico³⁹. Il primo dei due è ancorato a rilevazioni praticamente numeriche, originando un concetto di « sentimento medio », della collettività o dell'adolescente, che non tiene praticamente conto né delle particolari opinioni o sensazioni delle minoranze, né delle sfumature personali che inevitabilmente contraddistinguono concetti strettamente legati a modi di essere individuali. Il criterio deontologico, invece, è quello adottato dalla giurisprudenza più recente, e considera i sentimenti dell'individuo « medio », psichicamente ed eticamente maturo, vivente in condizioni di « normalità ». Tale criterio, in relazione al minore, dà luogo al concetto di « adolescente medio dei tempi moderni », « giovane che conduce una normale vita familiare e di relazione, immune sia da eccessi moraleggianti, sia da biasimevoli sfrenatezze »⁴⁰.

Potrebbe legittimamente sorgere il dubbio che tale « equidistanza » fra i due eccessi possa in realtà celare delle tendenze repressive di comportamenti, ideologie e concetti che si distacchino, anche lievemente, dalla stretta « normalità ». Potrebbe cioè discutersi della validità di un concetto che, seppure in maniera non pregnante, « quantizza numericamente » comportamenti, a volte difficilmente valutabili secondo schemi rigidi, per ottenere una media « normale ».

Tale rischio, tuttavia, è presente ogniqualvolta si vogliano stabilire dei criteri di massima. Spetta dunque al giudice,

di fronte al caso concreto, evitare che il concetto di « normalità » sia utilizzato a detrimento di altre esigenze, del minore stesso o del « produttore » dell'informazione o dell'immagine.

Nelle numerose sentenze in applicazione di tale norma si rileva la costante della definizione del concetto di particolare sensibilità dei minori. La quale, innanzitutto, viene distinta dalla sensibilità media dei consociati, in relazione all'incompleta maturazione psico-fisica che caratterizza i minori. In secondo luogo, l'espressione « sensibilità dei minori degli anni 18 » non è un concetto immutabile o cristallizzato⁴²; vi si riscontra, infatti, l'interazione di due fattori: l'uno, individuale, costituito dalla serie di modificazioni progressive caratterizzanti il processo di maturazione dell'individuo; l'altro, sociale, della relatività storica del concetto di pudore in una società in evoluzione, in cui oggi vengono accettate come naturali immagini, espressioni, gestualità che solo pochi anni fa sarebbero state definite riprovevoli, indecenti o ripugnanti⁴³.

Nella maggior parte delle sentenze analizzate, tuttavia, viene posto l'accento sul secondo elemento, piuttosto che sul primo. In particolare, in una decisione della Suprema Corte⁴⁴, si sostiene che il concetto di sensibilità dei minori non è suscettibile di gradazioni, per le ragioni bio-psicologiche di cui è espressione. L'impostazione, tuttavia, è stata in parte rettificata dalla successiva decisione della Cassazione⁴⁵, in cui, però, viene posta in primo piano l'importanza dell'evoluzione storica dei costumi sociali. Tale distonia è stata comunque messa opportunamente in rilievo dai giudici di merito⁴⁶, i quali, criticando la definizione del concetto di « pudore medio dei minori degli anni 18 », hanno evidenziato la necessità di riferirsi piuttosto ad un modello educativo ed evolutivo.

Finora, tanto la normativa esaminata, quanto la sua applicazione giurisprudenziale, mostrano di indirizzare il loro interesse nel senso di una tutela degli individui in età evolutiva esclusivamente in relazione alla sfera sessuale; inoltre, tale tipo di tutela riguarda forme di condizionamento che normalmente non presuppongono una totale passività del soggetto tutelato, pur se dalla norma contenuta nella legge 1591/1960 si evince una

³⁹ Secondo VENDITTI, *La nozione di oscenità ecc.*, cit., cc. 110-117, il primo criterio andrebbe fatto risalire alla giurisprudenza degli anni cinquanta, mentre il secondo caratterizzerebbe quella degli anni sessanta in poi.

⁴⁰ Cass. 14 ottobre 1975, cit.

⁴¹ V. la giurisprudenza citata retro, nt. 32.

⁴² Cass. 9 dicembre 1967, cit.

⁴³ V. Trib. Roma 16 maggio 1964, cit.; Cass. 9 dicembre 1967, cit.; Cass. 14 ottobre 1975, cit.; in senso di critica a quest'ultima sentenza, Trib. Modena 10 dicembre 1979, cit.

⁴⁴ Cass. 13 marzo 1963, cit.

⁴⁵ Cass. 9 dicembre 1967, cit.

⁴⁶ Trib. Modena 10 dicembre 1979, cit.

maggior attenzione verso la spinta emozionale derivante dall'immagine, che possiede indubbiamente una maggiore incisività rispetto al linguaggio scritto⁴⁷.

7. LA CENSURA CINEMATOGRAFICA MINORILE.

Una più attenta considerazione delle eventuali influenze (o « intossicazioni ») c.d. « subliminali » sui minori può riscontrarsi nella normativa relativa alla censura cinematografica minorile⁴⁸, che, pur costituendo materia amministrativa, considera con maggiore precisione le possibilità di condizionamento esercitabili dall'immagine cinetrasmessa su soggetti in fase di ancora incompiuta maturazione.

La regolamentazione di tale istituto è costituita dalla legge n. 161 del 1962 e dal relativo regolamento di esecuzione (d.P.R. n. 2029/1963). L'art. 5, legge 161, stabilisce che la Commissione cui è demandato il parere per la concessione del nulla-osta per la proiezione in pubblico del film, decida anche quando il film debba essere vietato ai minori degli anni 14 o 18, in relazione alla « particolare sensibilità dell'età evolutiva e alle esigenze della sua tutela morale ». L'art. 9, d.P.R. 2029, specifica le fattispecie che, indipendentemente dall'offesa al buon costume, legittimano il divieto di cui all'art. 9, legge 161. Esse si riconducono a: gestualità o espressioni volgari; comportamenti amorali; scene erotiche o di violenza verso uomini o animali; scene che fomentino sentimenti di odio o vendetta; scene che presentino crimini in forme tali da indurre all'imitazione o al suicidio in forma suggestiva. Resta comunque, in base all'art. 6, legge 161, il filtro generale costituito dal buon costume di cui all'art. 21 Cost., che può precludere completamente la proiezione del film.

Particolarmente interessante, in relazione alla problematica dell'uso ed abuso del mezzo televisivo da parte dei minori, con le relative conseguenze in fatto di possibili condizionamenti psicologici, è la norma contenuta nell'art. 13, della legge citata; con tale disposizione, infatti, si vieta la diffusione, per

radio o per televisione, di films o spettacoli teatrali per cui sia stato negato il nulla-osta, o che siano stati vietati ai minori degli anni 18⁴⁹.

A proposito della diffusione radiofonica, merita la citazione e l'analisi una singolare sentenza⁵⁰, in cui si afferma che la trasmissione per radio di brani tratti da una rivista pornografica, debitamente autorizzata e normalmente diffusa, non integra il reato di audizioni oscene. Il giudice in questione, partendo dal presupposto che numerose riviste pornografiche sono in libera circolazione e vendita presso le edicole, ritiene non perseguibili coloro i quali mettano a disposizione dei cittadini tale « messaggio — si fa per dire — culturale », attraverso un diverso canale di informazione, considerando oltretutto più offensiva del sentimento morale l'esposizione *coram populo* della pubblicazione, piuttosto che l'ascolto radiofonico dei testi, il quale presuppone un atto di scelta.

Con specifico riferimento ai minori, viene sottolineato come essi, nelle ore in cui avvengono abitualmente tali trasmissioni, si trovino già a letto; e si conclude che è molto più probabile che il minore trovi, in casa, la pubblicazione dimenticata dal « distratto genitore », piuttosto che sintonizzarsi sulla stazione radiofonica, il che presuppone già esistente una certa capacità (occorre però non dimenticare come, nell'epoca attuale, i bambini giochino fino da tenera età con le tastiere dei *computers*, senza dubbio più complesse per funzionamento della manopola di sintonia di un apparecchio radio).

Tornando alla norma di cui all'art. 13, legge 161, è chiaro che costituisce un primo, rudimentale sbarramento all'indiscriminata programmazione televisiva dei films che possano alterare l'equilibrio, in formazione, della psiche del minore. Filtro che merita particolare atten-

⁴⁷ Cfr. Trib. Modena 10 dicembre 1979, *cit.*

⁴⁸ Aspetto diffusamente trattato da MAZZAROCCHI, *Censura cinematografica minorile*, Quaderno dell'Istituto Giuridico dello Spettacolo e dell'Informazione, Roma, 1982.

⁴⁹ La normativa in tema di trasmissione televisiva di films vietati ai minori viene trattato da LANZELLOTTO, *Sulla diffusione televisiva di films vietati ai minori di anni 18*, in *Riv. polizia*, 1984, 574 ss.; v. altresì FRAGOLA, *Proiezioni televisive e tutela dei minori*, *ivi*, pp. 821 ss.

⁵⁰ Pret. Capri 26 gennaio 1982, in *Foro it.*, 1982, II, 545 ss.

zione in quanto, ricollegandosi alla norma contenuta nel d.P.R. 2029/1963, non limita la sua operatività a contenuti esclusivamente sessuali, ma presta attenzione anche a scene o immagini violente, immorali, e comunque esercitanti un'influenza deteriore.

Tale intenzione, tuttavia, nella pratica è facilmente evitabile, e, com'è dimostrato dalla frequenza con cui varie televisioni private trasmettono films vietati nel circuito cinematografico ai minori degli anni 18, molto spesso disattesa.

Ciò perché, all'atto della sanzione, il divieto di trasmettere tali films si concreta in un'ammenda « fino a L. 90.000 »⁵¹.

Inoltre, tale norma è stata criticata in quanto « la tutela del minore finisce col giustificare una limitazione alla "libertà

di informarsi" di ogni cittadino, costituendo un'eccezione di indubbia gravità »⁵².

Si può forse non concordare col meccanismo di tutela⁵³, ma non può negarsi che il problema esista, e che il diritto all'informazione della collettività vada in qualche modo conciliato con le esigenze dell'età evolutiva.

8. GLI ORIENTAMENTI DELLA DOTTRINA.

Com'è agevole rilevare, a parte l'ultima norma richiamata, il minore non è adeguatamente tutelato di fronte all'aggressione che può provenire dal mezzo televisivo.

Le norme esaminate non costituiscono uno *jus singulare*⁵⁴, ed in ogni caso, sostanzialmente e nella loro applicazione, risentono di un atteggiamento più incline a ricercare nel « sociale » la causa di influenze devianti di soggetti in fase di maturazione, pur non escludendo un certo potere del mezzo audiovisivo. Benché non sia ancora del tutto dimostrata, cioè, la natura di concausa dell'influenza dei mass-media, si riscontra una propensione limitativa del potere di questi ultimi nell'analisi del rapporto minore-mezzi di comunicazione di massa.

Inoltre, le norme che, più o meno direttamente, investono tale rapporto, rivelano, come è stato sostenuto⁵⁵, un'impronta moralistica, quando dovrebbero riferirsi piuttosto a criteri psico-pedagogici. Lo stesso per quanto concerne l'applicazione giurisprudenziale: a parte il costante rivolgere l'attenzione ai concetti di « osceno » e « pubblica decenza », secondo la stessa voce di cui sopra il riferimento continuo al sentimento morale diventa in realtà lo strumento tecnico per marcare in una certa direzione l'educazione delle giovani generazioni, e per filtrare « informazioni poco gradite al potere politico »⁵⁶.

Quanto poi all'istituto della censura, con specifico riferimento a quella minorile⁵⁷, il dibattito è assai vivace; tanto i sostenitori del suo mantenimento, in forma modificata, quanto i propugnatori di una sua abolizione, poggiano le loro argomentazioni sulla lettura dell'art. 21 Cost., ultimo comma; la riserva di legge che tale articolo contiene è dai primi portata a dimostrazione della le-

⁵¹ Può essere applicata, come pena accessoria, la sospensione delle trasmissioni fino a trenta giorni, sanzione c.d. « interdittiva », applicabile in seguito all'emissione di ordinanza-ingiunzione del Prefetto o sentenza di condanna del Pretore.

⁵² Così Cossu, *Diritto del minore all'informazione ecc.*, cit., p. 195.

⁵³ Va ricordato, a tale proposito, come il d.d.l. di regolamentazione del settore televisivo, comunemente denominato il progetto Gava (Camera dei Deputati, IX Leg., doc. n. 2508, presentato il 1° febbraio 1985), riproponga il divieto di trasmissione dei films vietati ai minori degli anni 18. Un d.d.l. approntato dal Ministero del Turismo e dello Spettacolo prevede un'apposita fascia oraria (dalle 23 alle 6) in cui trasmettere tali films, con l'obbligo di richiamare più volte, durante la trasmissione, il divieto. Analoga misura è prevista dal p.d.l. n. 2616 (Stanzani Ghedini, radicale) consistente nell'obbligo di porre in sovrimpressione, per tutta la durata del film, della scritta « Vietato ai minori degli anni 18 ».

Da rilevare come l'aspetto della programmazione televisiva in rapporto ai minori sia stato posto in rilievo dal Comitato dei Ministri del Consiglio d'Europa, nella *Raccomandazione R (84) 22* del 7 dicembre 1984 sull'uso dei satelliti radiotelevisivi, che al principio 2.1, lett. e), dispone: « Les programmes respecteront la sensibilité et la personnalité physique, mentale et morale des enfants et des jeunes, notamment lorsqu'un grand nombre d'entre eux sont susceptibles de les regarder ». Infine, relativamente allo specifico problema della disparità di trattamento fra cinematografia e televisione, risalente ad una supposta diversità di funzione, cfr. Proc. Rep. Bari, Ord. 12 aprile 1977, in *Dir. radiodiff.*, 1977, 390 ss., con nota fortemente critica di SANTORO, *Sulla diffusione televisiva di film vietati ai minori*, ivi; v. altresì FRAGOLA, *op. loc. ult. cit.*

⁵⁴ V. Cossu, *Diritto del minore all'informazione ecc.*, cit., p. 192.

⁵⁵ Da Cossu, *Diritto del minore all'informazione ecc.*, cit., pp. 192-196.

⁵⁶ Così Cossu, *Diritto del minore all'informazione ecc.*, cit., p. 195.

⁵⁷ Cfr. MAZZAROCCHI, *Censura cinematografica minorile*, cit., pp. 29-31.

gittimità costituzionale dell'istituto censuario (« la legge stabilisce provvedimenti adeguati a prevenire o reprimere... »), dai secondi considerata il fondamento della proposta di abrogare gli artt. 528 e 529 cod. pen.⁵⁸.

L'aspetto cinematografico del problema possiede però una sua validità incidentale alla questione del rapporto fra il minore e il mezzo televisivo, se non altro perché la visione di un film presuppone un atto di scelta indubbiamente più marcato e un atteggiamento meno passivo di quanto non si rilevi nella fruizione di programmi televisivi.

9. I PRECEDENTI GIURISPRUDENZIALI AMERICANI.

Il problema principale del condizionamento dei mass-media sui minori, con specifico riferimento alla responsabilità dell'emittente, resta la definizione, se esiste, del rapporto causale fra la trasmissione e il comportamento dei minori. Sotto questa specifica angolazione non si rinvergono pronunce giurisprudenziali in Italia; in America, invece, il problema è stato affrontato diverse volte, in particolare sotto il profilo del supposto « dovere di responsabilità sociale » che graverebbe sulle emittenti televisive, e del suo rapporto col diritto di manifestazione del pensiero e con la libertà d'informazione.

In una sentenza del 1979, emessa dalla Corte della Florida, *Zamora v. CBS*⁵⁹, gli attori, partendo dal presupposto di una « intossicazione subliminale » di un minore esposto costantemente a scene violente trasmesse, chiedevano il riconoscimento della responsabilità per danni dell'emittente televisiva, motivando tale richiesta con l'affermazione che tale emittente aveva contravvenuto al dovere di evitare la stimolazione e l'istigazione all'imitazione della violenza rappresentata in TV. (Nella specie, il minore, secondo la sua difesa, dopo essere stato esposto per lungo tempo a scene di violenza trasmessa, aveva ucciso un vicino di 83 anni, e aveva in seguito rivelato lo sviluppo di una personalità psicopatica e con tendenze asociali).

L'emittente convenuta, nell'eccezione poi accolta dalla Corte, affermò la mancanza di fondamento giuridico di un si-

mile dovere. Nel motivare la sentenza, la Corte affermò che per poter invocare la negligenza in rapporto ad una condotta, era necessario che la legge o la *common law* imponessero uno *standard* comportamentale. Benché la Corte ritenesse necessaria una regolamentazione delle emissioni televisive, non poteva riconoscersi una espansione delle responsabilità delle emittenti, sia per l'elementare considerazione di politica del diritto che l'imposizione di responsabilità non deve diventare uno strumento di vessazione verso chi ne è gravato, sia perché, nella specifica situazione, non va dimenticata l'esistenza della libertà di stampa e di espressione, che tutela indubbiamente anche la televisione. Pertanto, « il diritto dell'emittente di trasmettere non può essere inibito da quei membri del pubblico che sono particolarmente sensibili o insensibili ».⁶⁰

Per questi motivi, tra cui non bisogna tralasciare anche i diritti degli artisti e degli intrattenitori, che richiedono una tutela altrettanto adeguata, lo *standard* di comportamento proposto per le emittenti televisive non poteva essere accettato, e non era pertanto configurabile la responsabilità avanzata dalla difesa del minore.

Da rilevare, in tale sentenza, come la sensibilità specifica dei minori non venga trattata che incidentalmente, visto che vengono accomunati ai soggetti che per altri motivi sono particolarmente suscettibili ad influenze esterne. Contro le libertà costituzionali si affievoliscono altre esigenze: e viene in considerazione l'individuo « normale », le cui esigenze possono influire eventualmente sulla programmazione televisiva, e di conseguenza sul diritto costituzionale di espressione per mezzo degli organi di informazione.

In un'altra sentenza, *Olivia N. v. NBC*⁶¹, ritorna la libertà di espressione a precludere il riconoscimento della responsabilità delle emittenti. L'attrice, violentata da un gruppo di giovanissimi all'età di 9 anni con modalità analoghe a

⁵⁸ V. MAZZAROCCHI, *Censura cinematografica minorile*, cit., p. 30.

⁵⁹ In 4 *Med. L. Rptr.*, 2109 (1979).

⁶⁰ *Zamora v. CBS*, cit., p. 2114.

⁶¹ In 7 *Med. L. Rptr.*, 2359 (1981).

quelle rappresentate in un film trasmesso in televisione, chiedeva il riconoscimento della responsabilità del *network* per i danni fisici e psicologici da lei subiti. La Corte d'Appello della California, dopo aver rilevato la mancanza di istigazione alla violenza da parte della trasmissione (ed anche il tema dell'istigazione è ricorrente nella negazione di una pur minima responsabilità), respingeva la richiesta motivando in base alla libertà, garantita costituzionalmente, di espressione, che « preclude la censura del contenuto di un programma anche quando la restrizione è richiesta al fine di tutelare i minori »⁶², ed esclude una responsabilità in quanto « l'effetto dell'imposizione di responsabilità ridurrebbe la popolazione americana adulta a vedere solo quanto è adatto per i bambini »⁶³.

Sulla stessa linea la sentenza della Corte Suprema del Rhode Island De Filippo v. NBC⁶⁴. In questo caso gli attori, genitori di un adolescente impiccatosi per emulare un prestigiatore che aveva simulato la propria impiccagione in uno *show* televisivo, avevano sostenuto l'istigazione all'imitazione provocata dalla trasmissione.

La Corte, dopo aver rilevato come in effetti l'istigazione rientri fra le categorie di espressione vietate dal Primo Emendamento alla Costituzione degli USA (le altre tre sono: oscenità, espressioni in-

giuriose che provocano alla rissa, lesione della reputazione) ritenne tuttavia che, nella valutazione comparativa degli interessi tutelati dal Primo Emendamento (dell'emittente televisiva, alla libertà di espressione; degli utenti e del pubblico, al ragionevole accesso ad idee ed esperienze sociali, estetiche, morali etc.), la richiesta degli attori prevaricasse il diritto di libertà di espressione costituzionalmente garantito, anche in considerazione del fatto che l'istigazione, già di difficile verifica, in tal caso fosse ancor meno rilevabile, in quanto non si erano verificati altri casi di imitazione del prestigiatore all'infuori di quello del figlio degli attori.

Nel senso della negazione di una responsabilità un'altra sentenza, *Hercey v. Hustler Magazine*⁶⁵, questa volta però relativa alla stampa. Si trattava del caso di un giovane che, dopo aver letto un articolo su una rivista pornografica a proposito di una pratica di asfissia autoerotica, nell'imitare quanto aveva letto si era ucciso.

La Corte del Texas respinse le richieste dei genitori, di riconoscere la responsabilità diretta dell'editore della rivista. Gli attori, infatti, avevano sostenuto la negligenza del convenuto nell'adempiere quel dovere di responsabilità sociale che graverebbe sugli organi di informazione. La Corte rispose che tale dovere non aveva alcun valido fondamento giuridico, e che inoltre non si riscontravano gli estremi di quell'istigazione che il Primo Emendamento, più volte richiamato, pone quale limite alla libertà di stampa.

Un'altra decisione interessante è *Bill v. Superior Court*⁶⁶, in cui la Corte d'Appello della California ha accolto il ricorso dei produttori di un film a contenuto violento, in primo grado giudicati responsabili dei danni subiti da una giovane che, all'uscita del teatro, era stata aggredita da un gruppo di individui violenti attratti nei dintorni del teatro dal contenuto del film⁶⁷.

⁶² Olivia N. v. NBC, cit., p. 2361.
⁶³ Olivia N. v. NBC, cit., p. 2362.
⁶⁴ In 8 *Med. L. Rptr.*, 1872 (1982).
⁶⁵ In 9 *Med. L. Rptr.*, 1959 (1983).
⁶⁶ In 8 *Med. L. Rptr.*, 2622 (1982).
⁶⁷ Il tema della responsabilità dell'emittente per la fattispecie prima indicata è affrontato, in dottrina, dalla NOTE, *Tort Liability for Nonlibelous Negligent Statements: First Amendment Considerations*, in 93 *Yale L.J.* 744 (1984) ove, dopo aver analizzato gli *standards* applicati dalla giurisprudenza in tale ambito (pericolo evidente ed attuale; istigazione; offesa alla reputazione), si propone, per determinare l'esistenza di una responsabilità per danni provocati da forme di espressione non vietate dal 1° Emendamento, un criterio ottenuto dal temperamento delle norme generali sulle obbligazioni con quelle relative alla « misrepresentation ».

Con un simile *standard* verrebbe riconosciuta la responsabilità dell'autore dell'espressione (e quindi anche dell'emittente televisiva) quando venga dimostrato:

a) l'esistenza di un dovere di attenzione nell'uso del linguaggio, gravante su colui che si esprime, e la violazione di tale dovere;
 b) il nesso di causalità fra l'espressione e il danno subito;
 c) l'attualità di tale danno;
 d) l'assenza di concorso di colpa da parte dell'attore stesso.

10. LA RESPONSABILITÀ CIVILE DELL'EMITTENTE RADIOTELEVISIVA.

Il raffronto con l'esperienza nord-americana introduce il discorso sull'applicabilità del principio generale della

responsabilità civile dell'emittente per i danni che vengono fatti risalire ai programmi da essi trasmessi.

Come si è visto dalla giurisprudenza di *common law*, il punto cruciale della questione appare, più ancora di eventuali diritti costituzionali il cui riconoscimento fungerebbe, comunque, da scriminante, quello del nesso causale⁶⁸.

Se gli studi specialistici citati in apertura di questo studio paiono ragionevolmente escludere una relazione di causa-effetto fra generale programmazione televisiva e formazione della personalità del minore, meno certo è il discorso relativo a singole emissioni e singoli comportamenti. Soprattutto nei casi di emulazione, con conseguenze dannose (e spesso tragiche) non sembra potersi escludere *a priori* un nesso di causalità.

Sono note le complesse e contrastanti opinioni attorno all'essenza del nesso causale e al rapporto che viene a crearsi fra diritto e scienza; non è questa la sede per esaminarle⁶⁹. Tuttavia non si può fare a meno di osservare che con riferimento alla responsabilità dell'emittente non appaiono trasponibili *sic et simpliciter* criteri di collegamento causale applicati in altri settori.

Fra i principali risultati degli approfonditi studi, sia italiani che stranieri, in tema di responsabilità del produttore vi è stato quello di evidenziare la relatività della nozione di diligenza a seconda del campo industriale cui deve applicarsi, nonché la tendenza a sostituire alla nozione di colpa quella di rischio⁷⁰.

In altri termini si tratta di comprendere quale sia il rischio dell'impresa televisiva⁷¹ o, subordinatamente, quale sia il grado di diligenza che le venga richiesto. Giacché in diverse occasioni non pare dubitabile una concatenazione temporale fra le immagini trasmesse e (per riprendere i casi realmente avvenuti) il suicidio del minore, il problema sta nell'accertare se il comportamento del minore è non solo assolutamente fuori della norma ma anche imprevedibile; inoltre l'emittente per scongiurare l'evento dannoso.

Data la novità del fenomeno certamente sono necessari approfonditi studi scientifici; tuttavia fin d'ora si può affermare che la mera rarità dell'accaduto non è sufficiente ad escludere la re-

sponsabilità, e l'esperienza in tema di produttore di medicinali può essere utile a tal proposito⁷².

Si tratta di stabilire, infatti, se nell'ambito del rischio d'impresa debbano farsi rientrare le conseguenze dannose su soggetti particolarmente influenzabili; e si potrebbe a tal fine distinguere fra adulti psicolabili e minori, nella misura in cui questi ultimi sono generalmente, per la loro connaturata immaturità psichica, portati all'emulazione di comportamenti pericolosi.

V'è anche da considerare, in via di ipotesi, la possibilità di qualificare l'attività di emittenza — o parte di essa — come attività pericolosa soggetta al più rigoroso e invertito onere probatorio di cui all'art. 2050 cod. civ.⁷³; se così dovesse avvenire, sulla base di precisi e concordanti indizi, almeno per le tra-

⁶⁸ L'ipotesi che qui si esamina è diversa — anche se presenta punti in comune — da quella, ricorrente nella casistica di *products liability*, di responsabilità, anche di soggetti diversi dal produttore, per errate informazioni sull'uso di un prodotto o per mancata avvertenza dei pericoli dello stesso. In tal caso il nesso causale appare riconducibile all'espresso invito all'uso contenuto nelle informazioni che accompagnano il prodotto. Fra i casi più recenti v. *Carter v. Rand McNally* (D. Mass. 1980) in cui uno studente delle scuole medie inferiori agì nei confronti della casa editrice di un testo scolastico che, nel presentare un esperimento di chimica, aveva ommesso di avvertire dei gravi pericoli che possono derivare dall'uso dell'alcol metilico. Il ragazzo aveva subito gravi ustioni per l'esplosione dell'alambicco contenente il liquido infiammabile. Per un recente esame della responsabilità del produttore (o di soggetti in posizione analoga) per le informazioni date (o non date) v. il COMMENT, *Products Liability and the First Amendment: The Liability of Publishers for Failure to Warn*, in 59 *Ind. L.J.*, 503 (1983).

⁶⁹ Si rimanda necessariamente, sul punto, a TRIMARCHI, *Causalità e danno*, Milano, 1967.

⁷⁰ Si v. sulla scissione del giudizio di imputabilità da quello di illiceità TRIMARCHI, *Rischio e responsabilità oggettiva*, Milano, 1961; BESSONE, *Adempimento e rischio contrattuale*, Milano, 1966; ALPA, *Responsabilità dell'impresa e tutela del consumatore*, Milano, 1975; CARNEVALI, *La responsabilità del produttore*, Milano, 1979; CASTRONOVO, *Problema e sistema nel danno da prodotto*, Milano, 1979.

⁷¹ Il punto è diffusamente trattato, con riferimento a tutti i mezzi di comunicazione ed essenzialmente sotto il profilo penalistico da CANESTRARI, *Profili di responsabilità colposa nell'esercizio della cronaca giornalistica*, in *Giust. pen.*, 1985, II, 520.

⁷² V. nel diritto americano i casi *Smith v. E.R. Squibb & Sidel v. Abbott Lab.* pubblicati nel *Product Liability Casebook*, Colchester, Lloyd's of London Press, 1984, pp. 46 e 53.

⁷³ Sui limiti posti all'applicazione dell'art. 2050 cod. civ. v. DE CUPIS, *Il danno*, II, Milano, 1979, p. 182 ss.; DE MARTINI, *Responsabilità per danni da attività pericolose e responsabilità per danni nell'esercizio di attività pericolose*, in *Giur. it.*, 1973, I, 2, 963.

smissioni dirette ai minori, si renderebbe necessario per l'emittente, onde evitare l'addebito di responsabilità, assumere quelle misure idonee a scongiurare o a diminuire al massimo, l'eventualità di comportamenti dannosi; in particolare potrebbero essere richieste precauzioni quali annunci sui programmi stampati e prima della trasmissione, sovrimpressioni ecc.⁷⁴

Si osservi che il destinatario di tali avvertimenti non è solo il minore bensì anche chi è preposto alla sua sorveglianza. Se infatti il sistema della responsabilità civile svolge anche una funzione general-preventiva rivolta a tutti i consociati, sia potenziali danneggiati che potenziali danneggiati, l'obbligo di prudenza e diligenza non può indirizzarsi unilateralmente. In altri termini, la responsabilità dell'emittente non può essere considerata separatamente da quella dei soggetti direttamente ed *ex lege* tenuti a vigilare sull'incolumità del minore. La negligenza di costoro, potrebbe infatti, a seconda delle fattispecie, interrompere il nesso causale fra comportamento dell'emittente ed evento dannoso. Si comprende pertanto come il preventivo annuncio precauzionale serva a mettere sull'avviso chi di dovere, e la sua assenza, accompagnata da alcune circostanze concludenti, come ad esempio la collocazione oraria del programma, ingeneri invece una situazione di affidamento.

D'altra parte non è escluso che le due responsabilità, dell'emittente e dei sorveglianti, possano concorrere per via di una duplice concatenazione causale.

Come si vede, le indicazioni molto empiriche che qui si sono suggerite ne-

cessitano di un attento vaglio e sono soggette alla verifica con circostanze fattuali. Ma soprattutto pare indispensabile una diversa concezione e consapevolezza della valenza giuridica del messaggio, la sua configurazione come bene con consistenza autonoma e variabile a seconda del *medium* attraverso il quale viene diffuso. Una pagina del diritto che solo nei tempi recenti si comincia a scrivere⁷⁵.

11. PUBBLICITÀ E MINORI.

Da tempo, particolarmente in connessione con l'evolversi della riflessione sulla tutela giuridica del consumatore, il problema della pubblicità è stato oggetto di attento studio, uscendo dalla stretta visuale della disciplina della concorrenza per involgere interessi di più vasta portata⁷⁶.

Le considerazioni che sono state svolte in tema di pubblicità e consumatori hanno trovato in molti paesi concreta espressione in testi legislativi; in campo europeo non manca peraltro un costante sforzo di indirizzo da parte degli organismi comunitari.

In attesa dell'adeguamento dell'Italia alle direttive CEE⁷⁷, le fonti sulle quali fondare la disciplina del messaggio pubblicitario sono estremamente limitate e dotate di debole forza cogente. Essenzialmente esse possono individuarsi, con riferimento al servizio pubblico radiotelevisivo nell'art. 4, della legge 103/1975 (la c.d. riforma della RAI), nelle norme dettate dalla SACIS (la consociata RAI) per l'accettazione dei messaggi da parte dell'emittente pubblica, nel c.d. codice di autodisciplina pubblicitaria (CAP); per le emittenti private nel solo CAP.

Prima di esaminare nel dettaglio i testi indicati, è opportuno tuttavia indicare le ragioni che giustificano una particolare attenzione e disciplina della pubblicità diretta verso i minori, all'interno del generale problema della pubblicità.

Secondo gli esperti⁷⁸ il messaggio pubblicitario viene più agevolmente seguito e recepito dal minore, soprattutto nelle fasce di età più bassa, per numerose sue caratteristiche.

A) Brevità spazio-temporale del messaggio stesso, che può essere fruito in non più di un minuto.

⁷⁴ Sugli obblighi di precauzione v. l'ampia analisi di CANESTRARI, *Profili di responsabilità colposa ecc.*, cit., p. 554 ss.

⁷⁵ V. CATALA, *Ebauche d'une théorie juridique de l'information*, in *Inf. dir.*, 1983, n. 1, 15.

⁷⁶ V. fra gli altri, GHIDINI, *Introduzione allo studio della pubblicità commerciale*, Milano, 1968; SORDELLI, *Problemi giuridici della pubblicità commerciale*, Milano, 1968; FUSI, *La comunicazione pubblicitaria nei suoi aspetti giuridici*, Milano, 1970.

⁷⁷ V. la direttiva 10 settembre 1984, n. 84/450 sulla pubblicità commerciale (pubblicata in *G.U.C.E.*, 19 settembre 1984, L. 250, p. 17).

⁷⁸ V. LAENG, *La pubblicità televisiva e i bambini: aspetti psico-pedagogici*, cit., p. 6; CAPRARA, *Intervento*, *ivi*, p. 49.

B) Semplicità e riconoscibilità di situazioni familiari ai pre-adolescenti.

C) Semplicità verbo-ironica: le parole sono poche, spesso ripetute, di facile comprensione.

D) Riproduzione di comportamenti largamente diffusi.

E) Assertività del messaggio pubblicitario, cui si accompagna una assenza di problematicità.

F) Iterazione del messaggio che viene recepito non una ma decine di volte.

È ovvio che gli effetti del messaggio variano a seconda dell'età del destinatario; tuttavia sono state individuate alcune conseguenze ricorrenti⁷⁹.

1) Effetti di paura, ansia, turbamento, potenzialmente determinati da rappresentazioni che si iscrivono nell'area dell'orrido, del violento, del pornografico: questi effetti il più delle volte si esauriscono nel momento della fruizione della comunicazione audiovisiva, ma nei soggetti emotivamente labili e ipersensibili, possono produrre lesioni nell'equilibrio nervoso e, alla lunga, nell'equilibrio propriamente psichico.

2) Effetti di apprendimento prematuro di pratiche operative di condotta, anche indipendenti dai prodotti pubblicitari, che, se riferite a soggetti immaturi, possono divenire fonti di incidenti.

3) Effetti di apprendimento di valori culturali contrastanti con i valori condivisi nella società di appartenenza; o, al contrario, effetti di rafforzamento e conferma di valori affermati da tempo, ma discutibili.

4) Effetti di delusione e di disinganno connessi alla sperimentazione di non corrispondenza tra la realtà del prodotto e la promessa pubblicitaria; anche in questo caso le conseguenze non si limitano necessariamente ai singoli episodi di delusione, ma possono proiettarsi in effetti a più lungo termine.

5) Effetti di frustrazione conseguente al rifiuto da parte dei genitori di soddisfare le richieste; la conseguenza più pericolosa di questo effetto è che i genitori, eccessivamente preoccupati di evitare ai figli qualsiasi possibile trauma, e che talora la pubblicità stessa tende a colpevolizzare e a rendere ansiosi, siano indotti a soddisfare costantemente ed indiscriminatamente le loro richieste, col rischio di ostacolare l'adattamento alla realtà, da parte del bambino⁸⁰.

6) Effetti conseguenti alla costante e monocorde proposta dell'ideologia consumista, e cioè di una concezione della vita e dei rapporti umani ispirata al principio che la felicità si identifica con il benessere materiale che tutti i problemi esistenziali possono essere risolti con il possesso e con il consumo dei prodotti e che i rapporti con il prossimo devono essere ispirati ad una ideologia emulativa, ostentativa e competitiva.

12. LE NORME SACIS.

La legge di riforma della RAI (legge 103/1975) aveva attribuito alla Commissione parlamentare di vigilanza, fra gli altri compiti, quello di formulare « indirizzi generali relativamente ai messaggi pubblicitari, allo scopo di assicurare la tutela del consumatore e la compatibilità delle esigenze delle attività produttive con la finalità di pubblico interesse e le responsabilità del servizio pubblico radiotelevisivo »⁸¹.

Nei confronti di minori, tale controllo avviene indirettamente — e senza diretto coordinamento con la legge citata — dalle norme predisposte dalla SACIS (Società per azioni commerciali iniziative spettacolo) consociata dalla RAI delegata « alla verifica della rispondenza dei messaggi pubblicitari alle prescrizioni tecniche ed al controllo sulla regolarità e liceità circa il soggetto, la sceneggiatura, le musiche, gli attori, i diritti di autore, ecc. ». La RAI, attraverso la SACIS, può quindi respingere la pubblicità ritenuta non conveniente con la conseguenza di risolvere il contratto che l'inserzionista ha stipulato con la SIPRA

⁷⁹ V. ZANACCHI, *Tutela del pubblico in età evolutiva e responsabilità delle emittenti televisive*, cit., p. 15.

⁸⁰ V. ROVIGATTI, *Intervento*, in *Quaderno Sacis*, n. 3, cit., p. 38.

⁸¹ Art. 4 legge 14 aprile 1975, n. 103; a quanto consta la Commissione è intervenuta sull'argomento con l'indirizzo del 23 ottobre 1975 nel quale si invita la Concessionaria a formulare proposte in merito alla disciplina dei contenuti, nonché alla pubblicità correttiva per l'orientamento attivo dei consumatori; e con l'indirizzo del 31 marzo 1982 in cui si invita la Concessionaria « a tutelare efficacemente i radioteleutenti consumatori, con l'obiettivo di assicurare una pubblicità corretta e non ingannevole ». Dubbi sulla natura e sull'efficacia giuridica delle delibere della Commissione ex art. 4 legge 103/1975 sono manifestati da ZACCARIA, *Radio-televisione e Costituzione*, Milano, 1977, p. 277.

(Società Italiana Pubblicità Radiofonica) — che è la concessionaria esclusiva della pubblicità radiotelevisiva nazionale — a meno che l'inserzionista, il c.d. utente pubblicitario, non provveda alla modifica dei suoi messaggi pubblicitari per informarlo alle regole imposte dalla RAI.

Fra le diverse norme⁸² interessano:

1) Norme che si propongono di evitare il prodursi di reazioni di spavento, ansia e raccapriccio nei bambini.

2) Norme che vietano la rappresentazione di modelli di comportamento che siano in sé pericolosi o nocivi o che possono indurre, in mancanza di opportune precisazioni e qualificazioni (inviti alla cautela o alla moderazione), abitudini dannose (specie nel campo dei consumi alimentari) o la non osservanza delle normali regole di prudenza.

3) Norme che vietano la rappresentazione di modelli di comportamento violenti, asociali, intolleranti, razzialmente e sessualmente discriminanti, specie se accompagnati da un giudizio, implicito o esplicito, di approvazione o di apprezzamento.

4) Norme che vietano le rappresentazioni false, ingannevoli, incomplete od ambigue del prodotto o del suo funzionamento e mirano ad evitare la delusione conseguente alla sperimentazione, da parte del bambino, di una non corrispondenza o inadeguatezza tra la realtà del prodotto e l'immagine che egli può essersene formato attraverso la pubblicità.

5) Norme che disciplinano la presenza del minore nei comunicati e la sua partecipazione all'azione pubblicitaria.

6) Norme che vietano gli appelli rivolti direttamente ai minori.

7) Norme che vietano di proporre al bambino motivazioni di acquisto, di

possessione, di consumo improprie, cioè non riferibili direttamente agli attributi intrinseci ed obiettivi del prodotto.

La caratteristica delle norme SACIS è la loro natura contrattuale, sicché l'osservanza dipende dal giudizio preventivo di conformità che il predisponente esprime sul messaggio pubblicitario che gli viene sottoposto⁸³. Se ciò da un lato semplifica di molto la questione dell'effettività delle regole poste dalla consociata RAI, dall'altro, non consente una puntuale e pubblica verifica dell'applicazione di esse, giacché, trattandosi di attività negoziale fra privati, si ha conoscenza solo dei casi più clamorosi di difformità⁸⁴.

13. IL CODICE DI AUTODISCIPLINA PUBBLICITARIA.

Stante la diretta applicazione delle norme SACIS, limitato interesse riveste, nei confronti della concessionaria del servizio pubblico, il CAP, il quale è indirizzato a tutti i soggetti coinvolti nell'attività pubblicitaria⁸⁵. L'art. 11 del CAP, il cui contenuto è assai simile alle disposizioni contrattuali prima descritte, dispone che:

« Una cura particolare deve essere posta nei messaggi che si rivolgono ai bambini e agli adolescenti o che possono essere da loro ricevuti.

Questi messaggi non devono contenere nulla che possa danneggiarli psichicamente, moralmente o fisicamente e non devono inoltre abusare della loro naturale credulità o mancanza di esperienza, o del loro senso di lealtà.

In particolare questa pubblicità non deve indurre a:

— violare norme di comportamento sociale generalmente accettate;

— compiere azioni od esporsi a situazioni pericolose;

— ritenere che il mancato possesso del prodotto pubblicizzato significhi inferiorità, oppure mancato assolvimento dei loro compiti da parte dei genitori;

— sollecitare altre persone all'acquisto del prodotto pubblicizzato.

L'impiego dei bambini e adolescenti in messaggi pubblicitari deve evitare ogni abuso dei naturali sentimenti degli adulti per i più giovani ».

⁸² Le si vedano raccolte in *La disciplina del contenuto della pubblicità in Italia*, in *Quaderno Sacis*, n. 4, 1985, p. 50.

⁸³ V. VIGNUDELLI, *Aspetti giurpubblicistici della comunicazione pubblicitaria*, Rimini, 1983, p. 159; FUSI, *La comunicazione pubblicitaria nei suoi aspetti giuridici*, cit., p. 304; nonché Id., *I contratti di pubblicità*, Milano, 1968, p. 194; ZACCARIA, *Radiotelevisione e Costituzione*, cit., p. 437.

⁸⁴ Ritene che l'intervento regolamentare della SACIS sia « assai discutibile » ZACCARIA, *Radiotelevisione e Costituzione*, cit., p. 218.

⁸⁵ V. FUSI, TESTA, *L'autodisciplina pubblicitaria in Italia*, Milano, 1983.

Le non molte decisioni fondate sull'articolo⁸⁶ non paiono sufficienti per affermare che esiste un indirizzo consolidato: così a fianco di decisioni che ritengono contrarie al CAP messaggi pubblicitari che tendono a esaltare i dolci e i dolciumi come sostitutivi dei cibi normali o a indurre i minori al consumo di bevande alcoliche, si ritengono corrette reclames nelle quali si propongono i minori impegnati in attività pericolose e comunque vietate dal codice della strada.

Ma, al di là di tali discordanti interpretazioni, il principale limite del CAP — come, del resto, di ogni sistema di autodisciplina — è la scarsa efficacia delle sue decisioni sia a impedire la prosecuzione di comportamenti in atto che a prevenire la ripetizione di altri, analoghi, futuri.

14. LA DISCIPLINA DELLA PUBBLICITÀ IN ALTRI PAESI.

In conclusione è interessante esaminare la legislazione che riguarda la pubblicità negli altri paesi europei e negli Stati Uniti⁸⁷. Spesso infatti, le differenze sono profonde e sono indice del diverso sentire del problema da parte dei vari ordinamenti.

Mentre Italia e Francia — ad esempio — includono nel pubblico tutelabile anche gli adolescenti (anche se, poi, il rigore di tale tutela è di fatto molto temperato), negli altri paesi ci si limita a tutelare i ragazzi fino all'età pre-puberale (peraltro solo il regolamento USA, che fissa un limite di 12 anni, e il regolamento olandese, che fissa un limite di 14 anni, fanno espresso riferimento al problema).

Anche nella diversificazione della tutela in rapporto agli orari di trasmissione esistono discordanze a livello di regolamentazione. La regolamentazione USA definisce come pubblicità rivolta ai bambini, e come tale soggetta, essa sola, alle speciali norme in materia, quella diffusa in particolari collocazioni orarie in particolare quella del sabato mattina e della domenica mattina, nelle quali vengono diffusi i programmi televisivi specificamente destinati ai bambini. Ciò comporta che quando i bambini sono esposti — e lo sono in maniera massiccia — alla restante pubblicità, essi non

godono di alcuna specifica protezione.

Diversa si presenta la situazione nei Paesi europei, dove tutta la pubblicità viene considerata potenzialmente in grado di raggiungere il pubblico minorile, almeno fino all'inizio dei programmi serali. Per esempio, in Olanda i prodotti dolciari a base di zucchero non sono ammessi prima delle 19.55; in Italia le bevande super alcoliche non lo sono prima delle 20.30; in Gran Bretagna i medicinali per bambini ed alcune particolari operazioni promozionali non lo sono prima delle 21.

Caso paradossale è quello della Germania Occidentale, dove la speciale configurazione organizzativa del servizio radiotelevisivo, fa sì che tutta la pubblicità televisiva venga a trovarsi concentrata tra le 18 e le 20 (ARD) e tra le 17.30 e le 19.30 (ZDF) e cioè in una collocazione oraria dove è ovviamente massimo il numero dei bambini in ascolto.

1) Norme che si propongono di evitare il prodursi di reazioni di spavento, ansia e raccapriccio.

Norme di questo tipo sono presenti, oltre che nel regolamento italiano, anche in quello britannico e in quello degli Stati Uniti.

Negli Stati Uniti la pubblicità non deve usare rappresentazioni che si presume possano provocare spavento o ansietà nei bambini.

In Gran Bretagna la pubblicità che contiene forme di presentazione che possono incutere paura deve essere assoggettata ad appropriate restrizioni per quanto riguarda la sua collocazione oraria.

2) Norme che vietano la rappresentazione di modelli di comportamento che siano in sé pericolosi o nocivi o che possano indurre ad abitudini dannose.

In Francia e in Germania Occidentale, i regolamenti si limitano, a questo proposito, a recepire le norme della Camera di Commercio Internazionale le quali prescrivono che la pubblicità non deve contenere nulla che possa rischiare di causare ai bambini un danno fisico.

⁸⁶ V. FUSI, TESTA, *L'autodisciplina pubblicitaria in Italia*, cit., p. 170 ss. Per altri casi v. DOGANA, *La tutela dei bambini nell'esperienza del Giurì di autodisciplina pubblicitaria*, in *Quando la pubblicità televisiva fa male ai bambini*, cit., p. 14.

⁸⁷ I diversi testi sono raccolti in appendice a *La pubblicità televisiva fa male ai bambini?*, cit., p. 77 ss.

Altre regolamentazioni sono, invece, più particolareggiate.

In Olanda, il regolamento prescrive che nella pubblicità alla quale partecipano i bambini non debbono essere mostrate azioni che genitori responsabili non permetterebbero consapevolmente ai loro figli, in relazione ai possibili danni fisici.

In Gran Bretagna nella pubblicità destinata ai bambini o che possa raggiungere un numero non trascurabile di bambini non devono essere pubblicizzati prodotti né essere usate forme di presentazioni pubblicitarie che possano danneggiarli fisicamente.

In USA i bambini non devono essere rappresentati, salvo che sotto l'attenta vigilanza degli adulti, in situazioni in cui sono a contatto con (o dimostrano l'uso di) prodotti potenzialmente pericolosi per loro.

Un'attenzione particolare è posta, in alcuni paesi, ai rischi connessi con abitudini alimentari sbagliate, o per la quantità (eccessi, smodatezza), o per lo squilibrio/mancanza di varietà nella dieta, ovvero, ancora, per l'uso di determinati prodotti come i dolciumi contenenti zucchero, che sono pericolosi soprattutto ai fini della salute dentale. Norme di questo genere sono presenti in Gran Bretagna, dove la pubblicità non deve incoraggiare il continuo consumo di dolci durante l'arco della giornata, né al momento di andare a letto; e dove la pubblicità per i prodotti di pasticceria e le merendine non deve suggerire che tali prodotti possano sostituire i normali pasti.

Negli Stati Uniti, la pubblicità per i prodotti alimentari deve essere conforme ai principi dietologici comunemente adottati e deve cercare di definire il giusto ruolo del prodotto pubblicizzato nel quadro di un regime alimentare equilibrato. In particolare i comunicati per prodotti come merendine, caramelle, gomme da masticare e bevande non devono suggerire o raccomandare un uso indiscriminato e smodato del prodotto.

In Olanda, nella pubblicità per prodotti dolciari contenenti zucchero, non si possono rappresentare persone di età inferiore ai 14 anni ed i messaggi relativi a questi prodotti devono essere trasmessi dopo le 19.55. Inoltre, i comunicati de-

vono contenere l'immagine di uno spazolino stilizzato.

3) Norme che vietano la rappresentazione di modelli di comportamento violenti, asociali, intolleranti, razzialmente e sessualmente discriminatori, specie se accompagnati da un giudizio, implicito o esplicito, di approvazione o di apprezzamento.

In questa area esiste tra i vari regolamenti una notevole discordanza: mentre alcuni si preoccupano di aspetti puramente formali o di « etichetta », come la buona educazione o le buone maniere (è il caso della Francia e della Gran Bretagna), altri si preoccupano di aspetti più sostanziali, legati a valori sociali rilevanti. Ad esempio in Olanda la pubblicità rivolta ai bambini non deve contenere né suggerire nulla che possa intaccare l'autorità dei genitori e di altri educatori; in Germania si vieta di rappresentare o fare apparire come degne di essere imitate o approvate azioni criminose; negli USA la pubblicità non deve rappresentare atteggiamenti e comportamenti contrastanti con i valori sociali e i costumi generalmente riconosciuti.

4) Norme che vietano le rappresentazioni false, ingannevoli, incomplete od ambigue del prodotto o del suo funzionamento.

In Francia, deve essere evitata ogni confusione per quanto concerne il contenuto delle confezioni di giochi, e i giocattoli devono essere mostrati in una situazione di gioco reale.

In Gran Bretagna, norme analoghe prescrivono che nella pubblicità per i giocattoli, i giochi e altri prodotti che possono interessare i bambini, la dimensione del prodotto deve essere facilmente valutabile mediante l'accostamento del prodotto a qualche oggetto presumibilmente già noto al bambino. Inoltre in ogni dimostrazione di funzionamento deve risultare chiaro se il giocattolo si muove meccanicamente o manualmente.

Simili, ma più minuziose, le disposizioni negli Stati Uniti, in base alle quali tra l'altro non si deve esagerare o distorcere il valore ludico del giocattolo, non si devono usare tecniche di produzione audiovisiva che ne falsifichino l'aspetto ed il funzionamento, ed ogni rappresentazione del giocattolo ed ogni dimostrazione delle sue presentazioni deve essere li-

mitata a ciò che ragionevolmente un bambino è in grado di riprodurre.

5) Norme che disciplinano la presenza del bambino nei comunicati e la sua partecipazione all'azione pubblicitaria.

Nella regolamentazione francese è addirittura vietato l'uso del bambino come « prescrittore » del prodotto: in particolare il bambino non deve invitare all'acquisto o al consumo, né citare il nome del prodotto o della ditta o altri elementi della campagna pubblicitaria.

Non c'è traccia di una disposizione di questo genere nei regolamenti olandese e statunitense. In Gran Bretagna ed in Germania Occidentale, invece, questo tipo di normativa esiste, ma in forma più attenuata e circostanziata. In particolare, in Gran Bretagna i bambini possono essere « prescrittori », anche se solo per prodotti da loro acquistabili direttamente. Inoltre i bambini non possono fare commenti su caratteristiche del prodotto che siano estranee alle loro dirette conoscenze. In Germania Occidentale la norma è ancora più permissiva, giacché si limita ad esigere che i modi di espressione del bambino non risultino artificiosi e contraffatti.

6) Norme che vietano gli appelli rivolti direttamente al bambino.

Esistono sia negli Stati Uniti che in Germania, mentre in Francia, in Gran Bretagna e in Olanda.

In tutti i regolamenti, invece, è presente il divieto di invitare il bambino a premere sui genitori/adulti perché questi acquistino il prodotto o glielo procurino.

7) Norme che vietano o limitano il ricorso a personaggi reali o di fantasia in grado di fungere da garanti del prodotto e, quindi, lo sfruttamento della popolarità e dell'ascendente di cui essi godono presso i bambini.

In Francia, nella pubblicità per giochi e giocattoli, il patrocinio o l'intervento di celebrità o di *vedettes* non sono ammessi se rischiano di creare nel bambino una confusione tra il gioco e la realtà.

In Germania, la pubblicità non deve sfruttare o abusare della speciale fiducia che i bambini accordano a certe persone: siano esse figure autorevoli (genitori e maestre), siano personaggi famosi (attori, cantanti, campioni sportivi).

In Gran Bretagna non possono essere utilizzati personaggi dei programmi in

cartoni animati o pupazzi trasmessi nei programmi televisivi destinati ai bambini, per raccomandare prodotti di speciale interesse per i bambini. Anche negli Stati Uniti l'uso di figure autorevoli o di celebrità della vita reale come presentatori del prodotto non deve includere la loro personale testimonianza ed avallo, e, inoltre, nessun personaggio, vivo o animato, che partecipi a programmi per bambini deve essere utilizzato come portatore di messaggi pubblicitari in collocazioni pubblicitarie interne o adiacenti a programmi nei quali il personaggio stesso regolarmente appare.

8) Norme che vietano di proporre al bambino motivazioni di acquisto, di possesso e di consumo improprie, cioè non riferibili direttamente agli attributi intrinseci ed obiettivi dei prodotti.

Norme di questo genere sono presenti in tutte le regolamentazioni considerate con l'unica eccezione della Germania Occidentale, ed appaiono in generale modellate sul testo della regolamentazione britannica che è servito un po' da prototipo anche per le altre.