



VIETATO NON VIETATO

Indagine nazionale sull'accesso dei minori ad

alcol, fumo, videogiochi non adatti ai minori, giochi con vincita in denaro, pornografia

Claudio Barbaranelli, Roberta Fida, Valerio Ghezzi

Centro Interuniversitario per la Ricerca sulla Genesi e sullo sviluppo delle Motivazioni Prosociali e Antisociali

Dipartimento di Psicologia

Sapienza Università di Roma

Gli obiettivi della ricerca

La ricerca i cui risultati vengono illustrati nel volume “Vietato Non Vietato” nasce dall’esigenza di sapere di più in merito ad alcuni comportamenti dei minorenni sui quali agiscono divieti, limitazioni o raccomandazioni. Sono quei comportamenti come fumare e acquistare sigarette, bere e acquistare bevande alcoliche, acquistare e giocare a videogame non adatti ai minori, giocare a giochi che comportano una vincita in denaro, acquistare e vedere materiale pornografico.

A fronte di divieti ai minori o raccomandazioni vigenti nelle suddette aree, è interessante chiedersi quanto i minorenni conoscano questi divieti e queste raccomandazioni, e quale è l’effettiva diffusione di tali comportamenti nei minorenni. E’ importante inoltre indagare quali fattori si associano ai comportamenti “vietati” messi in atto: fattori individuali come le capacità del minore di autoregolare il proprio comportamento, fattori relazionali legati al rapporto con i pari, fattori familiari legati al rapporto con i genitori e alle regole che governano la vita in famiglia, fattori legati alle attività abitualmente condotte dal minore, fattori infine legati alle responsabilità di chi vende prodotti o servizi riguardo all’applicazione dei divieti ai minori.

Quanto il comportamento “vietato” messo in atto dal minore dipende da una scarsa conoscenza del divieto? O da una bassa capacità di autocontrollo del minore stesso? O da uno scarso controllo sociale operato dalle agenzie di socializzazione? O piuttosto le forme di “regolazione” che i fornitori di beni e servizi vietati o non adatti ai minori dovrebbero attuare vengono di fatto messe in

atto in modo non efficace, consentendo quindi l'accesso dei minori a beni, servizi, e prodotti non adatti alla loro età e pertanto vietati ?

Scopo della ricerca di cui presentiamo i risultati è dunque quello di monitorare il rispetto e l'efficacia dei divieti ai minori nelle aree specificate sopra, e di individuare i fattori che possono facilitare l'efficacia di tali proibizioni e i fattori che invece la minano.

Gli aspetti metodologici

Per la rilevazione dei dati è stato utilizzato un questionario di circa 200 item che si articola in 11 differenti sezioni nelle quali vengono monitorati gli interessi e le attività svolte dai minori, i comportamenti e le abitudini relative alle cinque aree oggetto di indagine, le relazioni con genitori e con i familiari, le amicizie, le informazioni di carattere socio-demografico. La popolazione che ha interessato la nostra ricerca è costituita dagli studenti delle scuole medie inferiori e superiori di età compresa tra gli 11 e i 18 anni. Il campione della ricerca è stato individuato grazie alla collaborazione del Ministero dell'Istruzione in modo tale da garantire la rappresentatività degli alunni rispetto alla popolazione italiana in età scolare tra gli 11 e i 18 anni, considerando la zona geografica, l'ampiezza del centro abitato, l'ordine e il tipo di scuola. Alla ricerca hanno aderito 51 scuole medie inferiori e 51 scuole medie superiori, per un totale di 2075 studenti (51% femmine). 1029 studenti provengono dalle scuole medie inferiori mentre 1046 frequentano le scuole medie superiori. L'età media è di 14,4 anni. Il 21,8% degli studenti vive in regioni del Nord-Ovest, il 13,1% del Nord-Est, il 19,9% vive nel Centro Italia, il 36,4% nel sud Italia, il 9,5% nelle isole.

I risultati in sintesi

Nella presentazione della ricerca mostreremo i risultati separatamente per tipo di scuola frequentata (Scuola Media vs. Scuola Superiore), distinguendo ulteriormente, nella scuola superiore, tra maggiori e minori di 16 anni per quegli ambiti (fumo e alcol) sui quali agisce un divieto ai minori di 16 anni.

Fumare e acquistare sigarette sono comportamenti abbastanza comuni: la maggior parte dei ragazzi che frequentano la scuola media non ha mai fumato mentre nelle scuole superiori oltre il 60% dei ragazzi ha fumato almeno una volta.

Se si considera il comportamento dell'ultimo mese precedente alla ricerca, fumare sigarette è un'abitudine che riguarda una percentuale piuttosto bassa di ragazzi delle scuole medie (circa il 7% del totale dei ragazzi delle medie). Tale percentuale raggiunge il 22% circa dei minori di 16 anni delle

scuole superiori, e il 34% circa dei ragazzi delle scuole superiori tra i 16 e i 18 anni. Sono le ragazze a fumare di più se si considerano le fasce di età più grandi, mentre i maschi fumano più delle ragazze alla scuola media.

Figura 1. Hai mai fumato una sigaretta ?

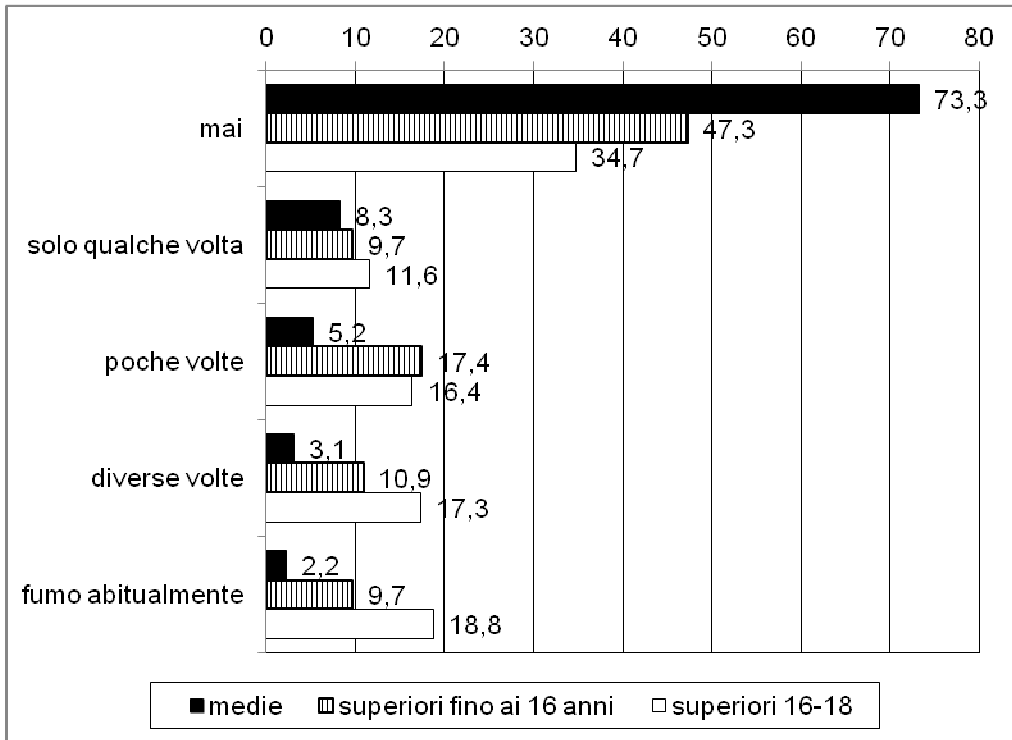
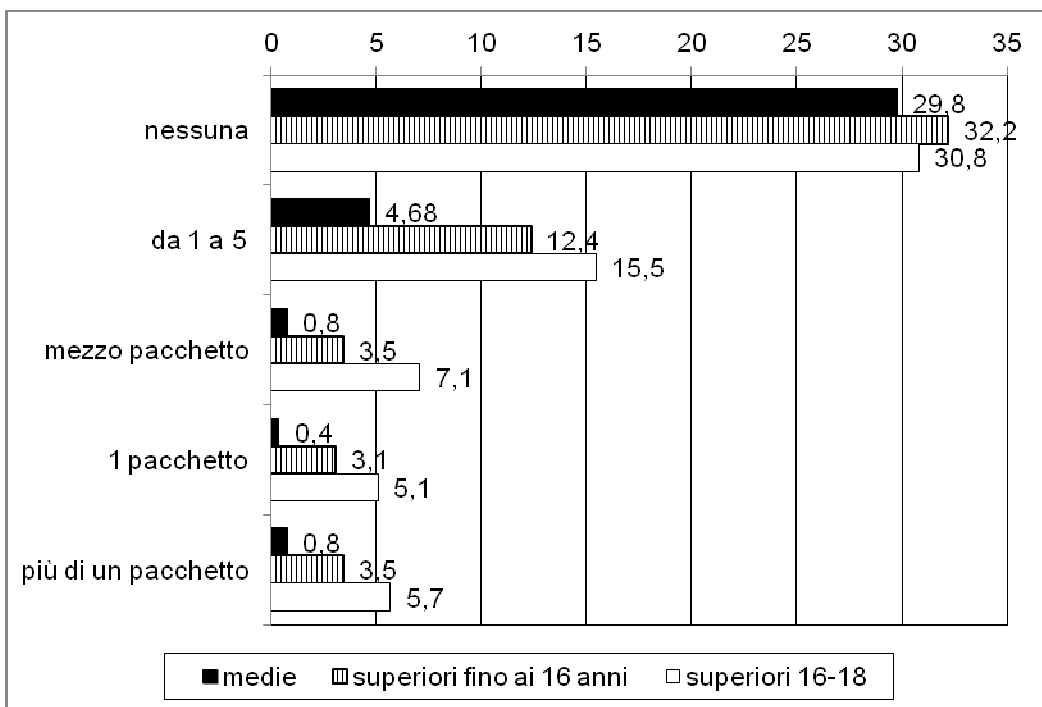
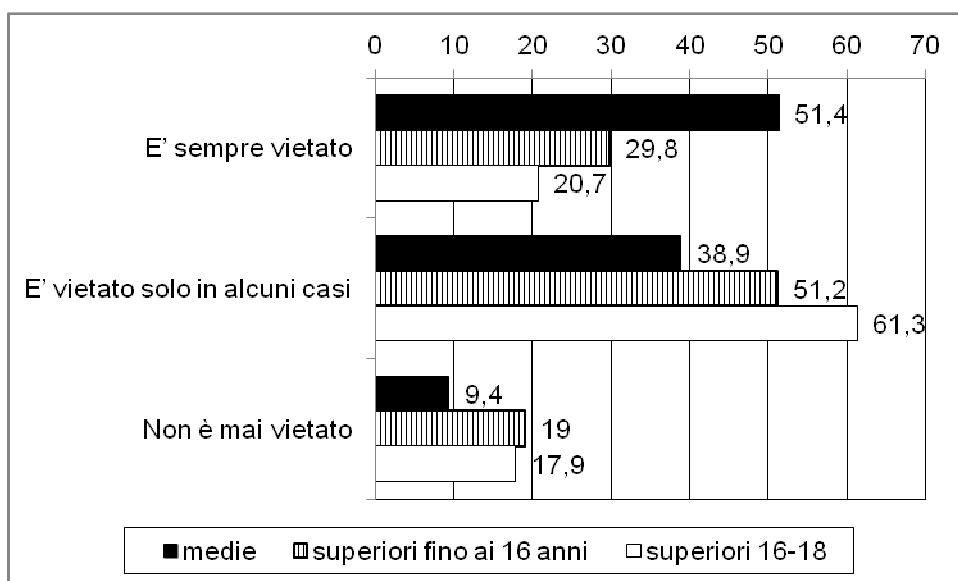


Figura 2. Durante l'ultimo mese, quante sigarette hai fumato al giorno?



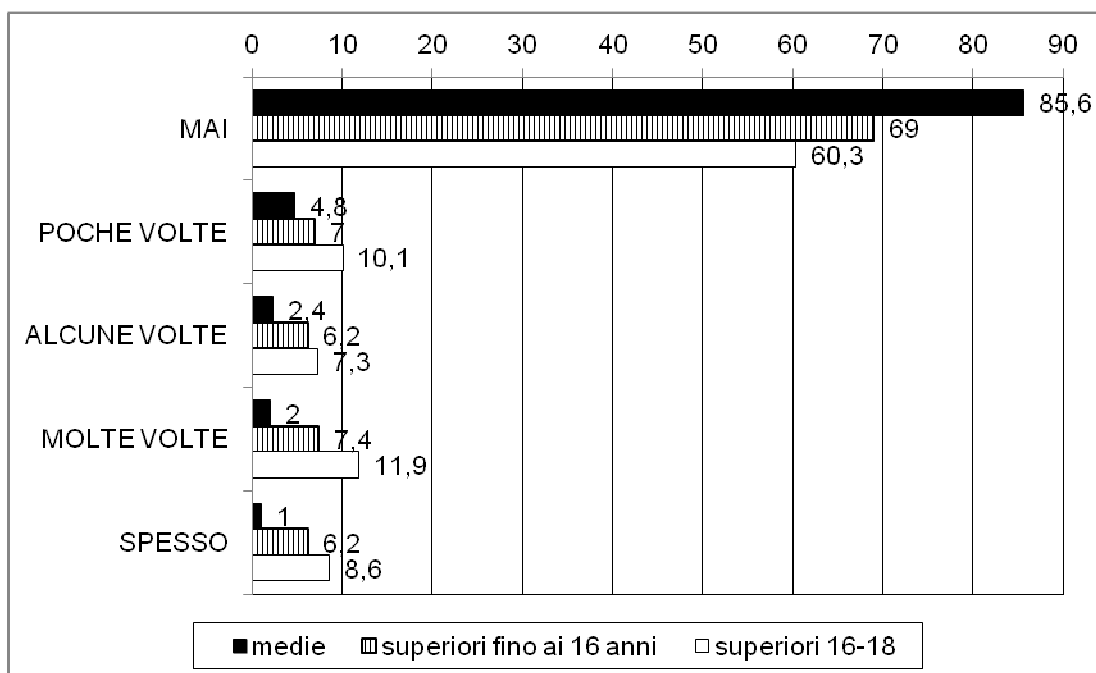
Generalmente si è a conoscenza dei divieti imposti su tali comportamenti, e la conoscenza di tali divieti sembra agire, anche se debolmente, da elemento di contrasto dei comportamenti di fumo.

Figura 3. Conoscenza dei divieti. Fumare....



La percentuale di rispondenti che dichiara di aver acquistato sigarette nell'ultimo anno è piuttosto bassa per i più giovani, ma più alta per i più grandi, passando da circa il 10%, a circa il 40%. Chi acquista sigarette lo fa soprattutto in tabaccheria. Spesso nei punti vendita non vengono trovate indicazioni relative al divieto sul fumo, e altrettanto spesso il personale di vendita non verifica l'età di chi acquista.

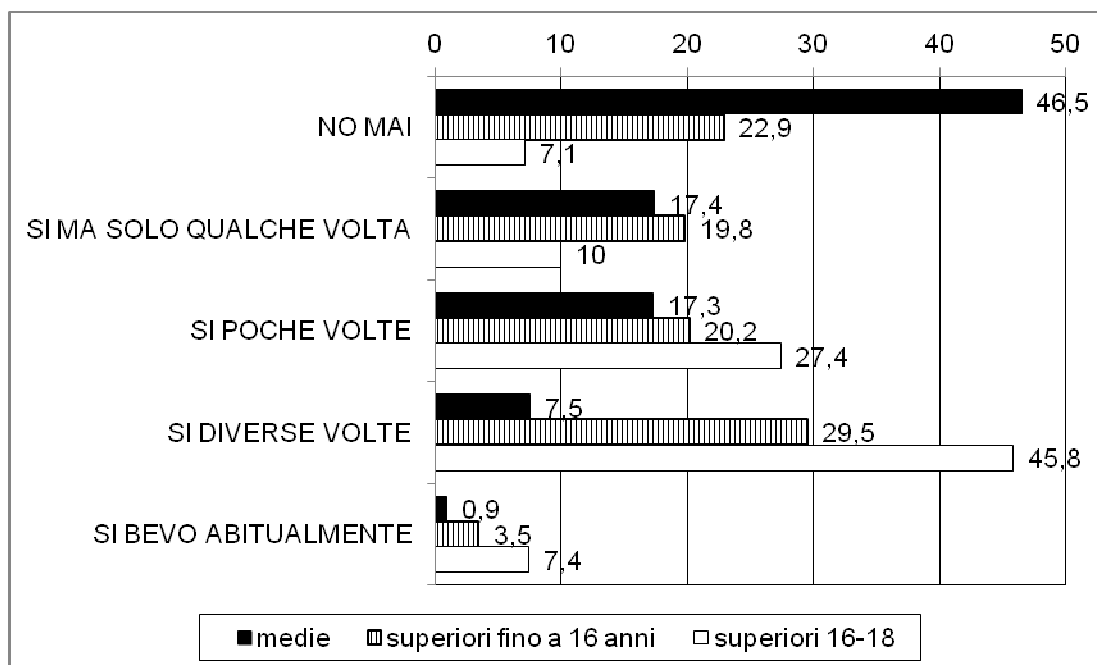
Figura 4. Con quale frequenza nell'ultimo anno ti è capitato di comprare un pacchetto di sigarette per te e non per un adulto ?



Le variabili che sembrano maggiormente connesse con i comportamenti di fumo e di acquisto di sigarette sono quelle legate al rapporto con i pari: i ragazzi che fumano o acquistano sigarette sono amici solitamente di ragazzi che a loro volta fumano. Non sembra particolarmente rilevante invece avere altre persone in famiglia che fumano, mentre è importante (soprattutto per i più grandi) l'approvazione del comportamento da parte dei genitori. Il più importante fattore di protezione risiede nella capacità dell'adolescente di resistere alle pressioni che i pari esercitano su di lui/lei per fumare o per mettere in atto altre trasgressioni. Per una migliore azione di contrasto del comportamento di fumo, inoltre, è importante che i genitori dei ragazzi (soprattutto dei più piccoli) non siano eccessivamente permissivi relativamente a quanto e come i loro ragazzi possono stare fuori casa. Infine, fumare e acquistare sigarette si associano anche alla messa in atto di altri comportamenti "trasgressivi" o vietati, in particolare al consumo di alcolici.

Bere e acquistare bevande alcoliche sono comportamenti molto diffusi tra i minori, soprattutto il primo. La percentuale di rispondenti che dichiara di non aver mai bevuto alcolici è alta nelle medie ma tende decisamente a decrescere fino ad arrivare al 7% per chi ha un'età compresa tra i 16 e 18 anni. Nella scuola media questi comportamenti sono messi in atto soprattutto dai maschi, mentre nelle superiori femmine e maschi si equivalgono sostanzialmente.

Figura 5. Hai mai bevuto un bicchiere di birra, vino o alcolici ?

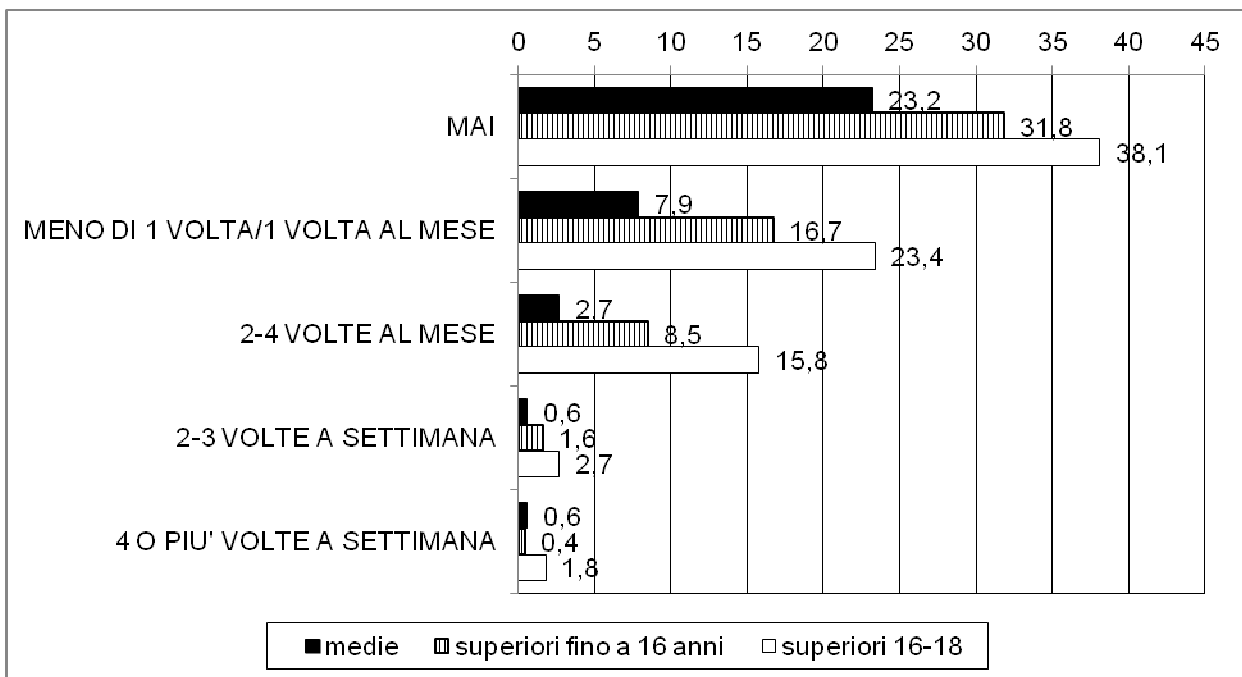


I rispondenti che dichiarano di *aver bevuto alcolici negli ultimi 2 mesi* prima della ricerca sono circa il 60% degli studenti delle medie che almeno una volta nella loro vita hanno bevuto alcolici, mentre sono circa il 78% per gli studenti delle superiori e che almeno una volta nella loro vita

hanno bevuto alcolici.

L'età media della "prima bevuta" è pari a 11 anni per i rispondenti delle medie, a 13 e a 14 anni rispettivamente per i ragazzi delle superiori che hanno meno di 16 anni, per quelli che hanno tra i 16 e i 18 anni. Considerando la frequenza con cui si è bevuto *eccessivamente* nell'ultimo anno, sono soprattutto i ragazzi più grandi delle superiori a bere di più. La percentuale di quanti dicono di non aver mai bevuto 6 o più bicchieri negli ultimi mesi è invece decisamente più bassa quando si considerano i ragazzi delle scuole medie.

Figura 6. Con quale frequenza nell'ultimo anno ti è capitato di bere sei o più bicchieri di bevande alcoliche in un'unica occasione ?



Complessivamente oltre l'80% dei rispondenti è consapevole dell'esistenza di una qualche forma di divieto sull'acquisto di alcol e questo agisce (anche se debolmente) come fattore di protezione.

Chi acquista bevande alcoliche lo fa soprattutto al bar o al supermercato, mentre l'acquisto in locali è molto diffuso soprattutto tra i ragazzi maggiori di 16 anni. La percentuale di rispondenti che dichiara di non aver mai acquistato bevande alcoliche per il proprio uso nell'ultimo anno è molto alta per i più giovani, ma decisamente più bassa per i ragazzi più grandi. E' interessante notare che circa il 35% dei ragazzi delle superiori che hanno meno di 16 anni ha acquistato bevande alcoliche almeno una volta nell'ultimo anno, mettendo in atto così un comportamento che è vietato. Se tale comportamento si è reso possibile, è anche perché spesso nei punti vendita non vengono trovate indicazioni relative ai divieti sulla vendita e il consumo di alcool, e perché altrettanto spesso il personale di vendita non verifica l'età di chi acquista.

Figura 7. Conoscenza dei divieti. Acquistare bevande alcoliche.....

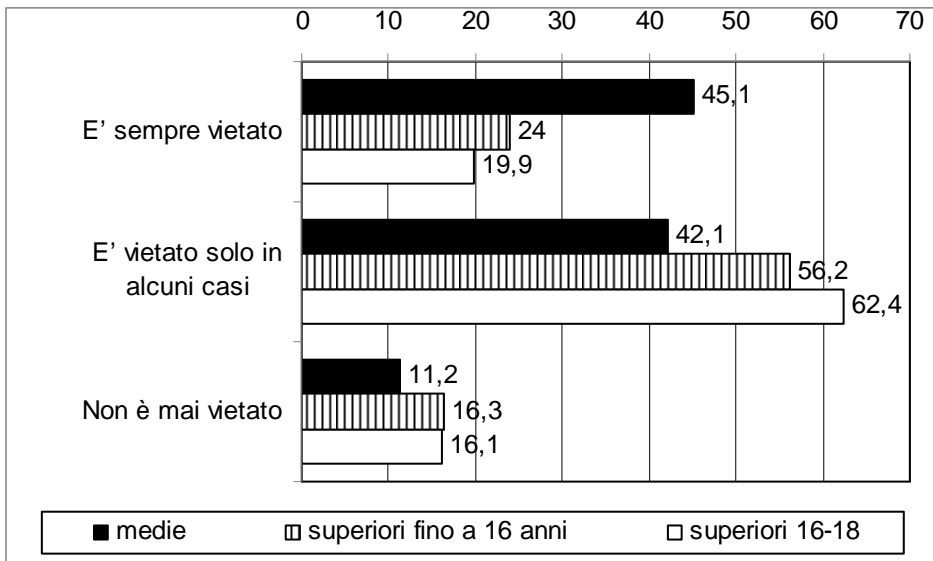
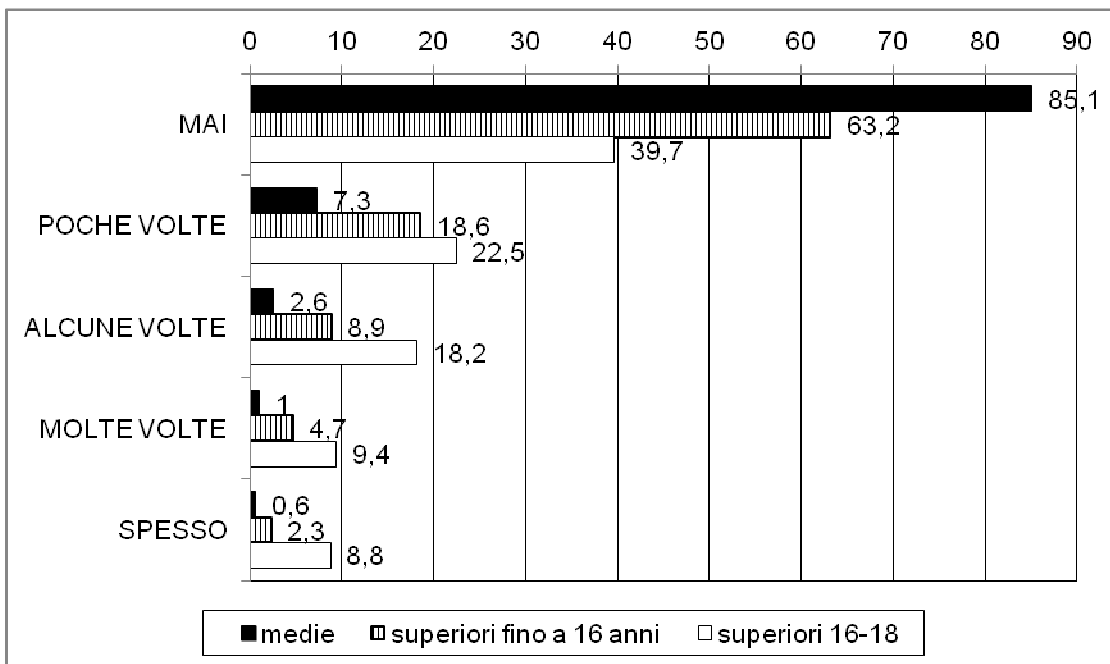


Figura 8. Con quale frequenza nell'ultimo anno ti è capitato di acquistare birra, vino o altre bevande alcoliche per te e NON per un adulto ?



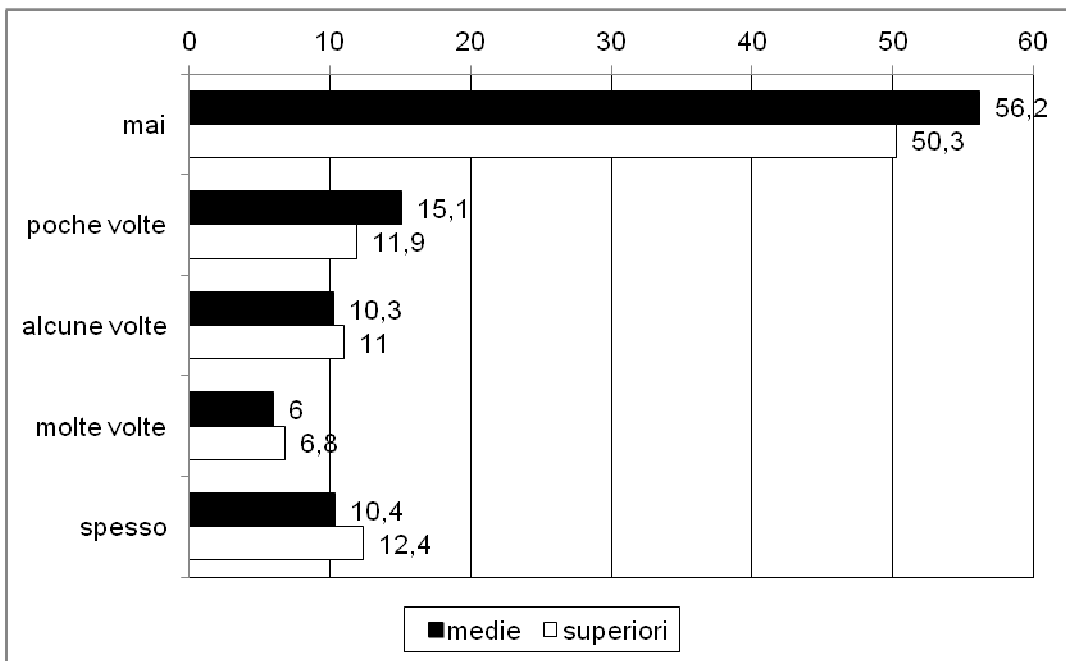
Le variabili che sembrano maggiormente connesse con il bere e acquistare alcolici sono quelle legate al rapporto con i pari: i ragazzi che bevono o acquistano alcolici sono amici solitamente di ragazzi che a loro volta bevono. Come per il fumo, il più importante fattore di protezione risiede nella capacità dell'adolescente di resistere alle pressioni che i pari esercitano su di lui/lei per bere alcolici o per mettere in atto altre trasgressioni. Anche in questo caso, inoltre, un altro importante fattore di protezione è rappresentato dalla chiarezza delle regole che vigono in famiglia, mentre ricevere l'approvazione del comportamento di acquisto da parte dei genitori è un importante fattore

di rischio. Non sembra particolarmente rilevante invece avere altre persone in famiglia che bevono alcolici. Infine, bere o acquistare alcolici si associa anche alla messa in atto di altri comportamenti “trasgressivi” o vietati, in particolare fumare e acquistare sigarette.

Acquistare e giocare a videogame non adatti ai minori sono comportamenti piuttosto diffusi tra i minori, il secondo più del primo. Questi comportamenti sono messi in atto soprattutto dai maschi. E’ bene ricordare che in Italia i giochi contrassegnati dall’etichetta “18” sono definiti come “Adatti alla maggiore età” ma non ne è vietata la vendita ai minori di 18 anni.

I ragazzi che hanno giocato a videogiochi non adatti ai minori sono il 40% circa nelle medie, e il 50% circa nelle superiori. Per un gruppo di rispondenti non trascurabile (circa il 16% nelle medie, circa il 20% nelle superiori) giocare a giochi non adatti ai minori è decisamente un’abitudine.

Figura 9. Con quale frequenza nell'ultimo anno ti è capitato di giocare a videogiochi non adatti ai minori di 18 anni ?



E’ molto alta la percentuale di ragazzi che ritengono che non vi sia alcuna raccomandazione sull’acquisto di videogame: il 71% nelle medie e il 74% nelle superiori. Verosimilmente il fatto che su questo comportamento non agisca un vero e proprio divieto può facilitare tale percezione.

Figura 10. Conoscenza delle raccomandazioni. Acquistare videogiochi....

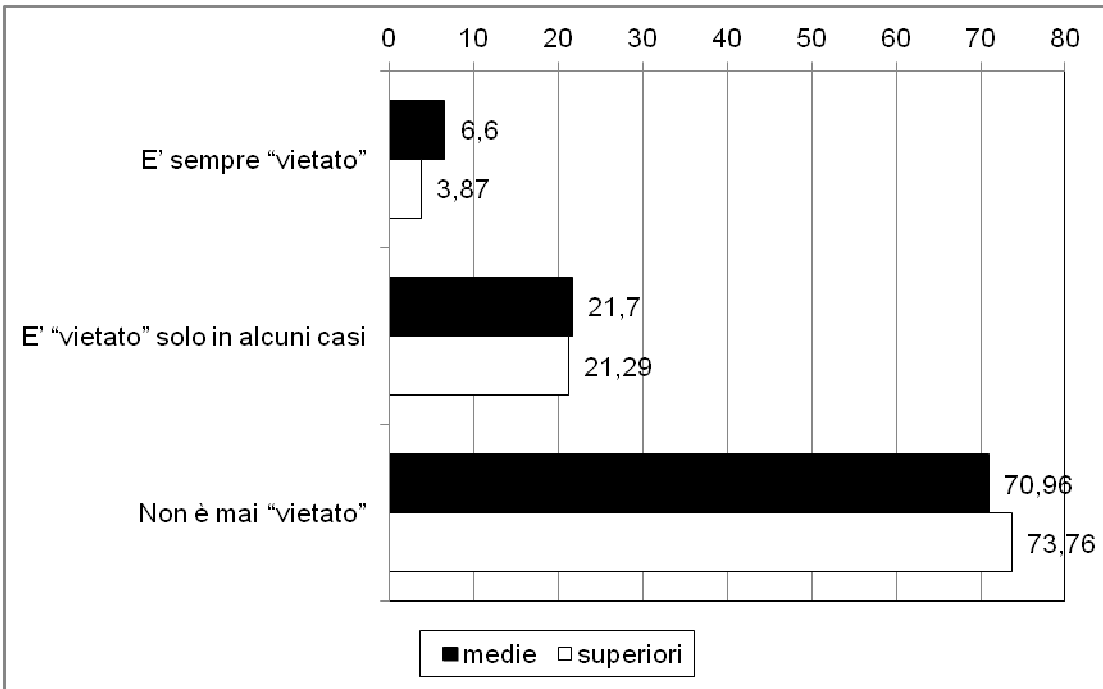
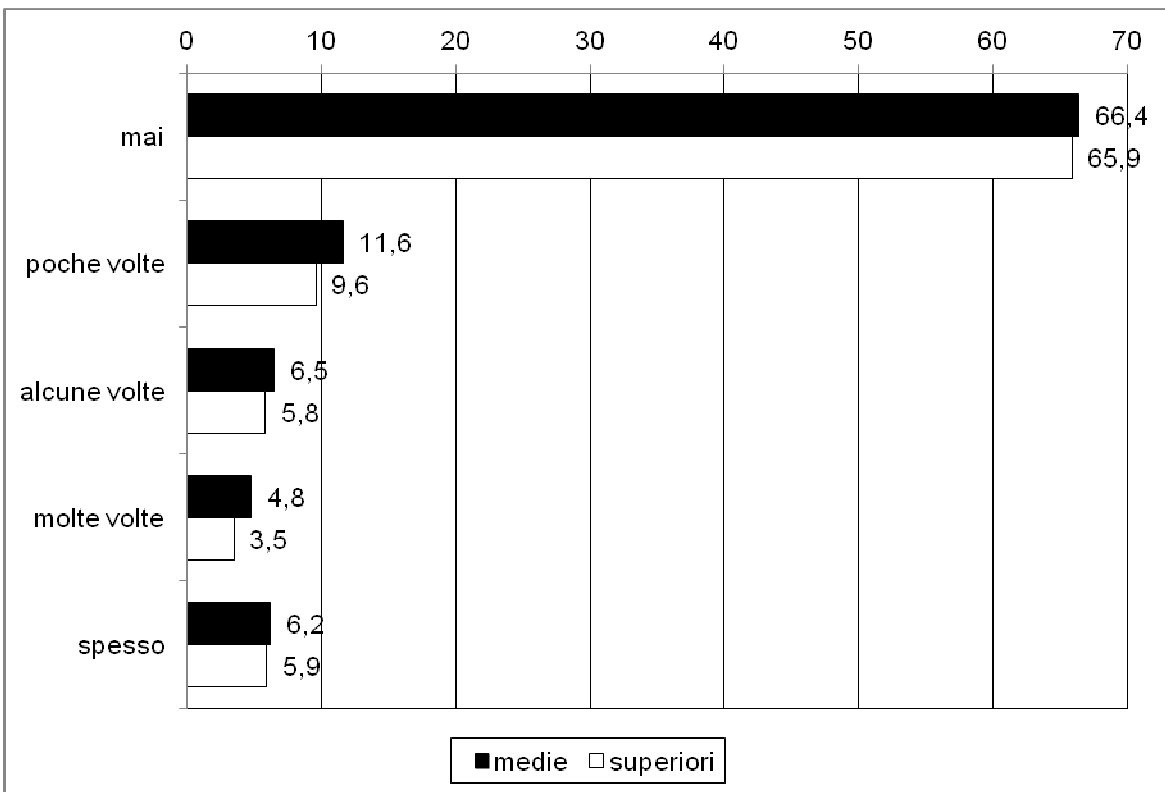


Figura 11. Con quale frequenza nell'ultimo anno ti è capitato di acquistare videogiochi non adatti ai minori di 18 anni ?



Chi gioca lo fa soprattutto a casa propria o a casa di amici, mentre chi compra lo fa soprattutto in negozi di giochi. La maggioranza dei rispondenti non ha mai acquistato videogiochi non adatti ai minori (66% circa sia alle medie sia alle superiori). Una percentuale tra il 15% e il 20% ha

acquistato tali giochi alcune o poche volte, mentre per un gruppo di rispondenti non trascurabile (circa l'11% nelle medie, circa il 9% nelle superiori) acquistare tali giochi risulta un comportamento molto frequente.

Raramente nei punti giochi vengono trovate indicazioni relative alle raccomandazioni sui giochi, e raramente il personale di vendita verifica l'età di chi compra i giochi: in questo caso si tratta di comportamenti ai quali i rivenditori non sono obbligati per legge, né ovviamente è prevista una sanzione se non vengono messi in atto.

Le variabili che sembrano maggiormente connesse con l'acquistare e il giocare a videogames non adatti ai minori sono quelle legate al rapporto con i pari: i ragazzi che acquistano o giocano a videogiochi non adatti ai minori sono amici solitamente di ragazzi che a loro lo fanno. I genitori d'altro canto troppo spesso approvano il gioco o l'acquisto di giochi non adatti ai minori, e poco spesso ostacolano tali comportamenti. Tale approvazione è fortemente connessa con il comportamento di gioco e di acquisto di videogiochi non adatti ai minori. Infine, chi acquista o gioca a videogiochi non adatti ai minori tende anche a metter in atto altri comportamenti "trasgressivi" o vietati, tra questi il consumo di bevande alcoliche soprattutto per i ragazzi di scuola media, e la visione di materiale pornografico anche nelle scuole superiori.

Molti adolescenti hanno giocato almeno una volta nel corso degli ultimi 12 mesi ad almeno un **gioco con vincita in denaro**. La maggior parte, tuttavia, lo ha fatto per 1-2 volte, giocando a uno o al massimo due giochi diversi. La situazione più tipica, a questo riguardo, è quella di chi in un anno solare gioca una o due volte a quei giochi che fino al 31 Dicembre del 2010 non erano vietati. Mentre ai giochi "non vietati" fino a tale data ha infatti giocato il 65% dei ragazzi delle medie e il 69% dei ragazzi delle superiori, ai giochi che anche prima del 31/12/2010 erano sottoposti a divieto ai minori ha giocato una percentuale decisamente più bassa (il 26% alle medie e il 34% alle superiori).

La percentuale più bassa di minori che hanno giocato ai giochi che erano già vietati è verosimilmente una prova dell'efficacia del divieto che era vigente. Questa percentuale tuttavia non è bassissima, a riprova, invece, della *non completa* efficacia di tale divieto.

Una percentuale molto marginale di ragazzi (inferiore all'1% del campione) sembra giocare in modo eccessivo.

E' molto alta la percentuale di ragazzi e ragazze che sono consapevoli di divieti e limitazioni al gioco con vincita in denaro, nonostante l'introduzione recente del divieto. Tale conoscenza ha una debole influenza nel proteggere dal gioco, ma solo per i ragazzi più grandi. Verosimilmente questo

dipende dal fatto che spesso nei punti vendita non vengono trovate indicazioni relative ai divieti sul gioco e raramente il personale di vendita verifica l'età di chi gioca.

Figura 12. Quante volte ti è capitato di giocare a "giochi con vincita in denaro" negli ultimi 12 mesi?

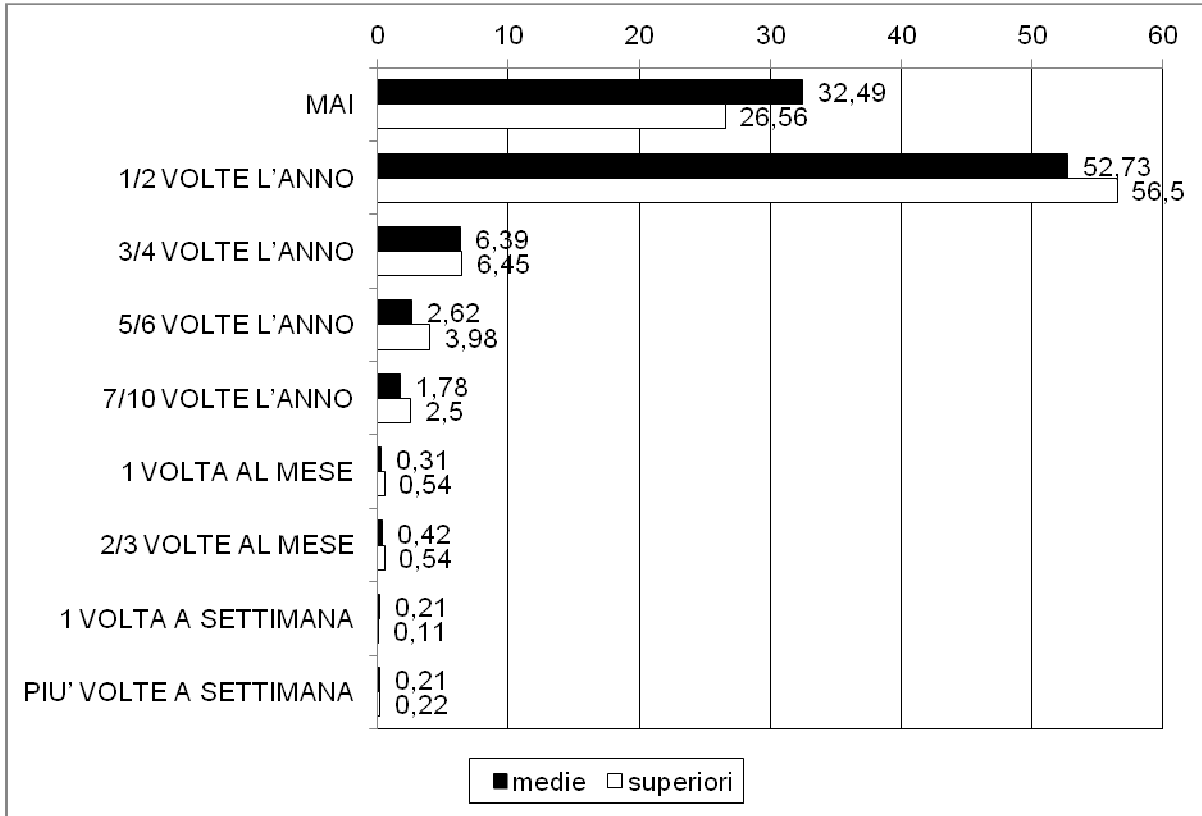


Figura 13. Percentuale di soggetti che hanno giocato a...

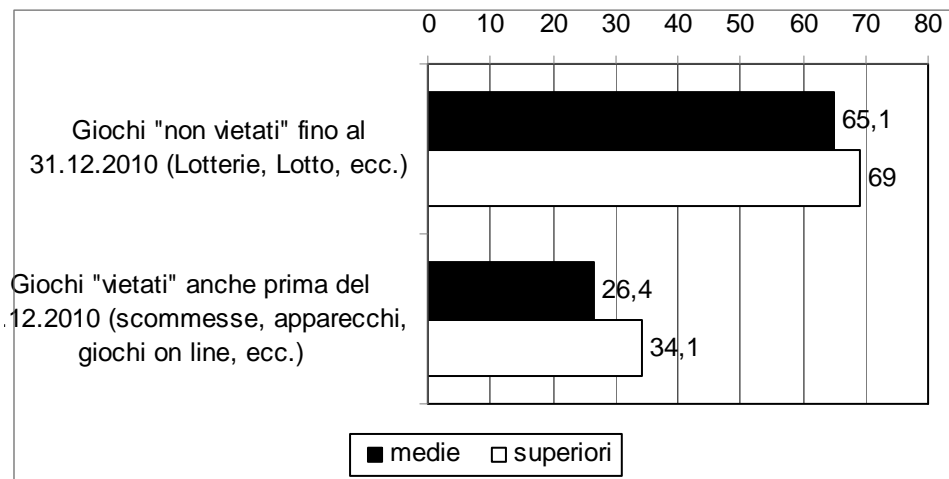
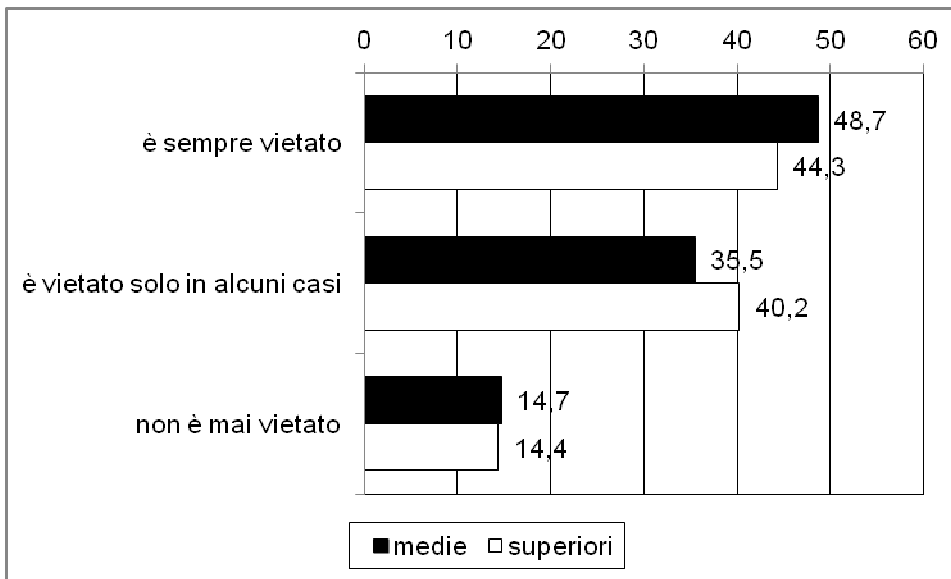


Figura 14. Conoscenza dei divieti. Giocare a giochi con vincita in denaro...



Le variabili che sembrano maggiormente connesse con i comportamenti in esame sono quelle legate al rapporto con i pari: i ragazzi che giocano a giochi con vincita in denaro sono amici solitamente di ragazzi che a loro volta giocano. Ugualmente importante è l'approvazione attesa del comportamento di gioco da parte dei genitori o di altre figure rilevanti. Non sembra invece esserci alcuna relazione saliente tra le abitudini di gioco in famiglia e quelle dei minori. Infine, anche nel caso del gioco con vincita in denaro si assiste ad una associazione significativa (anche se moderata) con la messa in atto di altri comportamenti "trasgressivi" o vietati, ed in particolare il consumo di materiale pornografico.

La visione e l'acquisto di materiale pornografico rappresentano comportamenti moderatamente diffusi tra i minori. La percentuale di rispondenti che infatti dichiara di non aver mai letto o guardato materiale pornografico negli ultimi 12 mesi è molto alta, e supera l'80% sia nelle medie sia nelle superiori. Questi comportamenti sono messi in atto soprattutto dai maschi.

Anche la percentuale di rispondenti che dichiara di non aver guardato film o video pornografici negli ultimi 2 mesi è molto alta, essendo pari al 71% nelle medie e al 64% circa nelle superiori.

I film o i video pornografici vengono visti soprattutto sul computer, a casa propria o fuori casa, e su internet dal proprio cellulare.

Spesso i ragazzi non sono a conoscenza della presenza, sui computer dai quali si collegano per navigare su internet, di dispositivi che non consentono l'accesso ad alcuni siti. Questo vale anche per il "parental control" sui canali della TV, a riprova del fatto che tali i dispositivi di controllo, sia sul computer sia sulla TV, raramente vengono attivati.

Figura 15. Negli ultimi dodici mesi, hai letto o guardato riviste o giornalini pornografici ?

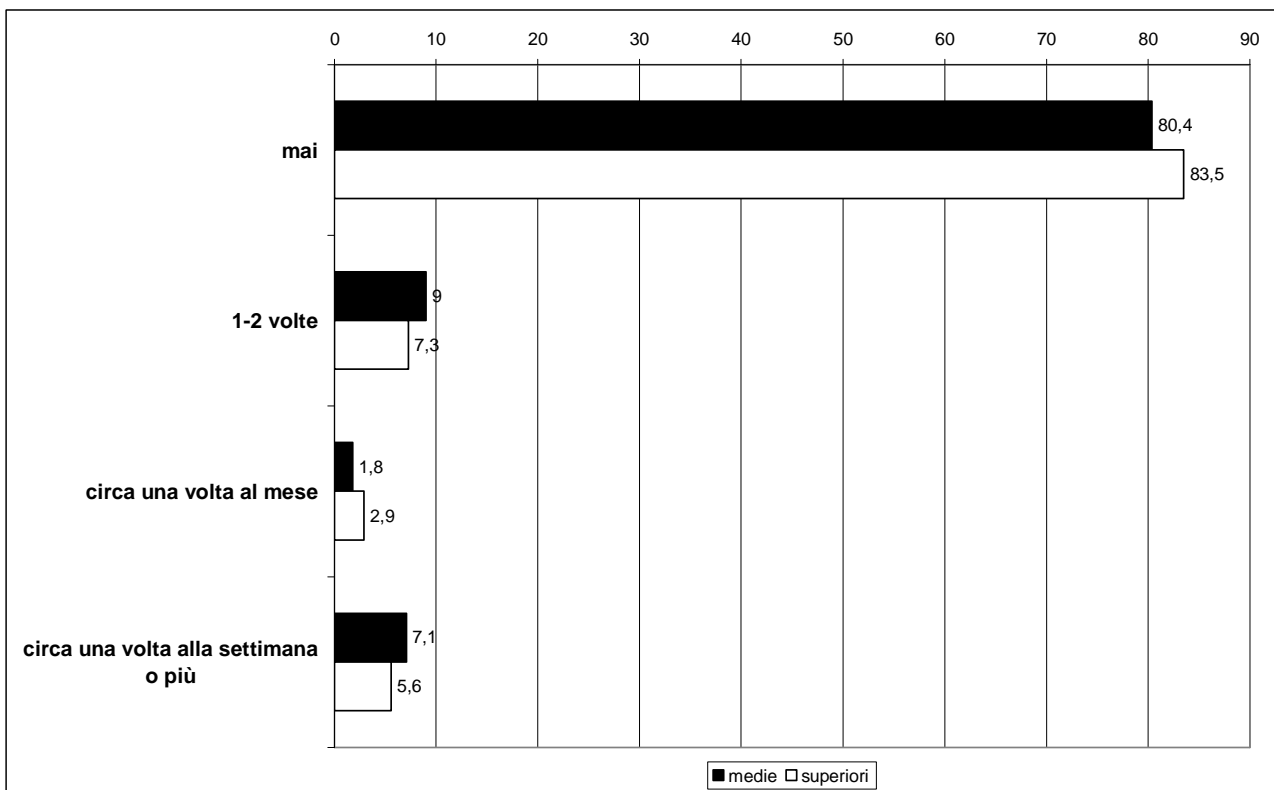
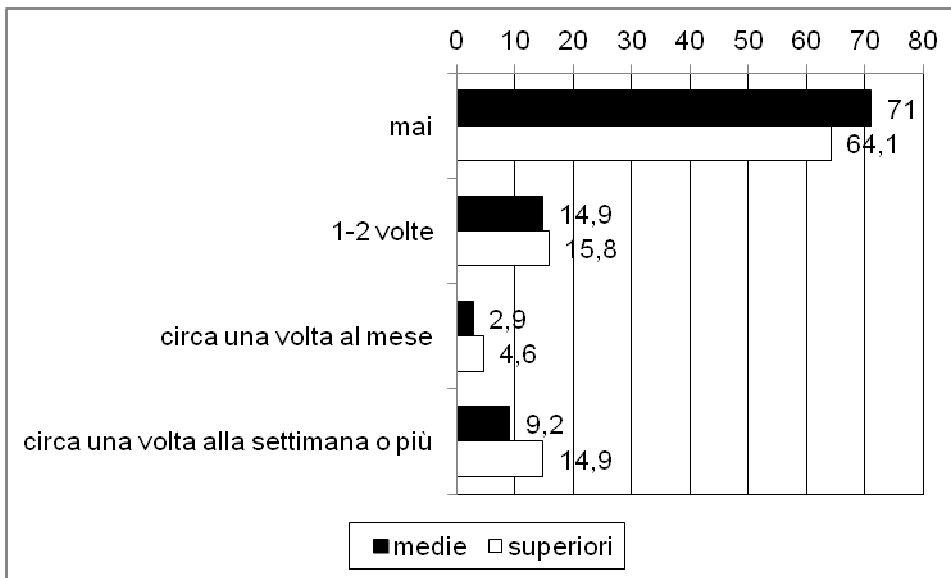


Figura 16. Negli ultimi dodici mesi, hai guardato film o video pornografici ?



Generalmente si è a conoscenza dei divieti sulla pornografia, ma una parte significativa di rispondenti non li conosce. La conoscenza del divieto inoltre rappresenta un rilevante fattore di protezione che ostacola l'acquisto del materiale pornografico.

Figura 17. Dove hai visto film o video pornografici (era possibile fornire più di una risposta)

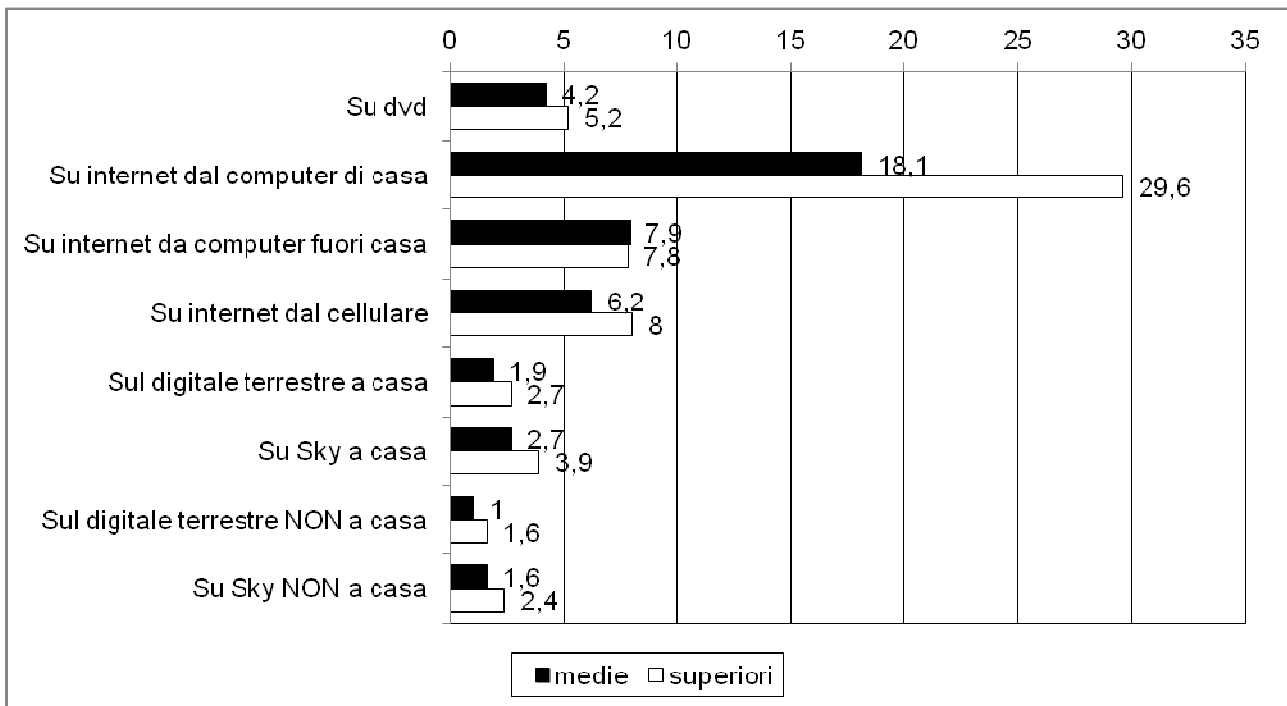
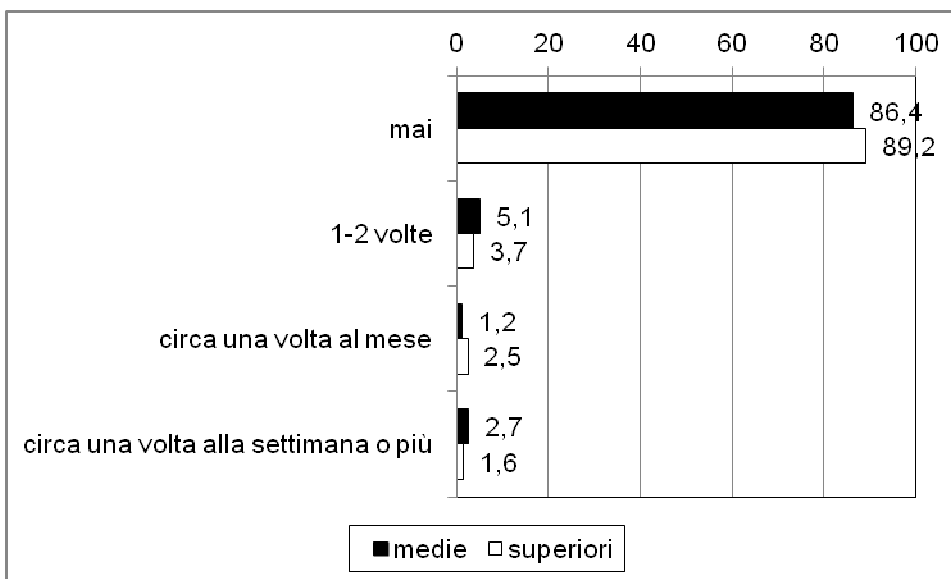
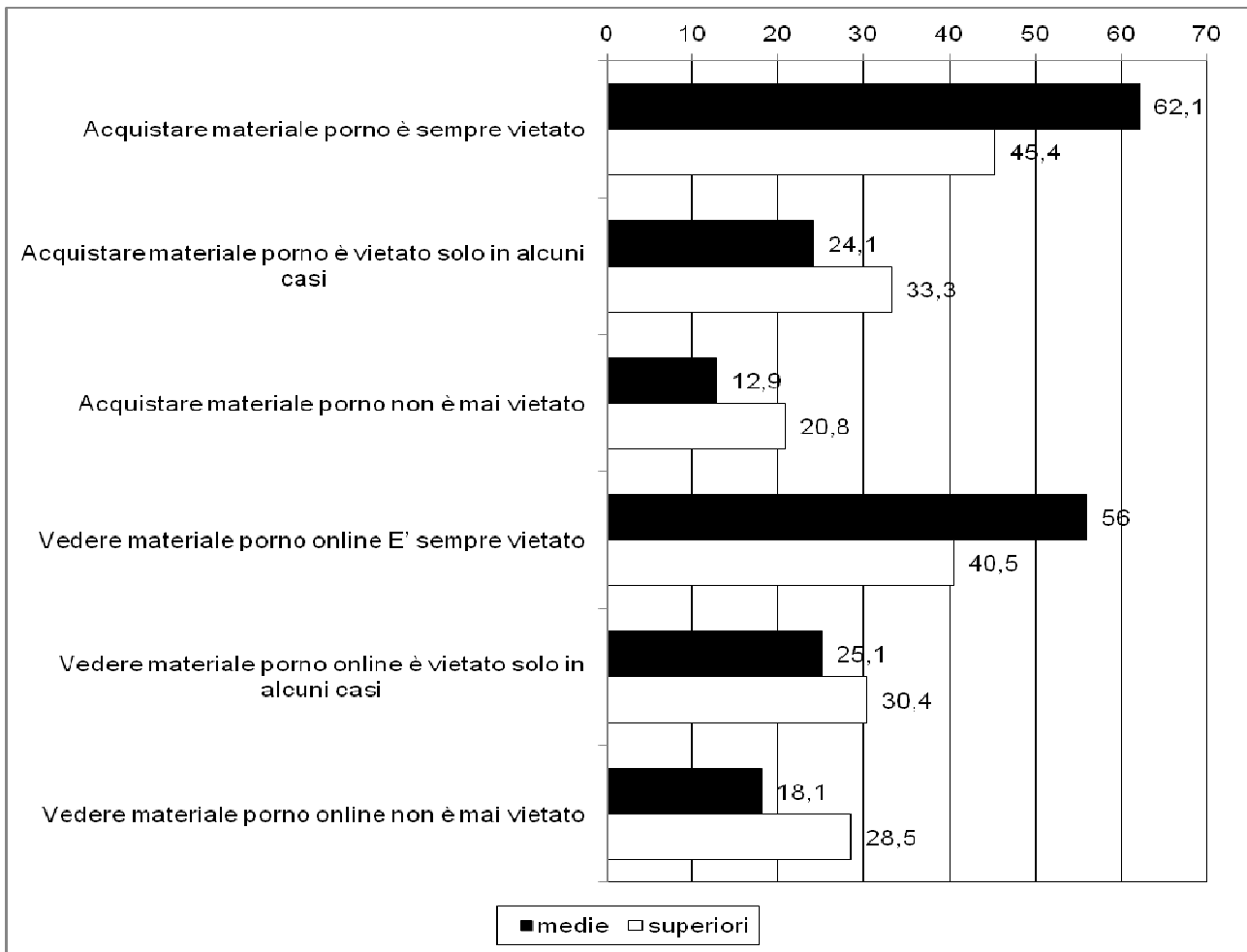


Figura 18. Con quale frequenza nell'ultimo anno ti è capitato di acquistare del materiale pornografico?



Chi compra materiale pornografico lo fa soprattutto in edicola o su internet. La percentuale di rispondenti che dichiara di non aver mai acquistato materiale pornografico nell'ultimo anno è molto alta, e supera l'80% sia nelle medie sia nelle superiori. Chi acquista, tuttavia, riferisce che spesso nei punti vendita (tradizionali o sul web) non vengono trovate indicazioni relative al divieto, e spesso il personale di vendita non verifica l'età di chi acquista.

Figura 19. Conoscenza dei divieti sul materiale pornografico



Le variabili che sembrano maggiormente connesse con il consumo di materiale pornografico al rapporto con i pari: i ragazzi che vedono o acquistano materiale pornografico sono amici solitamente di ragazzi che a loro volta fanno la stessa cosa. Importante, anche se in misura minore, sembra essere anche l'approvazione attesa del comportamento di acquisto: se i genitori o le altre persone importanti per il ragazzo non disapprovano l'acquisto di materiale pornografico, è più facile che il ragazzo lo acquisti. Infine, vedere e acquistare materiale pornografico si associa anche alla messa in atto di altri comportamenti "trasgressivi" o vietati, in particolare giocare e acquistare videogiochi non adatti ai minori.

L'area del "rischio"

Di seguito consideriamo i risultati relativi alle "aree del rischio", ovvero quelle aree definite dalla **messa in atto frequente** di comportamenti vietati che spesso sono anche dannosi per la propria salute.

Nel nostro campione i **fumatori** abituali sono poco presenti nelle scuole medie (dove il 2% si definisce in questo modo e poco più dell'1% dice di fumare almeno un pacchetto di sigarette al giorno), ma raggiungono percentuali ben più elevate nelle superiori, in una fascia di età (14-16 anni) in cui il fumo è ancora proibito, arrivando al 10% circa di persone che si definiscono come fumatori abituali e al 7% di persone che dicono di fumare almeno un pacchetto di sigarette al giorno. Queste percentuali salgono ulteriormente se si considerano i ragazzi delle scuole superiori che, avendo almeno 16 anni, sono "legalmente" autorizzati a fumare: il 19% di ragazzi si definisce fumatore abituale, infatti, e circa l'11% fuma almeno un pacchetto di sigarette al giorno.

Per quanto riguarda il **bere alcolici**, gli studenti delle scuole medie che si definiscono bevitori abituali sono circa l'1%, ma circa il 3% degli studenti delle medie riferisce di aver bevuto alcolici almeno 2-3 volte alla settimana negli ultimi 2 mesi prima della ricerca, e poco più dell'1% riferisce di aver superato i sei o più bicchieri di bevande alcoliche almeno 2-3 volte alla settimana. Queste percentuali risultano ben più elevate nelle superiori, in quella fascia di età (14-16 anni) in cui bere e acquistare bevande alcoliche è ancora proibito, dove arriviamo al 3,5% di giovani che si definiscono bevitori abituali e all'8% circa di giovani che riferiscono di aver bevuto alcolici almeno 2-3 volte la settimana negli ultimi 2 mesi. Le percentuali di chi beve salgono ulteriormente se si considerano i ragazzi delle scuole superiori che hanno almeno 16 anni e che quindi "legalmente" sono autorizzati a bere alcolici: oltre il 7% di essi si definisce bevitore abituale, oltre il 16% beve alcolici almeno 2-3 la settimana e il 4,5% ha bevuto in modo esagerato (più di 6 bicchieri la volta) almeno 2-3 volte la settimana negli ultimi 2 mesi.

Nel nostro studio la percentuale di ragazzi che dichiarano sia di aver acquistato sia di aver giocato a **videogiochi non adatti ai minori** molte volte o spesso negli ultimi 12 mesi è oltre il 16% (giocato) e l'11% (acquistato) nelle medie, mentre è oltre il 19% (giocato) e oltre il 9% (acquistato) nelle superiori. Come più volte abbiamo ricordato, sui videogiochi la legislazione italiana non ha imposto divieti, né per quanto riguarda l'acquisto né per quanto riguarda il comportamento di gioco: le raccomandazioni previste dal codice PEGI sono appunto *solo* raccomandazioni.

In Italia circa il 60% degli adulti di età compresa tra i 18 e i 74 ha giocato almeno una volta all'anno a **giochi che comportano una vincita in denaro**. Gli adulti che però sviluppano problematiche legate ad un gioco eccessivo, secondo una recente ricerca, sono circa l'1% della popolazione totale. La frequenza del comportamento di gioco nel nostro campione di adolescenti sembra ricalcare quanto avviene nella popolazione degli adulti. Se una percentuale considerevole di adolescenti ha giocato a giochi con vincita in denaro, la percentuale di adolescenti che negli ultimi 12 mesi ha giocato eccessivamente, cioè almeno 2/3 volte al mese, a qualsiasi gioco con vincita in denaro è inferiore all'1% sia quando si considerano i ragazzi delle scuole medie, sia per quelli delle scuole superiori. L'aver imposto il divieto ai minori per tutti i giochi con vincita in denaro appare dunque una scelta dettata di buon senso, finalizzata alla tutela dei più vulnerabili.

I risultati della nostra ricerca riguardo alla **pornografia** evidenziano che mentre da un lato la percentuale di chi acquista spesso materiale pornografico è decisamente bassa (2.7% nelle medie e 1.6% nelle superiori), la visione frequente di tale materiale è più alta (7.9% nelle medie e 14.7% nelle superiori). La disponibilità sul web di materiale a contenuto pornografico ha annullato le barriere che potevano ostacolare l'accesso dei minori a tale materiale: con l'avvento di internet non c'è più necessità di acquistare nulla, perché tutto può essere scaricato o essere visto in *streaming* sul web dal computer o dallo *smartphone*.

Figura 20. Le aree di "rischio" per fumo e alcol

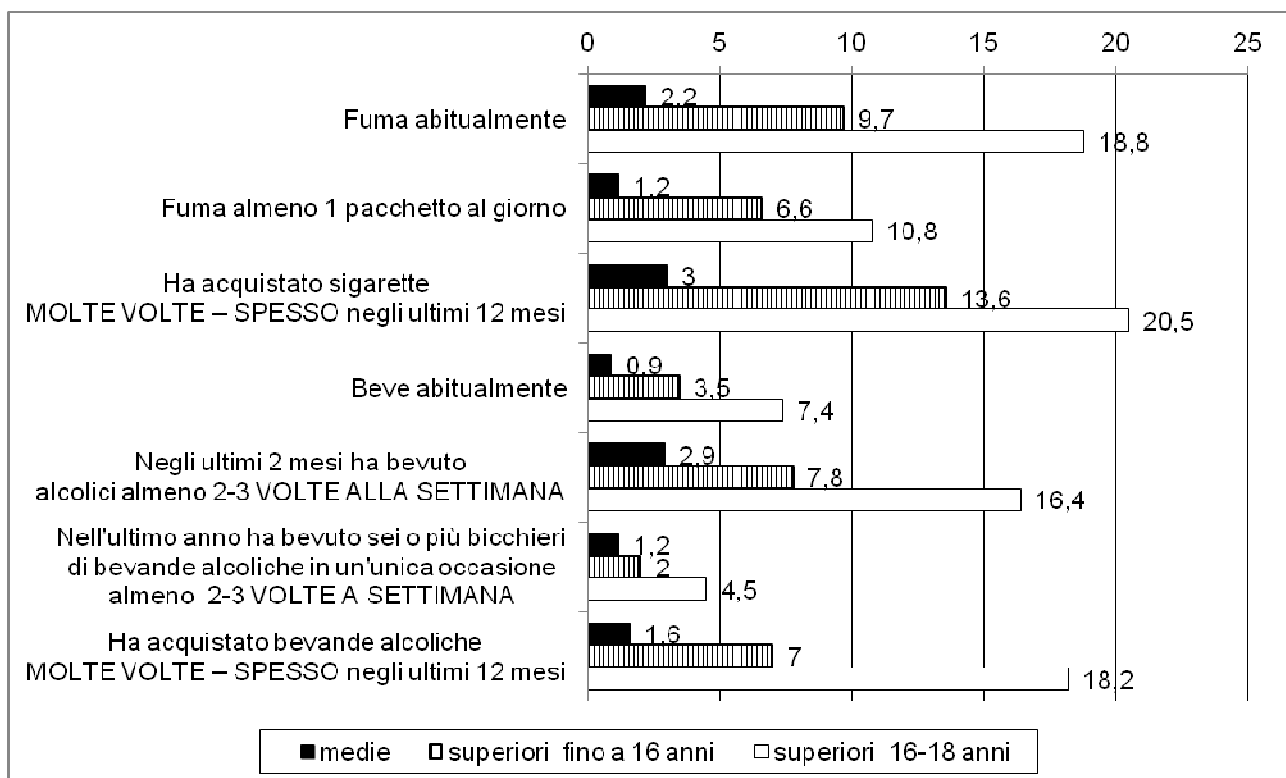
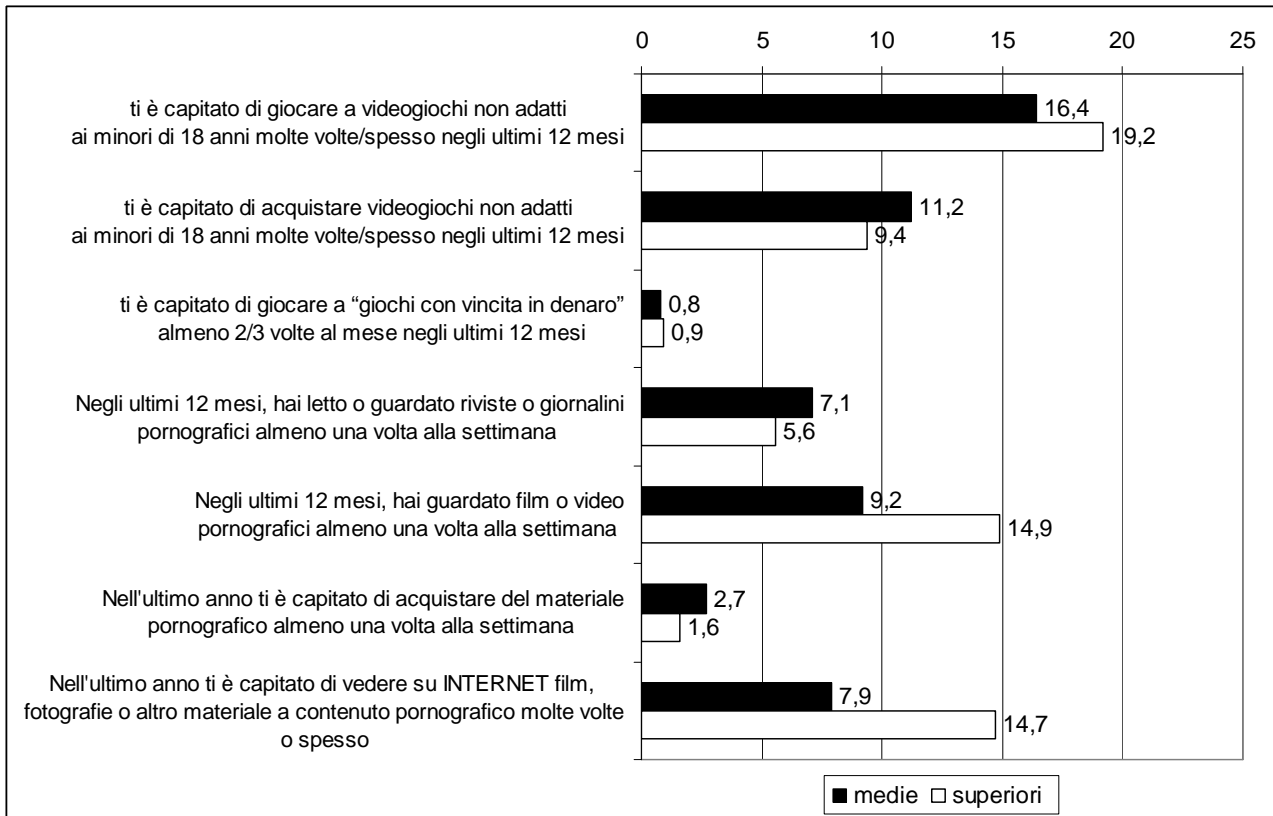


Figura 21. Le aree di “rischio” per videogiochi non adatti ai minori, giochi con vincita in denaro, pornografia



La prevenzione

Sono diverse le risorse sulle quali l'adolescente può contare nell'azione rivolta alla prevenzione. Innanzi tutto la **famiglia**: i familiari possono rappresentare modelli di comportamenti salutaris da seguire. Non solo: è importante che i genitori non approvino i comportamenti trasgressivi dei loro figli e che agiscano da sostegno verso i propri figli, proponendosi apertamente al dialogo, senza abdicare alla funzione di controllo, definendo regole chiare, non necessariamente severe, ma che vanno rispettate perché fondano il patto di convivenza civile nella famiglia.

Poi la **scuola**: l'esperienza della scuola deve essere positiva, soddisfacente e gratificante, deve stimolare il bisogno di affermazione di sé, e rafforzare l'identità della persona, deve favorire il coinvolgimento in attività al servizio della società come modello alternativo al coinvolgimento in azioni trasgressive. Va posto valore al successo scolastico in modo che gli adolescenti sviluppino consapevolezza dell'importanza della scuola come investimento per il proprio futuro. Troppo spesso invece gli adulti e i media propongono modelli di successo che prescindono dalle capacità e dai talenti individuali così come dall'impegno personale, e che si fondano sull'apparenza e sull'effimero.

Inoltre il gruppo dei **pari**: vista la rilevanza dei coetanei come modelli nuovi di riferimento per l'adolescente, è importante favorire l'identificazione con modelli che adottino comportamenti salutari e sfavorire quella con coetanei "trasgressivi". È importante poi facilitare la creazione di legami tra pari che siano basati sulla condivisione di valori, di interessi e di idee piuttosto che sull'adozione di comportamenti trasgressivi.

Infine la **comunità e le istituzioni**: La società deve accettare gli adolescenti. Tanto maggiore sarà tale accettazione, tanto minore il coinvolgimento degli adolescenti in attività trasgressive. La comunità deve coinvolgere gli adolescenti nelle attività a suo favore, in modo da dare un contenuto al tempo "vuoto" dei ragazzi e tenerli lontani da attività trasgressive, valorizzando e promuovendo le loro capacità.

Le **istituzioni governative**, oltre alla comunità, hanno il dovere di ridurre le occasioni di accesso a ciò che è proibito, ad esempio rendendo maggiormente consapevoli i rivenditori del ruolo sociale che svolgono e non solo di quello commerciale. I dati della nostra ricerca evidenziano chiaramente le carenze di questo fondamentale aspetto della filiera. La severità delle norme che regolano la vendita dei prodotti dovrebbe riguardare soprattutto chi vende i prodotti vietati: se i rivenditori non sono soggetti a sanzioni o le sanzioni sono inefficaci, difficilmente si asterranno dal vendere beni proibiti ai minori.

Infine i **ragazzi stessi**, considerando l'importanza della **capacità di dire no**, ovvero di resistere alle pressioni che gli altri (in primis i coetanei) esercitano per intraprendere attività trasgressive e dannose per la salute come fumare e bere.

Tra le attività prevenzione vanno privilegiate quelle che non solo forniscono informazione sui comportamenti trasgressivi, ma che implicano una riflessione sugli stessi, e che valorizzano i talenti personali. Allo stesso modo vanno privilegiati quegli interventi indirizzati al potenziamento delle risorse personali, familiari, scolastiche e comunitarie che agiscono da fattori di protezione verso il comportamento trasgressivo.

Programmi come quelli basati sulla educazione tra pari (*peer education*) per rafforzare l'autonomia personale e le *life skills* (saper risolvere i problemi, saper fare piani di lunga durata, saper ragionare criticamente e creativamente, saper comunicare efficacemente, saper gestire le emozioni e lo stress) possono rappresentare un modello di intervento adeguato, nel quale i giovani possono potenziare attivamente un'armatura solida che permetta loro di affrontare in modo più consapevole, efficace e salutare i compiti e le sfide dell'adolescenza.