



Co.Re.Com. Lombardia

***Cinque anni su un'attività
svolta con dedizione, passione e impegno***

Governance
settembre 2013 - gennaio 2018

www.corecomlombardia.it

Sommario

| | |
|--|------------|
| <i>Presentazione</i> | 5 |
| <i>Parte prima Quadro generale</i> | 17 |
| Introduzione | 19 |
| I numeri della Governance settembre 2013 - gennaio 2018 | 19 |
| Comitato regionale per le comunicazioni | 23 |
| Composizione del Comitato | 25 |
| <i>Parte seconda Attività proprie</i> | 27 |
| Introduzione | 29 |
| Coordinamento dei Presidenti e dirigenti dei Co.Re.Com. | 29 |
| Comunicazione e pubblicità | 29 |
| Università lombarde e comunicazioni | 30 |
| Cyberbullismo: un aiuto dalle istituzioni | |
| “ <i>Lo Sportello Help Web Reputation Giovani</i> ” | 31 |
| Attività di ricerca, convegni, eventi di comunicazione pubblica | 34 |
| Partecipazioni a trasmissioni televisive e radiofoniche | 58 |
| Vigilanza sulla <i>par condicio</i> e gestione del procedimento relativo ai messaggi autogestiti gratuiti - <i>elenco consultazioni elettorali 2013 - 2017</i> | 78 |
| Trasmissioni dell’accesso | 79 |
| <i>Premio Fair Play Calcio e TV</i> | 80 |
| - <i>Premio Fair Play Calcio e TV - 2016</i> | 80 |
| - <i>Premio Fair Play Calcio e TV - 2015</i> | 81 |
| - <i>Premio Fair Play Calcio e TV - 2014</i> | 81 |
| - <i>Premio Fair Play Calcio e TV - 2013</i> | 82 |
| - <i>Premio Fair Play Calcio e TV - 2012</i> | 82 |
| <i>Rassegna Stampa / Video - 2017 - 2013</i> | 85 |
| <i>Parte terza Attività delegate</i> | 103 |
| Introduzione | 105 |
| Tentativo obbligatorio di conciliazione | 106 |
| La Conciliazione - <i>Risoluzione delle controversie tra utenti e operatori di telecomunicazione</i> | 106 |
| Definizione amministrativa delle controversie | 108 |
| Prospettive | 110 |

| | |
|--|------------|
| Registro degli Operatori di Comunicazione (ROC) | 111 |
| Volume dei procedimenti di iscrizione e cancellazione dal Registro | 111 |
| Vigilanza e monitoraggio sulle emittenti radiotelevisive locali | 113 |
| Monitoraggio e Vigilanza - sessione 2017 e sessione 2013 - 2017 | 113 |
| Pluralismo politico e sociale - sessione 2013 - 2017 | 116 |
| Vigilanza sulla diffusione dei sondaggi | 116 |
| Collaborazione con l'Ufficio Scolastico Regionale per la Lombardia e la Polizia Postale e delle comunicazioni | 117 |
| Progetto " Il Consiglio entra nelle scuole" | 119 |
| Tavolo Tecnico Scientifico nuova facoltà | 121 |
| Parte quarta Appendice | 123 |
| Legge regionale 28 ottobre 2003, n. 20 | |
| Istituzione del Comitato regionale per le comunicazioni della Regione Lombardia (Co.Re.Com.) | 125 |
| Legge regionale 7 febbraio 2017, n. 1 | |
| Disciplina degli interventi regionali in materia di prevenzione e contrasto al fenomeno del bullismo e del cyberbullismo | 133 |
| Legge 29 maggio 2017, n. 71 | |
| Disposizioni a tutela dei minori per la prevenzione ed il contrasto del fenomeno del cyberbullismo | 137 |
| La Web Reputation in Lombardia | |
| Risultati della ricerca <i>Maggio 2014 – Demoskopea</i> | 143 |
| La Web Reputation e comportamenti a rischio online. | |
| L'esperienza dei giovani lombardi - risultati della Ricerca, <i>Giugno 2016 - OssCom.</i> | 165 |
| La Web Reputation e comportamenti a rischio online. | |
| L'esperienza dei giovani lombardi - <i>Grafici, Giugno 2016 - OssCom.</i> | 203 |
| Web Reputation e comportamenti rischiosi online | |
| L'esperienza dei giovani lombardi (un anno dopo), <i>anno 2017 - OssCom.</i> | 231 |
| Web Reputation dei giovani lombardi: | |
| primi elementi di un'analisi diacronica (2016/2017) dei dati principali, <i>anno 2017 - OssCom.</i> | 275 |
| Web Reputation e comportamenti online degli adolescenti in Italia | |
| Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano; Sapienza Università di Roma; LUMSA Università di Roma; Università degli Studi Federico II di Napoli - <i>Executive Summary - anno 2017</i> | 281 |
| Web Reputation e comportamenti online degli adolescenti in Italia | |
| Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano; Sapienza Università di Roma; LUMSA Università di Roma; Università degli Studi Federico II di Napoli - <i>Grafici, anno 2017</i> | 295 |

Presentazione

In uno scenario nazionale e globale in continua evoluzione, le telecomunicazioni rivestono un ruolo di rilievo nei complessi mutamenti tecnologici del settore.

Il futuro della nostra società, sarà quindi strettamente legato agli ulteriori progressi che si riusciranno a realizzare nel settore delle tecnologie digitali, soprattutto nell'ambito della comunicazione, *in primis* quella delle relazioni sociali, sempre più dipendenti da *Internet* per molte esigenze e necessità a servizio dei cittadini: dai rapporti con la Pubblica amministrazione ai servizi bancari, dall'e-commerce ai servizi interattivi - video *on demand*, dal consumo dei contenuti digitali (musica, video, giochi *online*) allo scambio d'informazioni e comunicazioni interpersonali, solo per citarne alcune.

I vantaggi derivanti dalla crescita dell'uso di *Internet* hanno coinvolto e migliorato anche il settore occupazionale, soprattutto dei giovani (*smart working* e tele-lavoro) e quello delle piccole e medie imprese, maggiormente competitive in un *E-commerce* non più confinato al solo ambito locale.

Internet, a seconda delle differenze generazionali, è ritenuto indispensabile da circa il 90% della cittadinanza, non solo lombarda. A fronte di ciò, questa consistente percentuale pone interrogativi sui modelli di regolamentazione utili a garantirne la fruibilità (disponibilità delle connessioni e garanzia dell'accesso a utenti con disabilità) e al tempo stesso sull'incremento dei fenomeni di eccessiva o incontrollata dipendenza nell'uso del *web*, soprattutto da parte degli adolescenti, sempre più ancorati a *device* mobili, tra i quali principalmente spiccano per attrattività *smartphone* e *tablet*.

Se solo per un attimo ci soffermiamo a riflettere sull'onnipotenza del *Medium*, è facile comprendere come *Internet*, di fatto, ha finito per connettere *online* le nostre vite, sia in senso positivo ma anche negativo, aspetto quest'ultimo caratterizzato da fenomeni di abuso e dipendenza.

Internet, in particolare attraverso piattaforme *social* e *App*, agli occhi dei minori e degli adolescenti rappresenta un mondo ancora tutto da esplorare. Accanto a questa tendenza conoscitiva, che di per sé ha carattere positivo, purtroppo si affianca un atteggiamento di scarsa percezione del *valore della comunicazione* attraverso il *web*, un aspetto questo, che inevitabilmente espone a rischiose condotte di *navigazione*, deleterie per l'immagine sociale del mittente come per la reputazione *online* del destinatario.

Proprio sul fronte della *web reputation*, la sinergia tra le Istituzioni e gli aspetti della prevenzione avranno un ruolo sempre più fondamentale, a patto però che siano modulati con specifici interventi normativi, anche a valenza transnazionale, in grado d'interpretare i veloci mutamenti generazionali che la tecnologia digitale inevitabilmente comporta.

La presente Relazione, nella sua declinazione integrale, rende conto e illustra anche attraverso numeri, grafici, tabelle e immagini, la rilevante attività che questo Co.Re.Com. Lombardia, con dedizione, passione e impegno, dal 12 settembre 2013 giorno dell'insediamento, ha svolto, tenendo sempre come *Stella Polare* il servizio reso ai cittadini e la prossimità territoriale.

Corre comunque l'obbligo di segnalare che, a seguito delle dimissioni anticipate del Consiglio regionale del 26 ottobre 2012, le elezioni del 24 e 25 febbraio 2013 per il rinnovo del Consiglio regionale avevano comportato anche il rinnovo del Co.Re. Com. Lombardia. Ciò aveva fatto sì che fino alla data di insediamento del nuovo Consiglio, il Comitato altro non poteva gestire che la sola ordinaria amministrazione.

Nonostante la censura, anche grazie alla continuità in alcuni componenti tra la nuova e la vecchia composizione, questo Co.Re.Com. era riuscito non solo a portare avanti l'ordinario svolgimento dei lavori ma anche a realizzare alcune importanti iniziative caratterizzate dalla forte attenzione al servizio reso ai cittadini, esemplificate da tematiche di significativo impatto comunicativo e partecipativo.

Inoltre con il 2012 si era concluso il primo triennio di esercizio delle funzioni delegate di secondo livello (*definizione delle controversie tra operatori di telecomunicazioni e utenti; monitoraggio e vigilanza sul rispetto degli obblighi di programmazione dal parte delle televisioni locali; gestione del Registro degli Operatori di comunicazione*) che dal 2010 avevano coinvolto in maniera consistente il Co.Re.Com., imponendo all'Organo e alla struttura di supporto un significativo *cambio di passo* nell'impegno e qualità nelle proprie attività. Il rinnovo tacito della convenzione per delega delle funzioni per il 2013, implicitamente aveva confermato la bontà della strada intrapresa e la fiducia dell'Autorità.

Web Reputation e Cyberbullismo - E' al tema della tutela della *web reputation* e della lotta al *cyberbullismo* nelle sue molteplici declinazioni, su cui da subito si vuole focalizzare l'attenzione e spendere qualche parola in più, anche in considerazione dell'impegno che questo Co.Re.Com., già prima del 2014 - anno di avvio del progetto, ha messo a frutto e porta avanti con successo, sia in ambito nazionale che internazionale, attraverso lo *Sportello Help Web Reputation Giovani*, un esempio di aiuto concreto, unico a livello europeo, di pubblico servizio totalmente gratuito, in grado di risolvere positivamente oltre l'87% delle richieste inerenti la rimozione delle fattispecie lesive della *reputazione online* - video, foto, commenti offensivi su chat, social e quant'altro. Un *servizio* che inerisce la reputazione digitale delle persone e che, in forme diverse, è stato mutuato come *best practice* da altre regioni, ciascuna secondo le proprie sensibilità.

In questi anni, attraverso lo *Sportello*, sono stati effettuati tanti interventi, spesso delicati, con un'alta percentuale di risoluzione positiva dei casi affrontati, salvando con probabilità più di una giovane vita.

Al riguardo, è importante evidenziare come i Comitati regionali per le

comunicazioni abbiano recepito con ampio anticipo questa esigenza per parte dei cittadini e la coerenza di un'azione in merito, sia in chiave preventiva con un'attività costante di sensibilizzazione, sia di aiuto concreto, anche in totale assenza di una normativa a livello nazionale che invece nel corso del 2017 ha finalmente visto la luce a livello nazionale e regionale, ora anche in prospettiva internazionale con la nuova direttiva europea sulla protezione dei dati personali che entrerà in vigore nel maggio del 2018, a dimostrazione di come la protezione dei dati e la tutela della *web reputation* dei cittadini, soprattutto dei minori, sia divenuta un'inderogabile priorità.

Il nuovo Regolamento UE sarà direttamente applicato in tutti i Paesi dell'Unione Europea e andrà a sostituire l'attuale Codice della Privacy (Dlgs 196/2003) oggi vigente in Italia.

Il Regolamento introdurrà regole più chiare e semplici in materia di informativa e consenso, puntando a garantire maggiori tutele per i cittadini in maniera omogenea in tutta l'Unione; avremo quindi un testo unico valido in tutti i Paesi, mirato a rendere omogeneo ed elevato il livello di protezione dei dati personali e a favorire la circolazione degli stessi all'interno dell'Unione Europea.

Sulla *prevenzione* – si ritiene che questa sia la via maestra che le Istituzioni devono percorrere con convinzione e coesione d'intenti per evitare l'insorgere di problemi spesso provocati dall'uso distratto o poco ponderato della *Rete* e dei *social*, da parte degli adolescenti. Giova tuttavia chiarire che per prevenzione, non si intende solo la conoscenza delle procedure informatiche utili per attivare i dispositivi di sicurezza di cui è dotato il *personal computer*, oppure le impostazioni di *privacy* predisposte dal singolo *social network*, ma, nello specifico, si vuole qui riferirsi soprattutto alle azioni di sensibilizzazione e di *self education* dei fruitori.

Per quanto riguarda il Co.Re.Com. Lombardia, al servizio di *Sportello*, si sono costantemente affiancate e realizzate le attività di prevenzione, i cui riscontri positivi hanno consentito di attivare, nel periodo 2014-2017, più di 600 corsi rivolti a circa 30.000 studenti e 4.000 docenti, coinvolti in 245 scuole delle province lombarde. Solo nel 2017, si sono realizzati 12 progetti in collaborazione con l'Ufficio Scolastico Regionale per la Lombardia, relativi alla *Commissione estremismo violento*; inoltre si sono realizzati 6 corsi di formazione per 1.300 referenti sul bullismo e il bando dei corsi formativi/informativi nelle scuole sulla *web reputation* per 102 scuole richiedenti; infine sono stati previsti, da ottobre a dicembre 2017 altri 115 corsi di formazione. Oltre a questa specifica attività, di significativa importanza è stata anche quella editoriale che, attraverso la diffusione di specifici vademecum sull'utilizzo di principali social network, ha fornito agli studenti spunti e temi d'interesse circa i rischi, palesi e celati, del web. Tutte queste attività sono state portate avanti in sinergia con le principali Istituzioni che si occupano della materia: dalla Polizia Postale e delle Comunicazioni con cui il rapporto di collaborazione è suffragato

da anni, alla Prefettura di Milano con la quale vige un Protocollo d'intesa proprio sul Cyberbullismo, al Tribunale dei Minori, all'Arma dei Carabinieri e all'Ufficio Scolastico Regionale per la Lombardia, nonché decine di associazioni di cittadini che operano sul territorio regionale e nazionale, solo per citarne alcune. Per non parlare dell'impegno che questo Corecom porta avanti a livello nazionale anche in seno all'Advisory Board del progetto europeo Safer Internet - Generazioni Connesse, coordinato per l'Italia dal Miur e come Coordinamento Co.Re.Com. nazionale e come componente del Comitato Media Minori del Mise, fino al luglio del 2016 anno di fine mandato, altresì attraverso il Tavolo tecnico scientifico del bullismo e cyberbullismo istituito dall'Ufficio Scolastico Regionale Lombardia e il Comitato sull'estremismo violento.

Venendo al tema dell'*Uso (non) consapevole di Internet* da parte degli adolescenti, con uno sguardo attualizzato sul tema della *reputazione digitale*, il Co.Re.Com. Lombardia ha focalizzato le implicazioni legate alla crescente accessibilità alle nuove tecnologie multimediali da parte degli adolescenti, i quali, impegnati nel *cyberspazio* con apprezzabili risultati in termini di velocità di apprendimento, per contro tendono ad approcciarsi verso un uso *non consapevole di internet*, spesso interpretato come mezzo di oppressione verso i loro coetanei, tramite forme di contatto elettronico ripetute nel tempo e operanti ai danni di una vittima che non può difendersi.

Su questo versante, anche la linea preventiva del Co.Re.Com. Lombardia è via, via progredita negli anni per far emergere, capire e quindi contrastare la diffusione degli atti di bullismo attraverso le tecnologie del *web* partecipativo nella loro interazione con gli strumenti del *web 2.0*, comprese le *devices* e le *App* a esso connesse.

Con il passaggio dal *cyberbullyng* al *socialbullyng*, si è delineato un nuovo lato oscuro del fenomeno, purtroppo divenuto in questi ultimi anni una vera piaga sociale, all'interno della quale *il bullo getta la maschera* e applica all'atto deviante la stesse modalità di diffusione di una qualsiasi scena di vita quotidiana, sorta di *fiction* autoprodotta, ovviamente da condividere sulle *App* a colpi di *like* e *follower*.

Appare evidente che l'anonimato ha lasciato il passo a video e *selfie* in cui l'identità del bullo non è quasi mai celata, bensì sovraesposta, quasi a testimoniare che il protagonismo attraverso l'immagine, di fatto, ha contaminato anche gli atti devianti a uso e consumo di un bullismo *social- uncovered* che nell'interazione tra *bullo* e *bullizzato-online*, vede questo ultimo vanamente proteso nel disperato tentativo di ripristinare la propria reputazione e immagine digitale.

Scorrendo la vasta documentazione e saggistica sulla tematica, in particolare sulla Comunicazione virtuale e affettività, può trovare fondamento la condizione di come la *Rete* e tutta la dimensione della *comunicazione virtuale* abbiano e stiano producendo un mutamento che non può essere racchiuso nel solo alveo di semplicistici comportamenti adolescenziali.

La capacità di poter consapevolmente utilizzare *Internet* come strumento divulgativo e di conoscenza, richiede inevitabilmente una sorta di *staffetta generazionale consapevole* in cui a essere coinvolte sono tutte le età della vita, soprattutto quando a prevalere in maniera quasi ossessiva è l'incessante bisogno di essere continuamente in comunicazione con gli altri che, oggi, attraverso i *social network*, risulta essere fattore centrale e dominante, come ben si evince quando ad essere maggiormente condivise sono le immagini riferite a esperienze quasi sempre esemplificative di una *quotidiana routine di vita documentaristica* che pretende come di ogni cosa resti traccia e che tale traccia diventi patrimonio di pubblico dominio. La comunicazione e l'interazione assumono quindi un ruolo secondario rispetto al prevalere della *comunicazione online*. La dimensione *dell'altrove* domina su quanto potrebbe avvenire *nel qui ed ora*. La Rete seduce, cioè, *conduce con sé* verso la *dimensione del virtuale*.

I *nativi digitali* sembrano essere attratti dal bisogno di condividere ogni fatto, ogni esperienza ed emozione, e la Rete, *risponde ed esalta tale bisogno*. Gli altri, i componenti di un gruppo ristretto costituito su *WhatsApp* oppure la lista di amici presenti su *Facebook* o *Instagram*, sono ossessivamente chiamati a partecipare e condividere gli accadimenti, anche banali, che si susseguono in una giornata-tipo. La condivisione viene così reclamata anche quando riguarda emozioni e sentimenti, e sovente lo fa in modo pervasivo.

L'ossessione dei *selfie*, il bisogno quasi compulsivo di fermare e trasmettere la propria *immagine*, è sicuramente un tratto saliente delle modalità di relazione con sé e con l'altro.

Centinaia di immagini di sé attraversano la Rete e s'infiltrano nei profili su *WhatsApp* o *Instagram*, protese a riaffermare la propria identità - *esserci sempre e comunque*. Un segno, questo del desiderio di essere ed apparire, che attraverso l'uso della tecnologia digitale, va ogni giorno in scena secondo precise dinamiche che, nel triplice ruolo di produttore, regista e attore principale, inevitabilmente coinvolgono e assegnano all'altro - coloro con i quali s'intrecciano legami di varia natura - ruoli di spettatori attivi e partecipi: i *nativi digitali* affrontano e interpretano il consolidamento di una propria identità, esasperando il ruolo assegnato all'altro, a cui, semplici amici o conoscenti, viene incessantemente chiesto di essere testimoni della propria esistenza, traducibile con l'istanza relazionale e narcisistica - *la mia immagine è qui ... riconoscimi e conferma che io esisto per te*.

Inviare così tante immagini di sé e nel contempo pretendere di essere reciprocamente presenti ciascuno allo sguardo dell'altro, sta a significare quanto, per questa generazione, sia importante il coinvolgimento dell'altro a cui rivolgersi con differenti ruoli e attese - *destinatario, interlocutore o testimone* - e quanto, egli, debba essere sempre presente per interagire, sostenere, chiarire o commentare le proprie vicende, sorta di specchio in cui riflettersi per dare, a sua volta, consensi e risposte all'imperativo: *riconoscimi!*

A fronte di questi preoccupanti segnali che giungono alle Istituzioni sull'uso non consapevole di *Internet* da parte degli adolescenti, ma non solo, il Co.Re. Com. Lombardia ha promosso negli anni vari convegni e incontri, alcuni anche fuori regione, affidando a prestigiosi Istituti di Ricerca e Università una serie di significative indagini di studio sul tema, le cui osservazioni, deduzioni e dati statistici sono documentate nelle pagine seguenti ma che tuttavia si vuole qui brevemente citare per l'attualizzazione dei dati, l'importanza degli argomenti trattati e dei risultati conseguiti.

Ciò premesso, recentemente, su iniziativa dei Corecom della Lombardia, del Lazio e della Campania, *nell'ambito delle funzioni di vigilanza e la tutela dei minori*, le Università *Federico II di Napoli, La Sapienza e LUMSA di Roma e l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano*, hanno realizzato una ricerca congiunta nelle tre regioni con l'intento di estendere la base dei dati, aggiornare le conoscenze in merito a questi fenomeni e confrontarsi sugli elementi di forza e di criticità rilevabili in prospettiva cross-regionale.

Il Rapporto "*Web reputation e comportamenti online degli adolescenti in Italia*" nelle tre regioni, prese come *benchmark* rappresentativi a livello nazionale, è stato condotto su un campione di 1500 casi di utenti di *Internet*, rappresentativo della popolazione tra gli 11 e 18 anni di età, segmentata per Regione, Provincia, Sesso, Età, Livello di istruzione del capofamiglia (bassa-media-alta) e Condizione lavorativa del capofamiglia (lavora/non lavora), per una fotografia dei comportamenti online più rischiosi degli adolescenti.

La presentazione è avvenuta in occasione del Convegno "*Cyberbullismo e comportamenti in Rete dei ragazzi: un viaggio da nord a sud*", tenuto a Palazzo Montecitorio, nel novembre 2017.

Il fenomeno del *bullismo (offline e online)* con il 27,8% si conferma al primo posto nella classifica dei rischi connessi al comportamento dei giovani sul web, seguito dal *sexting* (20,1%) e *dall'abuso dei dati personali* (24% - 4,3%).

In particolare il *bullismo offline* è ancora più diffuso del *cyberbullismo*, che comunque interessa tutte le piattaforme di SNS: il 39,6% delle vittime lo ha sperimentato su *Facebook*, il 31,7% su *WhatsApp*, il 14,3% *tramite chiamate e SMS sul proprio cellulare* e l'8,1% su *Instagram*.

Sull'onda di ciò, dando seguito alle precedenti Ricerche (*Demoskopoea 2014 e OssCom Università Cattolica di Milano 2016*) e al fine di attualizzare l'analisi già svolta ed ampliarla, il Corecom Lombardia, ha commissionato una nuova indagine ad *OssCom. Centro di ricerca sui media e la comunicazione* dell'Università Cattolica di Milano: "*La web reputation dei giovani lombardi: primi elementi di un'analisi diacronica (2016/2017 dei dati principali)*".

Il nuovo *Rapporto 2017* sui comportamenti a rischio *online* degli adolescenti, consente di tenere monitorati i dati essenziali che descrivono il fenomeno

dell'esperienza *online* dei giovani lombardi che, per sua natura, tende a mutare molto velocemente.

Tale monitoraggio, svolto nei mesi di settembre-ottobre 2017, pur restituendo una *fotografia* sostanzialmente coerente e omogenea con quella del 2016, evidenzia alcuni significativi, anche se non macroscopici, slittamenti.

L'Indagine, infatti, evidenzia una sensibile diminuzione: il *bullismo (offline e online)* con il 27% (29% nel 2016) si conferma al primo posto, seguito dal *sexting* 19% (22% nel 2016) e *dall'abuso dei dati personali* 20% (25% nel 2016).

La diffusione dei SNS presso i giovani lombardi, pur cambiando le preferenze degli internauti lombardi verso i singoli SNS, resta sostanzialmente stabile e quantitativamente rilevante.

Se *WhatsApp* si conferma la piattaforma utilizzata più frequentemente, il dato più rilevante, in linea con quanto avviene anche a livello internazionale, è il calo dell'uso di *Facebook* (-8%) soprattutto a vantaggio di *Instagram* (+14%). *Facebook*: 31% (39% nel 2016); *WhatsApp* 36% (44% nel 2016); *Instagram* 24% (10% nel 2016); *Twitter* 1% (3% nel 2016); *Youtube* 5% (3% nel 2016); *Snapchat* 1% (2% nel 2016); *Tumblr* 0% (0% nel 2016).

Queste *Ricerche e Indagini* attualizzate, si rivelano importanti per monitorare, i cambiamenti e declinare in modo sempre più puntuale le azioni di contrasto a fenomeni in costante-veloce crescita. Di qui, la necessità di ampliare il raggio d'azione, passando da una *fotografia regionale* ad una *trans-regionale* in grado di mettere a fuoco le differenze, ma soprattutto che dia un riscontro di respiro nazionale, affinché tutti possiamo individuare risposte e correttivi efficaci, anche in chiave internazionale, perché solo sinergicamente, con azioni congiunte, costanti, puntuali e attualizzate, si può contrastare un fenomeno che da *glocale*, nel volgere di pochi anni è divenuto *globale*.

Sulla Comunicazione Istituzionale - in particolare riferita alla produzione di documentazione, conferenze, convegni, organizzazione di eventi e iniziative varie, tavole rotonde, corsi formativi, premiazioni, partecipazioni a trasmissioni televisive, radiofoniche e quant'altro, questo Comitato ha coinvolto, attraverso una serie di eventi mirati ad approfondire le tematiche di particolare attualità ed interesse, soprattutto nell'ambito della *Web Reputation e della tutela dei minori*, molti tra Attori istituzionali, Istituti di Ricerca, Atenei, esponenti della cultura e testimonial del mondo dello spettacolo, dello sport e dei *social-web* che, per loro peculiare caratteristica, dote o innata predisposizione, sono stati in grado di *parlare ai giovani con il linguaggio dei giovani*.

I numeri di questi cinque anni di mandato, sia per quanto concerne le attività delegate, sia per le attività di contrasto al fenomeno del *cyberbullismo* e in generale alla tutela dei minori sul *web /web reputation* etc, sono esemplificativi al riguardo: oltre 100 eventi, tra regionali e trans regionali, organizzati in tutta Italia, di cui molti

focalizzati sul tema del *cyberbullismo* e della tutela dei Minori.

Oltre a questo, molto impegno è stato profuso sul fronte dell'*emittenza privata locale di qualità*, appoggiando le realtà editoriali in grado di offrire un valore aggiunto al territorio nella loro vincente battaglia per una ridefinizione, in questo senso, delle provvidenze pubbliche nel settore radiotelevisivo, altresì favorendo l'accessibilità ai media per parte dei diversamente abili, in collaborazione con le loro principali associazioni di rappresentanza.

In questi anni, il Co.Re.Com. Lombardia è diventato un punto di riferimento non solo regionale ma anche trans-regionale, avendo iniziato ad occuparsi di questa tematica molto prima che salisse alla ribalta anche a livello nazionale.

Infatti, come tutti i Comitati regionali, forti della nostra straordinaria funzione di prossimità, crediamo che le istituzioni siano chiamate a tutelare in generale i cittadini, e in particolare i più deboli sempre, non solo quando si accendono i riflettori su tragici fatti di cronaca.

Risoluzione delle controversie tra utenti e operatori di telecomunicazione - Sotto questo profilo, di grande rilievo per i cittadini sono state le attività che, per le *Conciliazioni*, vedono oltre 31.000 istanze pervenute; oltre 23.000 udienze effettuate per un valore complessivo delle conciliazioni andate a buon fine di circa 13.000.000,00 euro, fatti risparmiare ai cittadini-utenti della Lombardia.

In questo ambito, verificato l'esito positivo dell'esperienza tra il Co.Re.Com. Lombardia e l'Ordine degli Avvocati di Milano, il Comitato ha inteso rinnovare negli anni la convenzione, il cui accordo prevedeva bensì l'implementazione ed il miglioramento dei servizi di conciliazione e mediazione delle controversie.

Definizione amministrativa delle controversie - Per quanto riguarda queste attività, si è invece assistito ad una sensibile aumento del numero delle istanze pervenute che nel periodo di *Governance* ammonta a oltre 2.400 istanze per circa 500.000 euro restituiti ai cittadini-utenti residenti in Lombardia. Il valore medio di ogni definizione, oscilla tra i 2.225,00 euro del 2013 ed i 944,00 euro del 2017.

Il Registro degli Operatori di Comunicazione (ROC) - Istituito con legge n. 249/1997 (art.1, comma 6, lettera a), punti 5. e 6.), costituisce l'anagrafe degli operatori di comunicazione. E' gestito sulla base delle disposizioni contenute nell'allegato 'A' alla delibera n. 666/08/Cons. "*Regolamento per l'organizzazione e la tenuta del Registro degli Operatori di Comunicazione*" e successive modifiche e integrazioni. Scopo del *Registro* è di garantire la trasparenza e la pubblicità degli assetti proprietari delle imprese, nonché quello di consentire l'applicazione delle norme sulla limitazione delle concentrazioni editoriali, a tutela del pluralismo e della concorrenza.

Nelle pagine seguenti, si riportano gli elementi di rilievo che nel corso della *Governance* hanno caratterizzato l'attività di gestione del Registro. Tali elementi possono essere utilizzati per comprendere non solo la consistenza dell'anagrafe lombarda nel settore delle comunicazioni, ma anche per valutare e approfondire, oltre la rappresentazione numerica dei dati, la capacità di sviluppo del settore sotto il profilo economico, imprenditoriale e occupazionale.

Per quanto riguarda il *Volume dei procedimenti di iscrizione e cancellazione dal Registro*, si evidenzia che la Lombardia (insieme al Lazio) detiene il più alto numero di imprese di comunicazione iscritte nel ROC a livello nazionale.

Su un totale complessivo di oltre 12.000 iscrizioni attive alla data del 15 gennaio 2018, il 20% degli operatori risiede in Lombardia; le imprese lombarde iscritte nel Registro, alla sopraccitata data, sono oltre 2.000.

Le iscrizioni 2013 - 2017 sono state oltre 1.400; le cancellazioni oltre 500.

Il consistente incremento del numero delle iscrizioni intervenuto nel corso del 2017 è dovuto all'entrata in vigore, dal 1° gennaio 2017, della legge 11 dicembre 2016 n. 232, la quale prevede, all'articolo 24bis, comma 11, l'obbligo di iscrizione nel ROC per tutti gli operatori economici (incluse pertanto anche le società straniere) che svolgono attività di *call center* su numerazioni nazionali, sia che tale attività sia esercitata in forma diretta, sia nei casi in cui gli operatori siano soggetti terzi affidatari di tali servizi.

Vigilanza e monitoraggio sulle emittenti radiotelevisive locali - Il controllo del rispetto della normativa in materia di programmazione da parte delle emittenti locali si attua attraverso il monitoraggio delle trasmissioni, la verifica del loro contenuto e l'eventuale avvio e istruzione dei procedimenti finalizzati alla sanzione delle violazioni.

Il monitoraggio si articola su quattro macro aree: *Pubblicità. Tutela dei minori e Garanzie dell'utenza. Pluralismo sociopolitico. Obblighi di programmazione.*

Per l'attività inerente la *Garanzia e controllo* della qualità del sistema radiotelevisivo regionale offerta mediante il monitoraggio, i dati segnalano oltre 14.000 ore di trasmissione televisive monitorate che hanno portato a complessive 57 proposte ad AGCom di sanzione. Per quanto riguarda la *vigilanza sulla diffusione dei sondaggi*, i dati presi in esame nel periodo, segnalano 297 testate giornalistiche analizzate. Non sono emerse irregolarità o violazioni.

Per quanto attiene la *Vigilanza sulla Par condicio e gestione del procedimento relativo ai messaggi autogestiti gratuiti - Elenco Consultazioni elettorali 2013 - 2017*, nel corso del 2017 si sono svolte consultazioni elettorali e referendarie: *amministrative* per l'elezione diretta dei Sindaci e per il rinnovo dei Consigli

comunali e circoscrizionali che ha coinvolto 139 Comuni lombardi (11 giugno); *Referendum* consultivo regionale sull'autonomia della Lombardia (22 ottobre); *Referendum* consultivo regionale per la fusione di Comuni (22 ottobre).

Nel corso del 2016 si sono svolte consultazioni elettorali e referendarie: *Referendum* abrogativo nazionale popolare c.d. "*anti-trivelle*" (17 aprile); *amministrative* per l'elezione diretta dei Sindaci e per il rinnovo dei Consigli comunali e circoscrizionali che ha coinvolto 239 Comuni lombardi (5 giugno - turno di ballottaggio 19 giugno); tre *Referendum* consultivi per la fusione di Comuni (20 novembre); in particolare: 5 Comuni in provincia di Bergamo; 3 Comuni in provincia di Como; 2 Comuni in provincia di Mantova; *Referendum* consultivo costituzionale (4 dicembre).

Nel corso del 2015 si sono svolte consultazioni elettorali e referendarie: *amministrative* per l'elezione diretta dei Sindaci e per il rinnovo dei Consigli comunali e circoscrizionali che ha coinvolto 66 comuni lombardi (31 maggio - turno di ballottaggio 14 giugno); *Referendum* consultivo per la fusione di 2 Comuni (25 ottobre)

Nel corso del 2014 si sono svolte consultazioni elettorali e referendarie: elezione dei membri del *parlamento europeo*; amministrative comunali che hanno coinvolto 1.039 Comuni lombardi (25 maggio); elezioni di secondo grado dei *Consigli metropolitani e dei Consigli provinciali* nelle regioni a statuto ordinario (28 settembre); *Referendum* consultivi di fusione di comuni (30 novembre).

Nel corso del 2013 si sono svolte consultazioni elettorali e referendarie: elezioni della *Camera dei deputati e del Senato della Repubblica*; elezioni del *Presidente della Giunta regionale e del Consiglio regionale della Lombardia* (24 e 25 febbraio); elezioni *amministrative* per l'elezione diretta dei Sindaci e per il rinnovo dei Consigli comunali e circoscrizionali che ha coinvolto 95 comuni lombardi (26 e 27 maggio); *Referendum* consultivi di fusione di Comuni (1 dicembre).

In tema di *Accesso televisivo regionale Rai* - Molto rilevante è stata anche l'attenzione che in questi anni abbiamo dedicato all'accesso ai media per parte dei diversamente abili, con interventi, corsi formativi e momenti di sensibilizzazione, nonché alle tante associazioni *no-profit* che operano con dedizione sul territorio in diversi ambiti e alle quali il Co.Re.Com. Lombardia ha offerto pari visibilità, anche attraverso *l'accesso televisivo regionale Rai* che da anni portiamo avanti con successo e soddisfazione, nostra e da parte degli accedenti, per complessive 573 richieste pervenute nel periodo della *Governance*.

Nel concludere, l'auspicio che si desidera qui esternare, è che il nuovo Comitato regionale per le comunicazioni della Lombardia continui a svolgere con impegno la sua speciale funzione di prossimità, confrontandosi direttamente con tutte le realtà territoriali e le Istituzioni regionali e nazionali, al fine di sensibilizzare e operare

sempre più in direzione della tutela della persona e dei minori, così come fatto in questi anni, considerando imprescindibili il dialogo costruttivo e la sinergia tra Istituzioni, cittadini, associazioni e operatori e la prevenzione attraverso la formazione per insegnanti e studenti.

Infine, un sincero ringraziamento è rivolto Al Presidente della Giunta regionale Roberto Maroni, ai Sottosegretari e Assessori tutti. Al Presidente del Consiglio regionale Raffaele Cattaneo e all'Ufficio di Presidenza, tutto ed ai dirigenti e collaboratori dell'Ufficio per il Co.Re.Com. della Lombardia che con la loro presenza e costante partecipazione hanno reso possibile il successo di questa importante esperienza istituzionale.

| | |
|-----------------|---------------------------|
| Presidente | Dott.ssa Federica ZANELLA |
| Vice Presidente | Dott. Giulio BOSCAGLI |
| Vice Presidente | Dott. Gianluca SAVOINI |
| Componente | Prof. Stefano ROLANDO |
| Componente | Dott. Diego BORELLA |

Parte prima
Quadro Generale

Introduzione

La presente relazione sulle attività svolte nel corso della *Governance settembre 2013 / gennaio 2018*, rendiconta gli obiettivi e le attività che il Co.Re.Com. Lombardia ha perseguito ed espletato in coerenza con le funzioni proprie e le funzioni delegate dall’Autorità, così come stabilito dall’art. 12, comma 1, l.r. 20/2003.

Il Comitato regionale per le Comunicazioni della Lombardia (Co.Re.Com.) è stato istituito con l.r. 28 ottobre 2003 n. 20, in esecuzione della L. 31 luglio 1997, n. 249, *Istituzione dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo*.

Tale legge riconosce, all’art. 13, le esigenze di decentramento sul territorio, per assicurare le necessarie funzioni di governo, garanzia e controllo in tema di comunicazioni a livello locale, e a tal fine dispone che in ambito regionale siano istituiti i Comitati regionali per le comunicazioni, ai quali sono anche trasferite le competenze in precedenza svolte dai Comitati regionali radiotelevisivi (Co.Re.Rat.). Il Co.Re.Com. è, pertanto, sia organo funzionale dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, sia organo di consulenza della Giunta regionale e del Consiglio regionale in materia di comunicazioni.

Tale ruolo istituzionale è stato ulteriormente rafforzato dal nuovo Statuto di Autonomia della Lombardia, approvato con l.r. stat. 30 agosto 2008, n. 1, che all’art. 62 individua il Co.Re.Com. tra gli Organi di garanzia della Regione.

Con propria deliberazione 28 ottobre 2004 n. 5, il Co.Re.Com. Lombardia si è dotato di un Regolamento interno di funzionamento, modificato con deliberazione 7 novembre 2013, n. 63.

Con deliberazione 21 dicembre 2005 n. 10, il Comitato ha approvato il Codice Etico recante i principi generali e le modalità operative del personale e dei componenti del Co.Re.Com. Lombardia.

I numeri della Governance *settembre 2013 - gennaio 2018*

La sintesi che forniscono le cifre, racconta di un Co.Re.Com. Lombardia che ha gestito:

- oltre **31.000** istanze di conciliazione con oltre **23.000** udienze effettuate
- oltre **2.000** istanze di definizione
- oltre **12.000.000** milioni di euro restituiti ai cittadini-utenti lombardi concernenti le conciliazioni
- oltre **100** gli eventi organizzati
- oltre **14.000** ore di trasmissioni televisive monitorate

- **57** proposte ad AGCom di sanzione
- **297** testate giornalistiche analizzate
- **2.481** imprese lombarde iscritte nel Registro Operatori Comunicazione (al 15 gennaio 2018)
- oltre **100** interventi effettuati dall’apertura dello *Sportello Help Web Reputation Giovani*, per la quasi totalità conclusi con esito positivo
- oltre **600** edizioni di corsi formativi *web reputation* attivati nelle scuole lombarde
- circa **30.000** gli studenti coinvolti
- oltre **4.000** i docenti coinvolti
- **245** le scuole delle province lombarde interessate
- **573** le richieste alle trasmissioni televisive regionali dell’accesso, portate avanti con soddisfazione da parte degli accedenti

Il Co.Re.Com. Lombardia, è stato altresì impegnato in molteplici attività di comunicazione, incontri istituzionali ed eventi per dare visibilità e risalto a tutte le sue azioni, legate appunto a funzioni delegate e funzioni proprie.

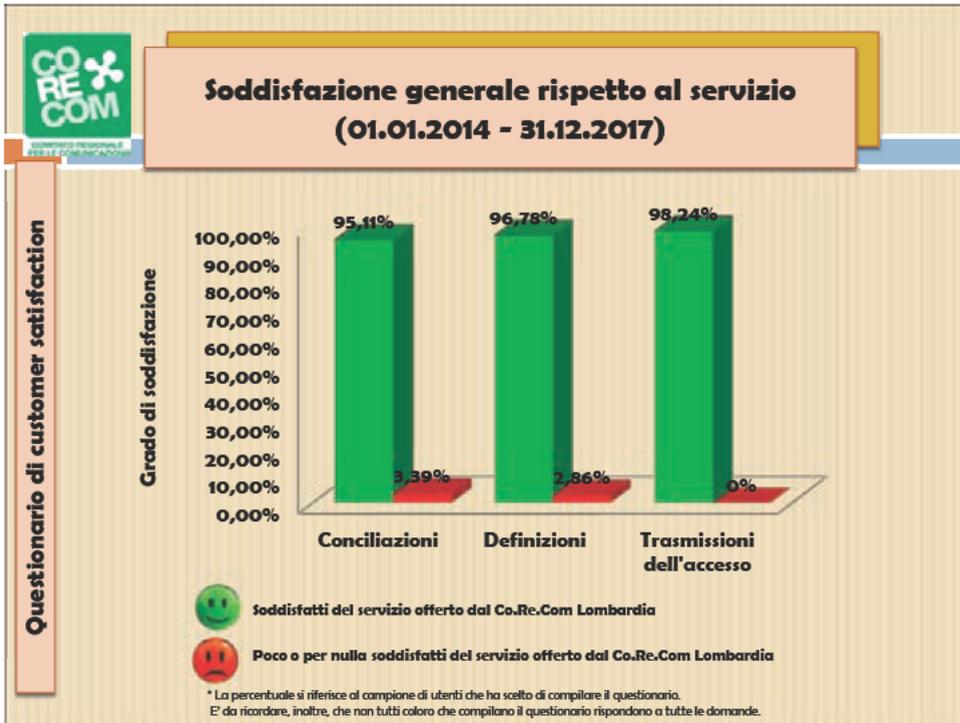
Questo Comitato ha infatti ulteriormente implementato le attività riconducibili alle funzioni proprie e delegate, svolgendo un copioso lavoro su molteplici fronti.

Grande attenzione, per esempio, si è posto nei confronti della *Tutela dei Minori*, (anche in relazione al ruolo che la Presidente riveste come Vicepresidente del Coordinamento Nazionale dei Presidenti dei Corecom, carica questa che attraversa tutte le deleghe unitamente alla specifica delega ai rapporti con la Conferenza delle Assemblee Legislative delle Regioni e Province Autonome, in rappresentanza della Governance.

In relazione a queste tematiche, e più specificamente a tutto ciò che inerisce la *web reputation*, declinata in particolar modo appunto sui giovani, partendo dalla delega A.G.Com. sulla tutela dei minori sulle TV e ampliando l’ambito ai nuovi media che sono la forma prioritaria di comunicazione e informazione per quella fascia di età, il Co.Re.Com. Lombardia ha rafforzato e implementato l’attività dello *Sportello Help Web Reputation Giovani*, servizio unico a livello europeo.

Per quanto riguarda la *Relazione sull’attività svolta durante la Governance*, si è voluto qui offrire una visione complessiva più chiara possibile dei temi affrontati e interpretati nell’ottica di un sistema funzionale al Comitato stesso, ossia un sistema all’interno del quale ciascuna funzione, attività, iniziativa, progetto ed evento, inter-dipende e inter-agisce con gli altri al preciso scopo di creare una continuità, espressione di valori per l’appunto funzionali al Comitato stesso, sovente preso a modello e punto di riferimento anche da altri Comitati per qualità e positivo riscontro delle sue iniziative, non solo a livello nazionale ma anche estero. L’auspicio, è di perseguire e continuare nel percorso scelto, ossia l’utilizzo di un modello di

comunicazione istituzionale soprattutto basato sulla comunicazione di servizio, ma non solo, comunque finalizzata a informare i cittadini su quanto il Comitato offre concretamente per rispondere alle loro necessità, sempre nel rispetto delle funzioni proprie e delegate.



N.B. dati riferiti alla decorrenza del servizio di customer satisfaction, avviato dal 2014

Comitato regionale per le comunicazioni

Il Co.Re.Com., in base all'art. 62 l.r. stat. 30 agosto 2008, n. 1, *Statuto di autonomia della Regione Lombardia*, è organo regionale indipendente di garanzia, che svolge funzioni di governo, di controllo e di consulenza in materia di comunicazioni, secondo le disposizioni della legge statale e della legge regionale.

Il Comitato opera nella duplice veste di organo della Regione - per conto della quale, con riferimento sia al Consiglio che alla Giunta, svolge soprattutto funzioni consultive - e di organo funzionale decentrato dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, per l'esercizio, sul territorio, di funzioni delegate.

Proprio questa seconda veste del Co.Re.Com. ha confermato ancora una volta il giudizio, marcatamente positivo, del Documento approvato dalla I Commissione permanente della Camera dei Deputati a conclusione dell'indagine conoscitiva avviata nel 2010, nel quale si afferma che: *“Per quanto riguarda il rapporto tra le autorità indipendenti e gli enti territoriali, l'indagine ha fatto emergere alcuni profili di rilievo. In primo luogo, si segnala l'esperienza positiva delle autorità che presentano un'articolazione sul territorio. A tale riguardo, merita speciale considerazione il settore delle comunicazioni elettroniche. Infatti, l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni ha un forte presidio sul territorio attraverso i comitati regionali per le comunicazioni, i cosiddetti Co.Re.Com., che sono organi funzionali dell'Autorità. Ad essi, in particolare, l'Autorità ha delegato con successo le procedure di conciliazione nelle controversie tra utenti e operatori di comunicazioni elettroniche nonché, più di recente, il monitoraggio delle emittenti radiotelevisive locali”*.

Le *funzioni delegate* sono state in prima battuta conferite al Co.Re.Com. Lombardia attraverso la sottoscrizione di una convenzione, i contenuti della quale sono stati approvati con l'Accordo-quadro stipulato in data 25 giugno 2003 tra l'Autorità, la *Conferenza dei Presidenti delle Assemblee Legislative delle Regioni e delle Province autonome e la Conferenza dei Presidenti dell'Assemblea, dei Consigli regionali e delle Province autonome*. La convenzione tra A.G.Com. e Co.Re.Com. Lombardia basata sull'accordo quadro del 2003, divenuta operativa dal maggio 2005, prevedeva che il Co.Re.Com. esercitasse le seguenti funzioni delegate: tutela dei minori nel settore radiotelevisivo; esercizio del diritto di rettifica sul sistema radiotelevisivo locale; vigilanza sulla diffusione dei sondaggi, svolgimento del tentativo obbligatorio di conciliazione nelle controversie tra operatori di telecomunicazioni e utenti.

Il 16 dicembre 2009, a seguito dell'Accordo quadro del 2008, è stata stipulata una nuova convenzione, con la quale, a partire dal 1° gennaio 2010, l'Autorità ha delegato al Co.Re.Com. Lombardia, in aggiunta alle precedenti, l'esercizio delle seguenti ulteriori funzioni: definizione, in seconda istanza, delle controversie tra

operatori e utenti dei servizi di telecomunicazioni; vigilanza sul rispetto degli obblighi di programmazione e delle disposizioni in materia di esercizio dell'attività radiotelevisiva locale, inclusa la tutela del pluralismo; gestione delle posizioni degli operatori nell'ambito del *Registro degli operatori di comunicazione* (ROC).

Attualmente sono in corso incontri per un rinnovo complessivo dell'Accordo quadro in quanto ad ogni Comitato Regionale per le Comunicazioni sono state conferite tutte le deleghe.

Per quanto riguarda le funzioni proprie, il Comitato esprime pareri in materia radiotelevisiva e cura la realizzazione di indagini, ricerche e studi. Esercita le funzioni previste dalla normativa nazionale di settore, in particolare, la L. 6 agosto 1990, n. 223, *Disciplina del sistema radiotelevisivo pubblico e privato*, la L. 31 luglio 1997, n. 249, *Istituzione dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo*, il D.lgs. 1° agosto 2003, n. 259, *Codice delle comunicazioni elettroniche*, la L. 3 maggio 2004, n. 112, *Norme di principio in materia di assetto del sistema radiotelevisivo e della RAI – Radiotelevisione italiana Spa, nonché delega al Governo per l'emanazione del testo unico della radiotelevisione*, il D.lgs. 31 luglio 2005, n. 177, *Testo Unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici*. Tra le funzioni proprie è da annoverare poi la vigilanza sull'applicazione delle norme a tutela della comunicazione politica e parità di accesso ai mezzi d'informazione a livello di sistema radiotelevisivo locale in periodo ordinario e soprattutto in periodo elettorale (cd. *par condicio*), prevista dalla L. 22 febbraio 2000, n. 28, *Disposizioni per la parità di accesso ai mezzi di informazione durante le campagne elettorali e referendarie e per la comunicazione politica*.

Il Comitato esercita anche funzioni facenti capo al Ministero dello Sviluppo economico, in particolare predisponendo la graduatoria per l'attribuzione dei contributi all'emittenza televisiva locale dei quali all'art. 45, comma 3, L. 23 dicembre 1998, n. 448, ed alla Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, in ordine all'organizzazione delle Tribune politiche regionali della RAI.

Composizione del Comitato

Il Co.Re.Com. Lombardia è costituito dal Presidente e da quattro componenti. La legge prevede che essi siano scelti in base alla loro competenza ed esperienza nel settore della comunicazione e che diano garanzie di assoluta indipendenza. Il Presidente del Comitato è nominato dal Presidente della Giunta regionale d'intesa con il Presidente del Consiglio regionale. I componenti sono invece eletti dal Consiglio regionale; tra loro il Comitato stesso nomina due Vice Presidenti. Tutti i componenti del Comitato restano in carica 5 anni, salvo scioglimento anticipato del Consiglio regionale. L'attuale composizione del Comitato è la seguente:



Presidente (sino al 20/3/2018)

Federica ZANELLA



Vice Presidente
Giulio BOSCAGLI



Vice Presidente
Gianluca SAVOINI



Componente
Stefano ROLANDO



Componente
Diego BORELLA

Parte seconda

Attività proprie

Introduzione

Nell'ambito delle funzioni proprie esercitate dal Co.Re.Com. a tutt'oggi, si segnalano la prosecuzione delle trasmissioni regionali dell'accesso radiotelevisivo e la vigilanza sulle emittenti televisive e radiofoniche e sulla stampa locale nonché sulla comunicazione istituzionale degli enti pubblici durante le campagne elettorali (c.d. *par condicio*), comprensiva del procedimento per il rimborso dei Messaggi autogestiti gratuiti (MAG).

Di particolare evidenza l'attività di comunicazione, con il completamento della campagna di sensibilizzazione sui servizi offerti dal Co.Re.Com. e la organizzazione di eventi su tematiche innovative o d'attualità.

Coordinamento dei Presidenti e dirigenti dei Co.Re.Com.

Per tutta la *Governance* e oltre, la Presidente ha mantenuto un intenso collegamento sia con l'A.G.Com. che il Coordinamento dei Presidenti dei Co.Re. Com. delle regioni e delle Province autonome di Trento e di Bolzano, partecipando a varie riunioni, in particolare a tutte le riunioni del Comitato media e minori e a diversi altri incontri istituzionali.

Impegno, questo, che il 18 settembre 2017 ha visto, nel Nuovo Coordinamento dei Presidenti Corecom, inaugurare un nuovo corso, con la nomina della Presidente Federica Zanella a *Vicepresidente* (carica che attraversa come competenza tutte le deleghe) a cui si aggiunge la specifica *Delega ai rapporti con la conferenza delle Assemblee Legislative delle Regioni e Province Autonome*.

Il Comitato Esecutivo del Coordinamento, è composto dal Presidente del Coordinamento e dal vice Presidente Vicario e da tre componenti e viene eletto con voto palese dall'Assemblea del Coordinamento su proposta del Coordinatore. La composizione del Comitato Esecutivo, deve assicurare la presenza equilibrata dei Comitati sotto il profilo geografico, nonché quella dei Comitati delle Regioni a statuto speciale e delle Province autonome, rispettando inoltre, qualora possibile, la rappresentanza di genere.

Comunicazione e pubblicità

La campagna di comunicazione finalizzata a rendere maggiormente conosciuto il servizio di conciliazione offerto dal Co. Re.Com., già avviata nell'anno 2011, è proseguita utilizzando gli strumenti messi a disposizione del *web 2.0*.

Il Co.Re.Com. infatti ha notevolmente rafforzato la propria presenza sui social media aprendo una bacheca su *Facebook* e creando un proprio account *Twitter*, senza trascurare l'opportunità data dalle trasmissioni dell'accesso, nonché di

varie trasmissioni su emittenti regionali e nazionali, come anche diverse uscite su carta stampata, legate a eventi e/o approfondimenti sulle attività del Co.Re.Com. Lombardia.

Tra queste, particolare seguito di telespettatori, da subito, ha riscontrato, *Telelombardia/Milanow – Sportello Comunicazione*; un appuntamento fisso con i telespettatori, in onda ogni lunedì in prima fascia serale, dalle ore 18:00 alle 19:00 per parlare in diretta telefonica su quesiti inerenti problemi di controversie con le compagnie telefoniche: fatturazione, migrazione e quant'altro. La Presidente Zanella risponde ai vari quesiti che le sono sottoposti. Nel corso della trasmissione si affrontano tutte le tematiche inerenti le funzioni del Co.Re.Com. *Proprie e Delegate*, con uno sguardo particolare alla *web reputation* e *cyberbullismo*.

Università lombarde e comunicazioni

Nel corso del 2017, il Co.Re.Com. Lombardia ha concluso la prima fase del progetto *Università lombarde e comunicazioni*.

In questo ambito, il Comitato ha svolto un'ampia ricognizione sull'offerta universitaria (didattica e ricerca) in materia di comunicazione e comunicazioni.

Attraverso un coinvolgimento diretto di tutti gli atenei del territorio regionale, si è proceduto alla costituzione di un gruppo di referenti, a più riprese riuniti presso la sede del Consiglio regionale, con l'obiettivo di promuovere la ricognizione con parametri omogenei.

Lo scopo è di portare in evidenza un quadro chiaro e completo di tutto ciò che viene insegnato (professori, materie, ambiti disciplinari) a tutti i livelli (triennale, biennio magistrale, post-laurea) sia nel campo della comunicazione (contenuti) sia nel campo delle comunicazioni (tecnologie, mercati e processi).

L'obbiettivo essenziale è quello di portare a dimensione di servizio informativo pubblico un quadro di informazioni prezioso per gli operatori, per le imprese, per l'insieme dei soggetti associativi e istituzionali che hanno a che fare con la realtà culturale, scientifica e professionale di un settore che va emergendo come una delle più importanti economie planetarie, che nel territorio lombardo ha una forte concentrazione di operatori a cui corrisponde anche un diffuso e variegato radicamento di attività universitario, finora non studiato e analizzato.

Il programma, approvato dal Comitato all'unanimità, è stato proposto e seguito dal prof. Stefano Rolando, componente di Co.Re.Com. Lombardia e docente universitario di ruolo nell'ambito delle scienze della comunicazione, con la collaborazione degli Uffici che hanno stimolato e accolto la documentazione.

Si è pressoché completata la prima fase del progetto che prevedeva non solo la condivisione metodologica ma anche la rilevazione analitica dei dati di base ateneo per ateneo (a cui ancora due atenei del territorio mancano alla consegna).

Gli ambiti sondati sono:

- *L'offerta dei programmi formativi*
- *Gli insegnamenti*
- *I dati sul placement*
- *I docenti connessi all'attività di ricerca*
- *I centri di ricerca e i dipartimenti*
- *I risultati più significativi e recenti dell'attività di ricerca*

Il Co.Re.Com. Lombardia, riunito martedì 13 marzo 2018 sotto la presidenza del vicepresidente vicario Giulio Boscagli, ha apprezzato gli esiti pur nella consapevolezza che essi devono ancora raggiungere il pieno conseguimento in tutti gli atenei del territorio e che si dovrà successivamente procedere a una sistemazione più omogenea ed a una esposizione di accompagnamento che consenta di cogliere e utilizzare facilmente il patrimonio delle informazioni così acquisite.

A tal fine, si è deliberato di mettere a disposizione l'informativa sul *sito web* del Co.Re.Com Lombardia dei materiali raccolti, che testimoniano di un fenomeno di importante crescita del settore nell'ambito dell'offerta formativa universitaria. Con gli auspici che nel quadro della prossima legislatura il programma sia sviluppato per conseguire tutti gli obiettivi prefissati.

Cyberbullismo: un aiuto dalle istituzioni

Lo Sportello "Help Web Reputation Giovani"

Anche per il web, di anno in anno il Co.Re.Com. Lombardia ha rafforzato e implementato l'attività dello *Sportello Help Web Reputation* declinato in particolar modo sui *Giovani*.

Lo *Sportello*, inaugurato nel Luglio 2014 come prima iniziativa pilota a livello europeo, ben presto è divenuto una tangibile realtà di servizio pubblico totalmente gratuito, rivelandosi da subito come positivo esempio in ambito regionale ma anche internazionale. Lo *Sportello*, è nato infatti per aiutare concretamente tutti gli utenti della *rete* nella tutela della propria reputazione digitale, propaggine, questa, sempre più significativa e reale della reputazione della persona. Lo *Sportello*, altresì non trascura *la piaga del Cyberbullismo* in tutte le sue declinazioni, in relazione alla quale in molti iniziano a muoversi, laddove il Co.Re.Com. Lombardia ha già trovato soluzioni concrete da proporre ai cittadini.

Come è noto, lo *Sportello* si declina in due aree:

- *Area di prevenzione*: attraverso la pianificazione, in collaborazione con l'Ufficio Scolastico Regionale della Lombardia, di interventi formativi nelle scuole, dedicati ad alunni e docenti e finalizzati a fornire una maggiore conoscenza “tecnica” riguardo l'utilizzo dei *social network*. Dall'apertura dello Sportello, il primo di luglio del 2014, sono stati realizzati più di 600 corsi formativi destinati a oltre 29.000 studenti delle 245 scuole secondarie di primo e secondo grado, nonché 15 incontri destinati esclusivamente a 4251 dirigenti e docenti scolastici.
- *Area concreta di aiuto*: mediante la predisposizione di uno Sportello e di un numero telefonico dedicato al quale gli interessati (se minorenni, tramite i propri genitori/tutori/ professori), possono chiedere interventi correttivi o di rimozione, nei casi che non siano di competenza della Polizia postale e delle comunicazioni. In sinergia con quest'ultima lo Sportello collabora con proficui risultati, ottenendo quasi sempre la rimozione di fattispecie rilevanti, attraverso azioni di *moral suasion* in tempi più ristretti rispetto a quelli che l'azione giudiziaria e autoritativa richiedono. Dall'apertura dello Sportello, sono stati effettuati oltre 100 interventi, per la quasi totalità conclusi con esito positivo.

Soprattutto nel corso della *Governance*, il Co.Re.Com. Lombardia ha consolidato l'esperienza dello *Sportello*; in particolare, ha confermato il protocollo d'intesa con la Prefettura di Milano in collaborazione con la quale il Co.Re.Com. ha promosso una serie di iniziative sul territorio. La gestione dello *Sportello* ha altresì consentito di consolidare sul campo la stretta collaborazione con la Polizia Postale e delle Comunicazioni.

Infatti, unitamente a tale attività di tutela, è proseguita la collaborazione con l'Ufficio Scolastico Regionale e con le scuole, per lo svolgimento di corsi formativi e informativi rivolti ai ragazzi, finalizzati ad attivare tutti gli strumenti di tutela della onorabilità e della propria *privacy*.

Tra gli obiettivi operativi, ovviamente oltre alla prosecuzione dell'attività dello *Sportello*, spicca la presenza del Co.Re.Com. nell'*Advisory Board* del progetto europeo *Safer Internet - Generazioni connesse*, costituito presso il MIUR per quanto riguarda l'Italia, che ha consentito a questo Co.Re.Com. di essere inserito con il proprio brand in una serie di materiali che ha raggiunto l'85% delle scuole italiane. Inoltre, la partecipazione al progetto vede il Co.Re.Com. Lombardia quale capofila di una *best practice* che, partita in via sperimentale in Lombardia, ha via, via, coinvolto anche altri Co.Re.Com., ciascuno secondo la propria sensibilità.

Il Co.Re.Com. Lombardia è attivamente protagonista nella diffusione del programma europeo *Safer Internet*, sia con la promozione anche attraverso i

programmi dell'accesso, sia con la partecipazione agli incontri nazionali nella giornata internazionale *Safer Internet* (progetto europeo), altresì partecipando con la propria esperienza e i dati acquisiti all'accrescimento del progetto a favore della tutela dei giovani in internet.

Su questo fronte, nell'ambito delle attività dello *Sportello*, si sono portati a compimento i corsi di prevenzione attivati su richieste delle scuole secondarie in materia di tutela della reputazione *on-line*, e si sono predisposti i Bandi per i corsi degli anni scolastici.

Sempre nel periodo 2013-2017/2018, sono proseguiti gli incontri dell'*Advisory Board* costituito presso il MIUR con diversi partner istituzionali per affrontare i diversi livelli della sicurezza in rete.

Inoltre, si sono attivati ulteriori accordi e protocolli di collaborazione istituzionale in materia di tutela dei giovani sul *web*. A livello nazionale, anche con la Polizia postale e delle comunicazioni, sono state individuate azioni sinergiche al fine di operare uniformemente su tutto il territorio regionale, rendendo ancor più significativi i risultati. Su questo e altre attività sempre più stretta è stata la collaborazione anche con altri Co.Re.Com. nazionali, per lo sviluppo sinergico di altre ulteriori attività di tutela dell'identità digitale dei più giovani, partendo sempre dall'esperienza dello *Sportello Help Web Reputation*.

Allo stesso modo, il Co.Re.Com. Lombardia ha preso parte ed ha promosso accordi di cooperazione internazionale sulla falsariga di quello in via di definizione con *Institute of watch internet network*, associazione paragonata di Taiwan supportata da cinque ministeri, fondamentali in termini di scambi di informazioni, *best practises*, e *alert* reciproci su "*undesirable websites located in all parties countries*".

Grazie alle caratteristiche di profonda innovazione e funzionalità dello *Sportello Help Web Reputation Giovani* e nell'ottica della straordinaria funzione di prossimità che i Comitati regionali delle comunicazioni svolgono, la Presidente Zanella ha preso parte a molti eventi, convegni e iniziative nazionali e regionali sul tema della *web reputation* e del *cyberbullismo* e della tutela della persona. Il tour promozionale e divulgativo sul tema si è avviato con l'iniziativa "*Lo Sportello Help Web Reputation Giovani: un aiuto dalle Istituzioni*", incentrata su incontri formativi e informativi per studenti, ai quali sono stati illustrati "*i pericoli della Rete*".

Attività di Ricerca, Convegni, Eventi di Comunicazione pubblica

Nel periodo di *Governance*, il Co.Re.Com. Lombardia ha dato ampio spazio alla comunicazione, attraverso una serie di eventi finalizzati ad approfondire le diverse tematiche di particolare attualità ed interesse.

In particolare, nei primi mesi del 2018, si evidenziano le seguenti iniziative ed eventi:

Il 29 gennaio 2018, nell'ambito delle giornate dedicate al tema della *Web Reputation* e del contrasto al *Cyberbullismo*, il Comitato ha organizzato la cerimonia per la consegna delle targhe-premio Co.Re.Com. Lombardia, conferite alla Polizia Postale e delle Comunicazioni. L'evento, tenutosi al 39° piano Belvedere di Palazzo Lombardia, sede della Giunta regionale, ha visto la premiazione di dirigenti e funzionari, protagonisti di "*Una vita da social*", il progetto che attraverso il truck itinerante della Polizia postale, dopo la sosta in Piazza Città di Lombardia Milano, ha ripreso il suo viaggio nelle piazze d'Italia a inizio del nuovo anno. Un Premio Speciale a dirigenti e funzionari della Polizia postale e delle comunicazioni è stato consegnato anche da parte del Governatore, Roberto Maroni.

Il 26 gennaio 2018, presso il Teatro Nuovo di Milano, su iniziativa del Co.Re.Com. Lombardia, è stato organizzato il convegno - evento "*Contro il Cyberbullismo. Uniti si vince!*", a cui hanno preso parte illustri rappresentanti delle Istituzioni, tra i quali: Raffaele Cattaneo (presidente del Consiglio regionale della Lombardia), Luigi Casero (Viceministro dell'Economia e delle Finanze, Cosimo Maria Ferri (sottosegretario alla giustizia), Marcello Cardona (Questore di Milano), Luca De Marchis (Comandante provinciale Arma dei Carabinieri), Ciro Cascone (Procuratore della Repubblica Tribunale dei Minori), Angelo Maria Cardani (Presidente AGCom), Giuseppe Pierro (Dirigente Ufficio II MIUR – coord. Safer Internet), Marco Valerio Cervellini (Responsabile progetti educativi Servizio di Polizia Postale e delle Comunicazioni), Marco Bussetti (Dirigente dell'Ufficio Scolastico regionale di Milano), Ivano Zoppi (Responsabile operativo Conacy), Filippo Lucci (Presidente del Coordinamento nazionale dei Co.Re.Com.), Elena Ferrara (Rappresentante Legge sul Cyberbullismo – Camera dei Deputati), Savino Accetta (Ass. La Bada degli Onesti).

Insieme a loro, anche molti Testimonial d'eccezione del mondo del Calcio professionistico, dello sport, dei media e blog, della musica e dello spettacolo, che attraverso il loro personale "*vissuto*" e la loro presenza, hanno, ciascuno in base alla loro sensibilità, trasmesso messaggi efficaci ai giovani, utilizzando il loro stesso linguaggio.

Al microfono si sono alternati: Francesco Toldo (F.C. Internazionale Milano -

Inter Forever), Marco Storari (portiere A.C. Milan), Fernando Proce (RTL 102.5), La Pina e Diego (Radio DeeJay), Francesco Sole (*web influencer*), Marco Cartasegna (ex tronista di Uomini e Donne), Antonio Andrea Pinna (*Pechino Express*), Pino Campagna (comico di Zelig) e Marta Pagnini (atleta Aeronautica). Molto nutrita la festosa presenza degli oltre 1000 studenti delle scuole lombarde che, accompagnati dai loro docenti e sollecitati dai testimonial, hanno risposto con entusiasmo, sfruttando appieno l'occasione per interagire dal vivo con i loro beniamini dei *social*, e non solo.

A poco più di un anno di distanza dalla precedente edizione, il Corecom della Regione Lombardia ha infatti commissionato a *OssCom. -Centro di ricerca sui media e la comunicazione dell'Università Cattolica* di Milano - una nuova indagine sulla *web reputation* di preadolescenti e adolescenti residenti in Lombardia. La ricerca, in coerenza con la precedente edizione, ha concentrato la sua attenzione sull'uso delle piattaforme di *social media* più frequentate e sulle pratiche comunicative più diffuse, al fine di individuare i comportamenti più rischiosi e le strategie più efficaci nella gestione della reputazione online. Nel novembre del 2017 un campione di 500 ragazzi e ragazze, rappresentativo - dal punto di vista socio demografico - della popolazione tra gli 11 e i 18 anni, utente abituale di Internet, ha risposto al medesimo questionario del 2016; i dati sono stati raccolti mediante interviste online (CAWI) integrate con interviste *face to face* (CAPI).

Sono state rilevate le pratiche d'uso dei *social media*, le modalità di costruzione del proprio profilo, le informazioni personali condivise, i rischi incontrati nel corso dei 12 mesi precedenti, le forme di intervento e di mediazione sociale cui si fa ricorso per far fronte alle minacce nei confronti della propria *web reputation*.

I dati raccolti consentono così di tenere monitorate le principali dinamiche emerse nel corso della ricerca del 2016, confermandone i tratti di fondo e segnalando i principali cambiamenti intercorsi in questi 18 mesi; da questo punto di vista, l'edizione 2017 restituisce una immagine coerente con quella rilevata nel 2016, contribuendo a confermare la rilevanza dei fenomeni osservati e la loro relativa stabilità.

Le 3 evidenze di maggior rilievo rispetto al 2016

1. La diffusione dei principali rischi (bullismo e sexting) fa registrare dati lievemente più bassi (- 2% per il bullismo; - 4% per il sexting), anche se la percentuale di utenti che si dichiarano turbati da queste esperienze resta la stessa.
2. Calano WhatsApp e Facebook (entrambi - 8%), cresce Instagram (+14%); il *social medium* più diffuso tra i 9-16enni è WhatsApp (36%) seguito da Facebook (31%) e Instagram (24%).
3. Cresce nelle scuole lombarde la diffusione delle forme di mediazione sociale attivate dagli insegnanti: "Ha avviato un progetto di sensibilizzazione agli usi

sicuri e responsabili dei social network” + 9%; “Mi ha aiutato a impostare la privacy del mio profilo su un social network” e “Mi ha consigliato come comportarmi con le persone con cui sono in contatto sui social network” + 5%”.

La sintesi dei risultati in 10 punti

1. I rischi più diffusi restano il bullismo (offline e online, pari al 27%), il sexting (19%) e l'abuso dei dati personali. La ricerca rileva un calo rispetto al 2016 di 2 punti % per il bullismo e di 4 punti % per il sexting: si tratta di una indicazione positiva, per quanto esigua, perché sembra testimoniare una dinamica consolidata e non espansiva. Ciononostante, vale la pena osservare che la percentuale di chi si dichiara “turbato” è pressoché identica a quella del 2016 (18% per bullismo e 12% per sexting), a riprova della permanente nocività di questi comportamenti.
2. Rispetto al 2016, la principale novità è rappresentata dalla rapida crescita della piattaforma Instagram (24%, + 14%). La centralità di WhatsApp (36%, - 8%) e la progressiva sostituzione di Facebook (31%, -8%) con Instagram - le cui *affordance* spingono a privilegiare profili pubblici – costituiscono due elementi importanti nel modificare velocemente l'ambiente digitale in cui si relazionano i più giovani, aumentando, entro certi limiti, l'esposizione ai classici rischi della rete. Il calo di Facebook è più marcato fra i più giovani, che già nel 2016 erano forti utilizzatori di Instagram. Instagram cresce soprattutto fra i 15-18enni (passando dal 5% al 24%) e fra le ragazze (dal 16% al 33%), dove supera di gran lunga l'uso di Facebook e raggiunge Whatsapp.
3. Il dato relativo alla mediazione realizzata dagli insegnanti lombardi fa segnare lo scarto in positivo più significativo rispetto al 2016, a conferma di una notevole capacità di iniziativa da parte della scuola lombarda, che vede negli insegnanti un presidio essenziale e che merita ulteriori sforzi di valorizzazione (“Ha avviato un progetto di sensibilizzazione agli usi sicuri e responsabili dei social network” + 9%; “Mi ha aiutato a impostare la privacy del mio profilo su un social network” + 9%; “Mi ha consigliato come comportarmi con le persone con cui sono in contatto sui social network” + 5%)
4. Per la stragrande maggioranza dei giovani lombardi che usano Internet (83%, pari al 94% degli adolescenti e al 73% dei preadolescenti), la presenza su uno o più siti di social network costituisce la norma, secondo un modello ampiamente diffuso di continuità e integrazione fra dimensioni offline e online.
5. La necessaria e volontaria *self disclosure* implicata nelle pratiche di *social networking* non significa, però, inconsapevolezza dei rischi potenzialmente insiti nei *social media*; in generale gli intervistati dimostrano una discreta capacità di gestire la propria privacy su tali piattaforme.
6. Ciononostante, alcune categorie di utenti sono caratterizzate da una maggiore esposizione al rischio. In generale, i maschi risultano più esposti rispetto alle

femmine (46% di profili pubblici contro il 36%); dal punto di vista dell'età, bisogna distinguere tra comportamenti imprudenti o ingenui, connessi alla mancanza di competenze digitali, propri dei preadolescenti (34% di profili pubblici), e comportamenti potenzialmente rischiosi, talvolta espressione di una tendenza ad accettare il rischio, propri degli adolescenti (47% di profili pubblici).

7. Una maggiore esposizione al rischio non implica sempre e necessariamente una maggiore probabilità di danno; la ricerca conferma che se maschi e adolescenti sono i soggetti più esposti ai rischi, le femmine e i preadolescenti costituiscono i soggetti più vulnerabili, perché il danno che patiscono tende a essere maggiore.
8. Il management della propria *web reputation* conosce varie forme, ma quelle più diffuse sembrano essere quelle a carattere 'correttivo – come la cancellazione di contatti (63%) o di contenuti indesiderati o non più ritenuti adeguati (43%) – piuttosto che 'preventivo'.
9. Gli adulti significativi – genitori (82% la madre, 65% il padre) e insegnanti (28%) – insieme al gruppo dei pari (76%) costituiscono utili risorse di mediazione sociale, anche se i dati sembrano indicare con maggiore probabilità un loro intervento a posteriori, a sostegno delle strategie di *coping* dei giovani, piuttosto che una capacità di prevenzione. Bisogna osservare che la tendenza a rivolgersi a figure istituzionali appare ancora ridotta rispetto al ruolo di supporto della famiglia, ma in crescita rispetto al 2016 di 5 punti % (qualcuno il cui lavoro è aiutare i ragazzi = 31%). Costante è il riferimento allo Sportello Help Web Reputation Giovani della Regione (17%).
10. Ciononostante, il ruolo degli insegnanti, che si dimostrano mediamente in grado di intercettare le situazioni più problematiche e rischiose e di rispondere a tali situazioni con diverse forme di supporto, sembra sempre più decisivo per accompagnare i più giovani all'acquisizione di maggiore consapevolezza dei rischi e di migliore gestione dei propri profili online. Più di un terzo dei ragazzi intervistati (37% contro il 33% del 2016) segnala almeno una iniziativa scolastica in questo senso.

Anche nel 2017, il Co.Re.Com. Lombardia ha dato ampio spazio alla comunicazione, attraverso una serie di eventi finalizzati ad approfondire le diverse tematiche di particolare attualità ed interesse, così come le apparizioni televisive presso le varie emittenti televisive locali e nazionali. In particolare, si evidenziano le seguenti iniziative ed eventi:

Il 1 dicembre 2017, presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, si è tenuta agli studenti una lezione esplicativa delle attività e funzioni svolte dal Co.Re.Com. Lombardia, in particolare si è focalizzato l'intervento sulla parcondicio, la vigilanza e monitoraggio radiotelevisivo locale e il cyberbullismo e la *web reputation*.

Il 15 novembre 2017, presso la Sala della Lupa - Palazzo Montecitorio, Roma - su iniziativa dei Co.Re.Com. di Lombardia, Lazio e Campania, si è organizzato il Convegno “*Cyberbullismo e comportamenti in Rete dei ragazzi: un viaggio da nord a sud*”. Nell’evento, è stata presentata una ricerca congiunta nelle tre regioni come *benchmark* rappresentativi a livello nazionale, condotta dalle Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, La Sapienza e LUMSA di Roma e Federico II di Napoli, sui giovani tra gli 11 e 18 anni utente di Internet, per una fotografia dei comportamenti online più rischiosi degli adolescenti. Il fenomeno del bullismo (offline e online) con il 27,8% si conferma al primo posto nella classifica dei rischi connessi al comportamento dei giovani sul web, seguito dal sexting (20,1%) e dall’abuso dei dati personali (24% - 4,3%).

Dopo i saluti istituzionali del Questore della Camera dei Deputati Stefano Dambroso, del Sottosegretario alla Giustizia Cosimo Maria Ferri e del Sottosegretario all’Istruzione Gabriele Toccafondi, è seguita la *presentazione dei risultati della ricerca sull’uso della rete da parte degli adolescenti*, coordinata dal Presidente Co.Re.Com. Lazio Michele Petrucci, che ha sottolineato il significato e l’importanza della collaborazione interistituzionale tra i Corecom e con i centri di competenza territoriale costituiti dalle Università coinvolte. Hanno partecipato Domenico Falco (Presidente Co.Re.Com. Campania), Pier Marco Aroldi (OssCom - Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano), Francesca Ieracitano (Università LUMSA di Roma), Simone Mulargia (Università La Sapienza di Roma), Raffaele Savonardo (Università Federico II di Napoli). E’ seguito l’intervento di Annunziata Ciardi (Direttore del Servizio Polizia Postale e delle Telecomunicazioni, che ha dato una lettura dei risultati dello studio e ricordato l’azione al riguardo svolta dalla Polizia Postale.

Sul ruolo delle istituzioni tra normativa e azioni concrete, si è moderato il successivo dibattito, arricchito dagli approfondimenti del Commissario Agcom Antonio Martusciello, della Senatrice Elena Ferrara, della Deputata Mariastella Gelmini, del Presidente Istituto Italiano Privacy Luca Bolognini e del Consigliere della Regione Lazio Marta Bonafoni. A *chiusura dei lavori*, l’intervento di Angelo Marcello Cardani, Presidente dell’AGcom.

All’interno del convegno, è stato inoltre presentato il Rapporto “*Web Reputation e comportamenti online degli adolescenti in Italia*”, un’indagine congiunta nelle tre regioni, Lombardia, Lazio e Campania, realizzata per il Corecom Lombardia da OssCom. Centro di ricerca sui media e la comunicazione dell’Università Cattolica di Milano.

Muovendo dai dati emersi da una precedente Ricerca commissionata ad OssCom all’inizio del 2016, si era fotografata l’esperienza dei giovani lombardi *online*; in particolare concentrando l’attenzione sulle piattaforme dei social media più frequentati e sulle pratiche comunicative più diffuse, anche al fine di individuare i

comportamenti più rischiosi e le strategie più efficaci nella gestione della reputazione digitale.

A circa diciotto mesi di distanza, su iniziativa dei Corecom della Lombardia, del Lazio e della Campania, *nell'ambito delle funzioni di vigilanza e la tutela dei minori*, le Università Federico II di Napoli, La Sapienza e LUMSA di Roma e l'Università Cattolica di Milano, hanno realizzato una Ricerca congiunta nelle tre regioni, con l'intento di estendere la base dei dati, aggiornare le conoscenze in merito a questi fenomeni e confrontarsi sugli elementi di forza e di criticità rilevabili in prospettiva cross-regionale. L'indagine nelle tre regioni come *benchmark* rappresentativi a livello nazionale è stata condotta sui giovani tra gli 11 e 18 anni utenti di Internet, per una fotografia dei comportamenti online più rischiosi degli adolescenti. Il fenomeno del *bullismo* (offline e online) con il 27,8% si conferma al primo posto nella classifica dei rischi connessi al comportamento dei giovani sul web, seguito dal *sexting* (20,1%) e dall'*abuso dei dati personali* (24% - 4,3%).

Principali risultati emersi

L'uso dei *social media* si conferma centrale nell'esperienza online dei più giovani, risultando particolarmente diffuso sia tra i preadolescenti (11-14 anni) che tra gli adolescenti (15-18 anni) che accedono a *Internet*: l'86,5% degli utenti tra gli 11 e i 18 anni ha almeno un profilo su un sito di *social network* (SNS) e quasi un terzo di essi (31,3%) ha più profili su diverse piattaforme; I tre *social network* usati più di frequente sono WhatsApp (37,3%), Facebook (36,5%) e Instagram (18,8%) ma la loro preferenza risente di alcune variabili socio-demografiche, tra cui spiccano l'età e il genere.

Nel dettaglio, solo il 13,6% dei giovani campani considera il profilo di Instagram quello usato più spesso, contro il 18,8% dei giovani laziali e il 24,4% dei lombardi.

Rispetto alle modalità di impostazione del profilo individuale, utile a qualificare l'esperienza *online*, più della metà ha un profilo privato (57%), più di un terzo ha un profilo pubblico (40,3%), mentre solo il 2,7% sembra inconsapevole o non ricordare quale opzione abbia scelto.

In particolare, ha un profilo pubblico il 45,8% dei campani, il 41,4% dei lombardi e solo il 33,7% dei giovani del Lazio.

Le informazioni personali condivise sul profilo dalla maggioranza degli intervistati includono una foto che mostra chiaramente il proprio volto (73%), foto o video personali (72,2%), il cognome (64,7%), l'età vera (51,5%), mentre quasi la metà condivide la scuola frequentata (46,5%).

Condivide una foto che mostra chiaramente il volto il 67,2% dei ragazzi del Lazio, il 72% di quelli della Lombardia e il 79,6% di quelli della Campania; inserisce il cognome il 59,6% dei lombardi, il 61,7% dei laziali e il 72,4% dei campani.

Tra le pratiche comunicative *online* più rischiose messe in atto nell'ultimo anno, il 59,9% degli intervistati ha cercato nuovi amici sui *social network*, poco meno della metà (45,7%) ha aggiunto alla propria lista di contatti persone che non avevano incontrato faccia a faccia o inviato loro informazioni personali (30,9%).

I giovani intervistati si dimostrano abbastanza consapevoli dei rischi di una cattiva gestione della propria reputazione *online*, ricorrendo a pratiche "correttive" relative alla gestione della propria lista di contatti con la cancellazione di amici o contatti non più desiderabili (60,4%) e agendo in via "preventiva" con la decisione di non pubblicare qualcosa per paura che possa danneggiare la propria immagine (36,2%) o di pubblicare messaggi in codice che solo alcuni amici possano capire (25,1%).

I rischi più diffusi sono il bullismo, sia *offline* che *online* (27,8%), seguito dal *sexting* (20,1%) e dall'abuso dei dati personali, con percentuali variabili a seconda delle sue diverse forme (da un minimo di 4,3% ad un massimo di 24%).

Le differenze più significative si osservano per quanto riguarda la percentuale di giovani che dichiara di non essere stata vittima di cyberbullismo (64% Campania, 68,3% Lazio e 70,7% Lombardia), e rispetto a chi ha dichiarato di non conoscere nessuno a cui è capitato un episodio legato al cyberbullismo: 54,5% dei giovani campani, 60% dei laziali e 63,1% dei lombardi. Il bullismo *offline* è ancora più diffuso del cyberbullismo, che comunque interessa tutte le piattaforme di SNS: il 39,6% delle vittime lo ha sperimentato su Facebook, il 31,7% su WhatsApp, il 14,3% tramite chiamate e SMS sul proprio cellulare e l'8,1% su Instagram.

Le esperienze negative su *Internet* portano i ragazzi ad adottare una combinazione di strategie per ridurre lo stress emotivo e psicologico, rispetto alle quali la mediazione e la prevenzione scolastica inizia ad acquisire un certo peso: un terzo degli intervistati dichiara di aver ricevuto consigli dai propri insegnanti su come comportarsi con i propri contatti *online* (32%) e su cosa fare nel caso in cui qualcosa li turbasse o infastidisse su internet (32,7%).

Dando seguito alle precedenti ricerche (*Demoskopea - 2014 e Osscom Università Cattolica Sacro Cuore di Milano - 2016*) e al fine di aggiornare l'analisi già svolta ed ampliarla, il Co.Re.Com. Lombardia ha commissionato una nuova indagine ad OssCom. *La Web Reputation dei giovani lombardi: primi elementi di un'analisi diacronica (2016/2017 dei dati principali)*

Il Rapporto 2017 sui comportamenti a rischio online degli adolescenti, a poco tempo trascorso dalla rilevazione del 2016, consente di tenere monitorati i dati essenziali che descrivono il fenomeno dell'esperienza online dei giovani lombardi che, per sua natura, tende a mutare molto velocemente.

Tale monitoraggio, pur restituendo una fotografia sostanzialmente coerente e omogenea con quella del 2016, evidenzia alcuni significativi - anche se non macroscopici - slittamenti:

La diffusione dei SNS presso i giovani lombardi resta sostanzialmente stabile e quantitativamente rilevante, ma cambiano le preferenze degli utenti nei confronti dei singoli SNS. Se Whatsapp si conferma la piattaforma utilizzata più frequentemente, il dato più rilevante, in linea con quanto avviene anche a livello internazionale, è il calo dell'uso di Facebook (-8%) soprattutto a vantaggio di Instagram (+14%). Facebook: 31% (39% nel 2016); Whatsapp: 36% (44% nel 2016); Instagram: 24% (10% nel 2016); Twitter: 1% (3% nel 2016); YouTube: 5% (3% nel 2016); Snapchat: 1% (2% nel 2016); Tumblr 0% (0% nel 2016).

Dal punto di vista della gestione della privacy, i soggetti intervistati appaiono lievemente più consapevoli circa la natura pubblica o privata del proprio *status*; seppure questo risulti in misura maggiore il *privato* (57%), bisogna rilevare che il dato è in calo rispetto al 2016 (64%). Tale calo è però probabilmente da mettere in relazione con crescente diffusione di Instagram che non prevede la privatezza del profilo.

Pubblico: 41% (33% nel 2016); Privato: 57% (64% nel 2016); Non so, non ricordo: 1% (3% nel 2016).

Il management della propria privacy costituisce un'attività importante per i giovani lombardi, e si articola più o meno nelle medesime forme rilevate nel 2016. La variazione più significativa riguarda l'impostazione del profilo in modo che includa direttamente il luogo nei post, commenti o foto (+9%), ed è anch'essa probabilmente da ricondurre alla crescente importanza di Instagram e delle relative *affordance*.

Interessante è anche la pratica di migliorare il proprio aspetto prima di pubblicare una foto (+3%).

Altri piccoli scarti possono suggerire sia una maggiore attenzione da parte dei giovani utenti a gestire l'immagine altrui, sia una minore cura da parte degli interessati a chiederne la tutela. Maggiore prudenza e maggiore efficacia dei profili sembrano comunque convivere - talvolta problematicamente - in questa situazione.

In merito ai rischi sperimentati dai giovani lombardi, l'indagine ha monitorato i rischi di *bullismo (offline e online) sexting e abuso dei dati personali*.

Tra i tre, il più diffuso resta il *bullismo* con un calo di 2 punti % rispetto al 2016. Il *sexting* segue con 19% e un calo di 4 punti %. In entrambi i casi, però, vale la pena osservare che la percentuale di chi si dichiara "turbato" è identica, a riprova della permanente nocività di questi comportamenti.

Vittima di Bullismo e Cyberbullismo: 27% (29% nel 2016); Vittima di Sexting: 19% (22% nel 2016).

Per quanto riguarda l'abuso dei dati personali, l'entità del fenomeno è stabile, anche se cambia in minima parte la sua struttura: cala di 5 punti (rispetto al 25% del 2016) la sua forma più diffusa "*sei stato taggato in una foto in cui non volevi comparire*" ma crescono debolmente altre forme di abuso.

Dal punto di vista del *coping* e della prevenzione, si confermano come principali

punti di riferimento, soprattutto i genitori (madre in primis) e il gruppo dei pari; lo scarto in positivo più rilevante riguarda gli adulti “*il cui lavoro è aiutare i ragazzi*” (+5%) e gli insegnanti (+2%), a indicare una fiducia crescente in questo tipo di figure istituzionali.

Il 28 ottobre 2017, presso Villa Medici a Roma, si è preso parte al Convegno promosso da “*Eurovisioni - International Festival di Cinema e Televisioni*” che ha affrontato il tema sul *nuovo contratto di servizio pubblico*.

Nel quadro del convegno presieduto dal prof. Stefano Rolando (componente del Co.Re.Com. e vicepresidente di *Eurovision*), l'intervento si è focalizzato sul punto di vista dei Co.Re.Com. regionali nello svolgimento della loro funzione di prossimità, attraverso la quale riescono a recepire le istanze del territorio sotto i diversi aspetti della: tutela dei minori, digitalizzazione, accesso ai media per parte dei diversamente abili a contenuti anche in chiave di alfabetizzazione digitale e sul rispetto del pluralismo politico e sociale.

Il 18 ottobre 2017, presso la Sala Pirelli annessa alla sede del Consiglio regionale della Lombardia, il Comitato ha partecipato al Convegno “*TV Talk Show e politica - Ieri - Oggi - Domani*”. L'intervento si è basato su un excursus generale delle attività e funzioni, proprie e delegate, del Co. Re.Com. Lombardia, seguito da un approfondimento sul tema della par-condicio.

Il 10 ottobre 2017, presso MIB Milano, si è preso parte al Convegno “*La scommessa dell'autonomia lombarda: referendum e voto elettronico - alle urne per la prima volta in Italia con voting machine*”. L'intervento si è concentrato sulla comunicazione in periodo elettorale - referendario e sulla par condicio.

Il 27 settembre 2017, presso l'*Auditorium G. Gaber* annesso alla sede del Consiglio Regionale della Lombardia, il *Workshop Cyberbullismo - il ruolo delle Aziende Sanitarie e dei professionisti per contrastare un fenomeno in crescita*, ha focalizzato i fenomeni del *cyberbullismo* e della *web reputation*, attraverso l'aiuto concreto svolto da parte del Co.Re.Com. Lombardia. Una giornata di approfondimento per riconoscere combattere il fenomeno, con la partecipazione di insegnanti, studenti, genitori e operatori del settore anche sanitario.

Il 20 e 21 settembre 2017, presso l'*Auditorium* dell'Istituto Don Bosco di Milano, a seguito dell'approvazione della Legge nazionale n. 71/2017 sul contrasto al bullismo e cyberbullismo, si è svolto il Corso di formazione di due giornate, riservato agli oltre 1200 tra professori, docenti referenti d'Istituto sul bullismo - Cyberbullismo e insegnanti degli IeFP con due interventi sul tema del contrasto al Cyberbullismo e della Web Reputation.

Il 17 luglio 2017, presso MiB di Milano si è tenuto il dibattito “*Fake news, tutela dei diritti della persona, e nuove sfide per l’editoria e il web*”. Il Comitato ha preso parte all’iniziativa con due interventi che hanno arricchito il dibattito a cui, tra gli altri, sono intervenuti anche il Presidente della Regione Lombardia, Roberto Maroni, il consigliere regionale Fabio Pizzul e il Prof. Ruben Razzante.

Il 15 e 16 giugno 2017, presso la Sala dei convegni del G. H. Villa Igea di Palermo, si è tenuto il Convegno “*Nativi digitali tra verità e inganno. Web Reputation, cyberbullismo e fake news*”, organizzato dal Co.Re.Com. Sicilia con la partecipazione del Co.Re.Com. Lombardia.

Il 12 giugno 2017, presso la Prefettura di Milano, al nuovo Prefetto Luciana Lamorgese sono state descritte le funzioni svolte dal Co.Re.Com. Lombardia, in particolare modo si sono illustrati i dati statistici dell’attività svolta dallo Sportello Help Web Reputation Giovani, a tre anni dall’apertura avvenuta nel giugno-luglio 2014.

Il 31 maggio 2017, presso l’Auditorium Giorgio Gaber di Palazzo Pirelli, sede del Consiglio regionale della Lombardia, e sempre sul tema *del Cyberbullismo e la tutela dei minori sulla rete*, il Comitato ha organizzato il Convegno “*Cyberbullismo, Sexting, Web Reputation: la tutela dei Minori in Rete e sui media*”. Un importante evento che ha ottenuto ottimi riscontri in termini di partecipazione ed eco mediatico. L’iniziativa ha visto anche un approfondimento con una testimonianza su questo fenomeno sempre più attuale, di cui il Co.Re.Com. Lombardia si occupa da anni. Altresì sono state presentati i dati delle richieste di rimozione ricevute dallo Sportello e risolte positivamente: l’87% con un 30% di casi legati a *cyberbullismo* e un 23 % legato al *sexting*.

Nella seconda parte del Convegno, che ha anche “abbracciato” le disposizioni a *Tutela dei Minori* dettate nella nuova Legge sul *Bullismo telematico* recentemente approvata all’unanimità dalla Camera dei Deputati, si sono tenute due specifiche Tavole rotonde, a cui hanno preso parte:

- “*Stato dell’arte della normativa su cyberbullismo, tutela della persona e dei minori su media/web*” con la partecipazione di Mariastella Gelmini (Onorevole Camera dei Deputati), Gabriele Dossena (Presidente Ordine dei Giornalisti Lombardia), Camilla Bistolfi (Direttrice del Settore Aggiornamenti Normativi e del Centro Nazionale Anti-Cyberbullismo dell’Istituto Italiano per la Privacy), Ruben Razzante (Docente di Diritto dell’informazione all’Università Cattolica del Sacro Cuore di Gesù - Milano), Piermarco Aroldi (Direttore OssCom Università Cattolica del Sacro Cuore di Gesù - Milano), Fabio Pizzul (Consigliere regionale) e Rosy Russo (ideatrice di Parole O-Stili).

- “Azioni concrete sul territorio contro il Cyberbullismo” con la partecipazione di Marco Valerio Cervellini (Responsabile progetti educativi Servizio Polizia Postale e delle Comunicazioni), Luca Bernardo (Direttore della Casa Pediatrica e Centro Antibullismo Ospedale Fatebenefratelli di Milano), Paola Ferrari (Portavoce nazionale dell’Osservatorio sul Bullismo e Doping), Savino Accetta (Presidente Associazione La Banda degli Onesti), Ivano Zoppi (Presidente Pepita Onlus) e Paolo Biotti (Direttore Associazione Sportiva Fight1).

All’interno del Convegno, anche uno spazio dedicato alle Testimonianze dei molti personaggi amati dai giovani e in grado di parlare loro molto efficacemente: da quella video di Javier Zanetti, acclamato campione di sport, da sempre molto impegnato nel sociale, a quella presente, molto emozionante, *del padre di Carolina* - la ragazza di soli quattordici anni che nel gennaio del 2013 si tolse la vita dopo aver subito atti di bullismo in rete “uccisa - come dice lui - da quei 2600 like fatti di insulti e volgarità, a corredo di un video a sfondo sessuale messo in rete da ragazzini poco più grandi di lei”.

Altrettanto *seguite* anche le testimonianze della conduttrice radiotelevisiva Costanza Caracciolo e del giovane *youtuber* Leonardo Decarli, premiati dagli Assessori regionali Antonio Rossi (ex campione olimpico) e Francesca Brianza e da altre autorità presenti insieme agli atleti militari dell’Aeronautica, dell’Esercito e delle Fiamme Azzurre: Eleonora Anna Giorgi, atleta olimpica (marcia) delle Fiamme Azzurre, Sara Jemai, Caporale dell’Esercito, Valentina Trapletti, Caporal Maggiore Scelto Esercito, Manuela Levorato, 1° Aviere Scelto dell’Aeronautica Militare, Marta Pagnini, Aviere Capo dell’Aeronautica Militare.

Tutti gli attori convenuti all’evento hanno dedicato un momento in ricordo alle giovani vittime di *Cyberbullismo*, con un gesto simbolico di sentita partecipazione sottolineata dagli applausi dei convenuti, liberando nell’aria palloncini recanti i nomi di tutti i ragazzi che hanno perso la vita, nell’auspicio che mai più nessuno, minore, adolescente e adulto, muoia a causa del *Cyberbullismo* e delle sue *declinazioni*.

Il 15 maggio 2017, presso il Belvedere del 31° piano di Palazzo Pirelli, il Co.Re. Com. Lombardia ha organizzato la proiezione del film “*Talking to the trees*”, in accordo con l’Ufficio di Presidenza e il Garante per l’infanzia e l’adolescenza.

La pellicola, di Ilaria Borrelli, Guido Freddi con interpreti la stessa regista, Philippe Caroit e Seta Monyroth, è un road movie della speranza che ha affrontato un tema molto importante, da un particolare punto di vista: la tutela minori, sia pure ampiamente intesa.

La visione del film, come in altri prestigiosi consessi quali: le Nazioni Unite di Ginevra, il Parlamento Europeo di Bruxelles e la Camera dei Deputati in Italia, si è svolta al fine di aiutare il dibattito e la discussione di leggi sulla tutela dei minori. Il film è stato inoltre selezionato per il *David di Donatello 2017* e ha vinto

molti premi internazionali tra cui Premio *Miglior Film al Festival Los Angeles Women International* e *Miglior Film al Miami Women in Arts International*. Il film è stato sostenuto da varie organizzazioni umanitarie tra cui Caritas, Unicef, Ecpat, Amnesty e Terres des Hommes e da molte personalità che si occupano di minori.

Il 11 maggio 2017, presso la IV Commissione - Consiglio regionale della Lombardia, il Comitato ha intrattenuto un'audizione in tema di ROC (Registro Operatori Comunicazione) nel corso della quale ha sottolineato la piena collaborazione con il Consiglio regionale per ricercare una modalità di supporto per le Televisioni locali, per l'importanza del servizio che svolgono sul territorio con informazione pluralistica e di qualità e che al contempo assicura un significativo mantenimento dei livelli occupazionali nel settore.

Il 26 aprile 2017, presso la sede del Co.Re.Com. Campania, si è tenuto il Convegno "*Mezzo secolo di televisione libera*" nel corso del quale si è parlato in tema di - *libertà e qualità dell'informazione*.

Il 22 aprile 2017, presso il Palazzo delle Stelline, si sono tenuti "*Gli Stati generali dell'informazione in Lombardia*", organizzato da Regione Lombardia e ODG Lombardia. Il Comitato, ha preso parte insieme agli altri attori: INPGI, Docenti universitari, stampa, radio, TV, web e media locali. L'intervento della presidente Federica Zanella ha preso in esame - *lo scenario in Lombardia: numeri, dati, statistiche e tendenze del mercato nel settore radio-televisivo, criteri di assegnazione delle sovvenzioni alle tv locali e altri temi in materia di vigilanza e monitoraggio sulle emittenti radiotelevisive locali*.

Il 21 aprile 2017, presso il Palazzo di Giustizia di Milano in occasione della presentazione del *Manuale di Diritto dell'Informazione e della Comunicazione* del Prof. Ruben Razzante, si è tenuto il dibattito "*La tutela dei diritti in Rete*" nel corso del quale si è affrontato il tema del *ruolo dei Co.Re.Com. nel governo delle telecomunicazioni*.

Il 5 aprile 2017, presso la Sala Pirelli, si è tenuto il Convegno a carattere formativo per i giornalisti, "*La Comunicazione: un viaggio tra TV, Internet e social media*", con interventi inerenti il tema della vigilanza e monitoraggio sulle emittenti radiotelevisive locali.

Il 31 marzo 2017, la Tavola rotonda organizzata all'interno del Convegno "*Corecom Toscana – 5 anni di comunicazione*" che si è svolto presso Palazzo Bastogi a Firenze ha approfondito le molteplici tematiche svolte dai Comitati regionali, in particolare legate alla tutela dei minori sul web.

Il 22 marzo 2017, presso l'Istituto Industriale Statale Leonardo da Vinci di Como, si è tenuto un Convegno organizzato dalla Consigliere regionale Daniela Maroni e da Kiwains Club Como, sul tema del "Bullismo in classe e online: come si manifesta e come si contrasta" che ha affrontato anche il tema "Cyberbullismo e tutela della web reputation: una risposta dalle Istituzioni".

Il 22 marzo 2017, organizzato da CDO - Compagnia delle Opere Sociali - si è tenuto un evento formativo sul tema del "Bullismo e Cyberbullismo" rivolto a educatori provenienti da tutta Italia, impegnati in opere socio educative associate che ha visto interventi sul tema del "Cyberbullismo e tutela della web Reputation: una risposta dalle Istituzioni".

Il 20 marzo 2017, nell'ambito della Giornata della Legalità - IV edizione si è organizzato un dibattito aperto con esperti del settore per confrontarsi su Cyberbullismo, contrasto violenza di genere, contraffazione, azzardopatia. L'iniziativa "Legalità e rispetto si imparano da giovani", si è svolta presso la Sala Pirelli annessa alla sede del Consiglio Regionale. L'evento ha voluto celebrare la Giornata della Legalità, declinandola sui temi sensibili che stanno molto a cuore, nell'ambito di un costruttivo confronto con studenti, genitori e istituzioni.

Il 17 marzo 2017, presso l'Università degli Studi di Milano - Palazzo Greppi - il Comitato ha partecipato al Convegno "Il fenomeno del Cyberbullismo tra norme oggi in vigore e prospettive di riforma". L'intervento inerisce la Web Reputation e comportamenti a rischio online: un aiuto dalle Istituzioni.

Il 7 marzo 2017, presso la Camera dei Deputati, si è tenuta la Tavola rotonda sul tema della "Tutela della dignità dei minori sul web: un aiuto dalle Istituzioni". L'intervento del Comitato era mirato sulla privacy dei minori online, alla luce del nuovo regolamento generale UE sulla protezione dei dati.

Il 20 febbraio 2017, presso il 39° piano Belvedere di Palazzo Lombardia, sede della giunta regionale, si è tenuto il Convegno "Tutela dei diritti nel web: la parola agli esperti della Rete", che ha affrontato il tema della Web Reputation e diritto all'oblio. All'interno dell'iniziativa, la presentazione del Manuale di diritto dell'informazione a cura del prof. Ruben Razzante.

Il 12 e 5 febbraio e il 29 gennaio 2017, all'interno del programma televisivo di cultura e attualità religiosa "Frontiere dello Spirito", curato dal cardinale Mons. Gianfranco Ravasi e condotto da Maria Cecilia Sangiorgi, la nota giornalista di Mediaset, nella sua rubrica "Volti e Storie" ha dedicato al Co.Re.Com. Lombardia un ciclo di tre trasmissioni sul tema del Bullismo, Cyberbullismo e Web Reputation, in particolare declinata sui giovani.

Volti e Storie - del 12 febbraio 2017: *Bullismo, contro i rischi del web* - terza puntata (intervista Presidente Zanella - seconda parte)

Volti e Storie - del 5 Febbraio 2017: *Il coraggio di parlare* - seconda puntata (intervista Presidente Zanella - prima parte)

Volti e Storie - del 29 gennaio 2017: *Bullismo, capire, curare, prevenire* - prima puntata (interviste Oss.Com. Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano e Polizia Postale e delle Comunicazioni)

Le tre puntate, in onda nazionale sull'emittente televisiva *Canale 5* senza interruzioni pubblicitarie, hanno registrato uno share d'ascolto di circa 500.000 telespettatori a puntata. Il Servizio televisivo è stato integralmente replicato anche su *Mediaset on Demand* in concomitanza con la Prima Giornata Nazionale "*Un Nodo Blu - le scuole unite contro il bullismo*".

Il 7 Febbraio 2017, a Roma, si è svolta l'iniziativa "*Un Nodo Blu - le scuole unite contro il bullismo*". L'evento, in occasione della 1^a Giornata nazionale contro il *bullismo e cyberbullismo* a scuola, è stato promosso dal Ministero dell'Istruzione, contestualmente alla giornata mondiale di *Safer Internet Day 2017*. Il Comitato vi ha preso parte all'evento anche come membro dell'Advisory Board di Safer Internet/Generazioni Connesse.

Nell'occasione è stato presentato lo "*Sportello Help Web Reputation Giovani*" del Corecom Lombardia, un servizio unico a livello europeo di aiuto completamente gratuito per gli utenti della rete nella tutela della propria web reputation.

Il 31 gennaio 2017, presso l'Auditorium Giovanni Testori di Palazzo Lombardia, annesso alla sede della Giunta regionale, si è svolto l'evento "*Parlare di Sexting a scuola – un fenomeno da monitorare*". Un incontro con i ragazzi e gli insegnanti di varie scuole lombarde in tema di *Cyberbullismo* e *Sexting*.

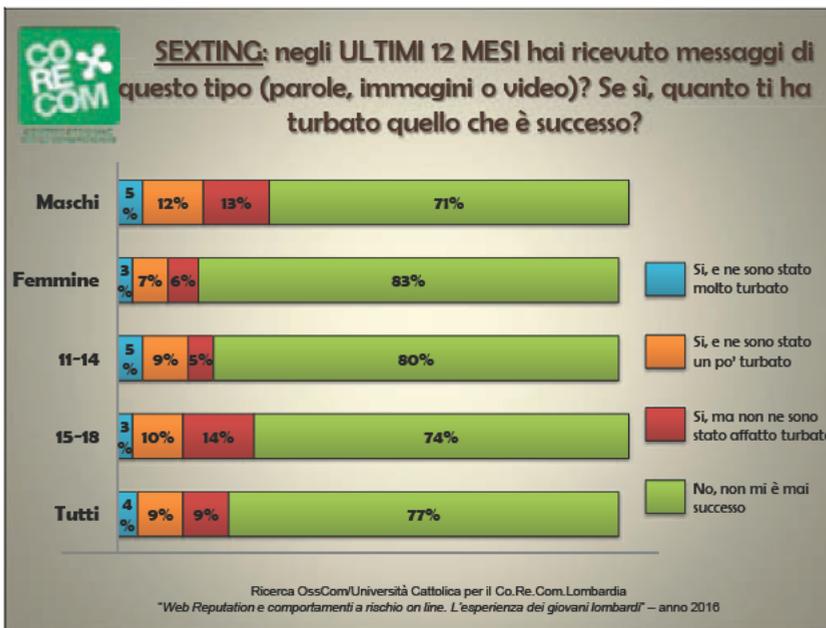
Alcune slide a supporto dell'iniziativa

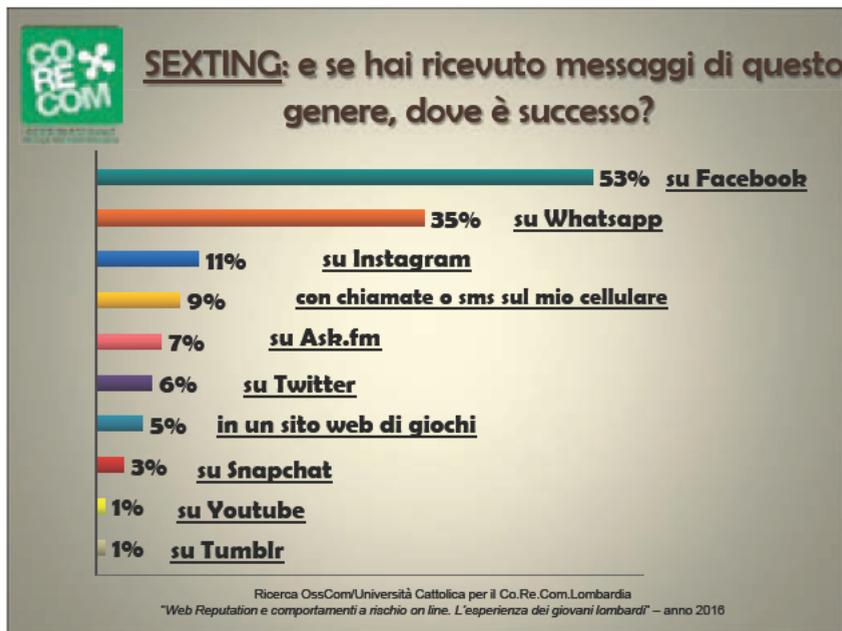
Parlare di sexting a scuola
Tavola rotonda su un fenomeno da monitorare

**La tutela dei minori sui media:
un aiuto dalle Istituzioni**

31 gennaio 2017







CO RE COM

SEXTING: e se hai ricevuto messaggi di questo genere, come è successo?

| | Maschi | Femmine | 11-14 | 15-18 | Tutti i ragazzi che hanno avuto sexting |
|--------------------------------|-----------|------------|------------|------------|---|
| Su Facebook | 54% | 50% | 50% | 55% | 53% |
| Su Whatsapp | 34% | 38% | 31% | 38% | 35% |
| Su Instagram | 11% | 13% | 25% | 2% | 11% |
| Su Ask.fm | 7% | 8% | 6% | 8% | 7% |
| In un sito web di giochi | 5% | 5% | 4% | 6% | 5% |
| Con chiamate o sms sul mio cel | 12% | 3% | 13% | 6% | 9% |
| Su Snapchat | 3% | 3% | 2% | 3% | 3% |
| Su Twitter | 8% | 3% | 4% | 8% | 6% |
| Su Youtube | 1% | 0% | 2% | 0% | 1% |
| Su Tumblr | 1% | 0% | 2% | 0% | 1% |

Brutti casi di cronaca

Ragazza di 14 anni spinta a uccidersi dagli insulti su Ask.fm

Si è gettata domenica dal tetto dell'ex hotel Palace. Era stata presa di mira sul social network più volte accusato di favorire il cyberbullismo: «Suicidati», «Sei strana, mesini di stare sola». La Procura apre un'inchiesta

Bullismo Vercelli, 26enne si suicida per foto su Facebook. Procura apre fascicolo

«Ridono di me su WhatsApp». Gli sfoghi delle vittime di cyberbullismo

La testimonianza dei ragazzi che si rivolgono alle famiglie del Ministoro. Il numero di bulli è in aumento di anno in anno sui social network



Derisa dai bulli a scuola, si lancia nel vuoto a 12 anni a Pordenone

Pordenone: è simbolizzata sulla tapparella aperta di una famiglia il primo piano, che ha straripato la caduta. Ha sporcato politruconi e la scoperta la storia di una vicenda ma non è un pericolo di vita. Ha scritto due lettere per spiegare il suo gesto. La polizia indaga su messaggi e social network

I Reati

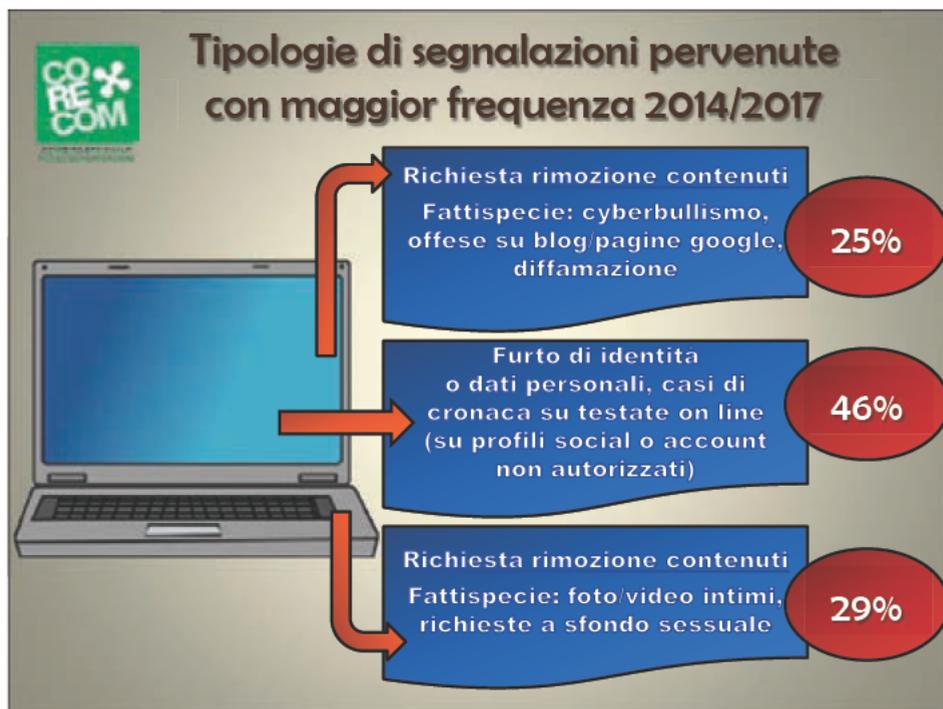


Furto d'identità nei social network: sostituzione di persona (art. 494 c.p.), trattamento illecito dati (art. 167), lesione dell'identità digitale e della reputazione (art. 2 Cost.)

Diffamazione online: aggravata dalla pubblicità

Cyberbullismo e Cyberstalking: atti persecutori (art. 612 bis c.p.) + diffamazione aggravata (art. 595 co. 3 c.p.) + sostituzione di persona (art. 494 c.p.) + trattamento illecito dei dati (art. 167 cod. priv.) + reputazione personale (art. 2 Cost.)

Istigazione a delinquere: dispositivo dell'art. 414 c.p.: chiunque pubblicamente istiga a commettere uno o più reati è punito, per il solo fatto dell'istigazione (...) la pena è aumentata fino a due terzi se il fatto è commesso attraverso strumenti informatici o telematici



Il 30 gennaio 2017, presso l'Auditorium G. Gaber di Palazzo Pirelli annesso alla sede del Consiglio regionale della Lombardia, vari interventi nell'ambito del Convegno "La tutela dei minori sui media: un aiuto dalle istituzioni"

Da gennaio 2017 e nel corso dell'anno, nell'ambito dell'iniziativa "Il Consiglio nelle scuole" sono state illustrate ai ragazzi, ospiti del Consiglio regionale, le varie funzioni e attività svolte dal Co.Re.Com. Lombardia, in particolare declinate sulla difesa della reputazione digitale e sull'aiuto che in tal senso può essere dato dallo Sportello Help Web Reputation Giovani.

Anche nel 2016 il Co.Re.Com. Lombardia ha dato ampio spazio alla comunicazione, attraverso una serie di eventi finalizzati ad approfondire le diverse tematiche di particolare attualità ed interesse. In particolare, si evidenziano le seguenti iniziative ed eventi:

Il 14 dicembre 2016, l'Ufficio di Presidenza del Consiglio regionale della Lombardia ha ospitato la presentazione sull'attività dello Sportello Help Web Reputation Giovani del Co.Re.Com. Lombardia. Nel corso della giornata, nell'ambito dell'iniziativa "Il Consiglio nelle scuole", si sono incontrati i ragazzi, ospiti del Consiglio regionale, per illustrare loro tutte le attività del Co.Re.Com.

Lombardia, ponendo particolare accento sull'importante funzione svolta dallo "Sportello" in tema di difesa della reputazione digitale.

Il 29 novembre 2016, a Napoli, nell'ambito del convegno organizzato dal Co.Re. Com. Campania "Tutela dei minori e deontologia professionale giornalisti", si è parlato anche di "Tutela della web reputation: un aiuto dalle Istituzioni".

Il 20 novembre 2016, nell'ambito dell'iniziativa "Noi per le donne - La violenza sulle donne: ruolo, responsabilità e azioni della società civile", un ruolo centrale è stato quello della "Tutela della web reputation: un aiuto dalle Istituzioni", tenutosi presso Ambrosianum Fondazione Culturale, in Milano. L'intervento si è particolarmente focalizzato sul tema della violenza sulle donne vista da molteplici prospettive, compresa quella più subdola della lesione alla reputazione digitale. Inoltre si è anche parlato della "Tutela della web reputation: un aiuto dalle Istituzioni" che il Co.Re.Com. Lombardia mette a disposizione, e gratuitamente, a tutte le donne lombarde, in particolare per le giovanissime, quando ritengono di essere state lese nella loro reputazione digitale.

Il 18 novembre 2016, presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Gesù Milano, sono state illustrate le funzioni, proprie e le funzioni delegate esercitate dall'Authority regionale; della par condicio e della vigilanza e monitoraggio radio televisivo locale.

Il 10 e 11 novembre 2016, il Co.Re.Com. Abruzzo, ha organizzato a Pescara, la prima edizione del "Villaggio nazionale della Comunicazione, dell'innovazione tecnologia e della creatività" dedicato ai temi che ruotano intorno al mondo della comunicazione. Il Co.Re.Com. Lombardia, nello spazio di approfondimento, ha affrontato il tema: "Quale futuro per i Comitati per le Comunicazioni? L'Accordo quadro con AGCOM, la riforma dei contributi del MISE. La conciliazione in telecomunicazione, le nuove frontiere: Luce, acqua e gas"

Il 5 novembre 2016, al convegno "Rassegna donne d'amore", organizzato presso il Teatro Aut-Off dall'Associazione Naschira, si è discusso sul tema del femminicidio, nel contesto della rassegna teatrale di monologhi al femminile a seguito della quale, Istituzioni pubbliche e private hanno avanzato proposte e azioni concrete contro questa deprecabile piaga sociale.

Il 12 ottobre 2016, nell'ambito del Convegno "European Digital Single Market e nuove professioni digitali", si è tratteggiato un "Focus reputazione digitale - lo Sportello Help Web Reputation Giovani un servizio unico per tutelarla", nell'ambito della tavola rotonda istituita presso la Statale di Milano, organizzato dal Prof. Marco Orofino, Università degli Studi di Milano.

Il 6 ottobre 2016, nell'ambito dell'iniziativa "Allarme reputazione digitale – lo Sportello Help Web Reputation Giovani un servizio unico per tutelarla", il Comitato ha incontrato la VII Commissione Lombardia, relativamente al PdL 216 "Disciplina degli interventi regionali in materia di prevenzione e contrasto al cyber bullismo".

Il 2 ottobre 2016, molto significativa è stata la giornata dedicata alla "Festa dei nonni", celebrata al 30° piano del Pirellone, sede istituzionale del Consiglio regionale della Lombardia. Nel corso dell'iniziativa, il corner del Co.Re.Com. Lombardia ha distribuito ai partecipanti vario materiale informativo, opuscoli e brochure sull'attività svolta dallo "Sportello" a favore della cittadinanza lombarda, in particolare dei giovani. Al "punto informativo", si sono infatti accostati oltre 600 tra genitori, ragazzi e insegnanti per richiedere informazioni e chiarimenti su questa particolare e importante attività svolta gratuitamente dallo "Sportello".

Il 29 settembre 2016, il Comitato ha preso parte al Convegno "Buona e cattiva comunicazione", tenutosi a Siena sotto l'egida del Co.Re.Com. Toscana. Tra i temi trattati: l'attività di tutela della web reputation e il contrasto al cyber bullismo svolto dallo Sportello Help Web Reputation Giovani del Co.Re.Com. Lombardia.

Il 20 luglio 2016, il Co.Re.Com. Lombardia ha organizzato un importante convegno tenutosi presso il Salone Valente della Palazzina ANMIG del Palazzo di Giustizia di Milano, valido 2 CF per l'Ordine professionale degli avvocati, sul tema "I Corecom e la tutela del cittadino consumatore nell'ambito delle telecomunicazioni - Forme di giustizia alternativa, conciliazioni e definizioni delle controversie", evento che, tra gli altri, ha visto la partecipazione di Remo Danovi (Presidente dell'Ordine degli Avvocati di Milano, Antonio Martusciello (Commissario A.G.Com.), Massimiliano Dona (Segretario Generale Unione Consumatori) e delle principali compagnie delle telecomunicazioni, alla presenza dei molti convenuti tra avvocati e giornalisti.

Nel corso del dibattito, oltre ad anticipare i dati relativi alle conciliazioni del primo semestre 2016 (grazie alle quali è stata resa ai cittadini lombardi una somma di quasi 2 milioni di euro con un significativo incremento rispetto all'anno precedente) l'iniziativa ha lanciato alle Compagnie delle telecomunicazioni la proposta di un Codice di autoregolamentazione in relazione al *teleselling - telemarketing* che molti cittadini e imprese lombarde denunciano essere troppo spesso aggressivo, con chiamate indesiderate a qualsiasi ora.

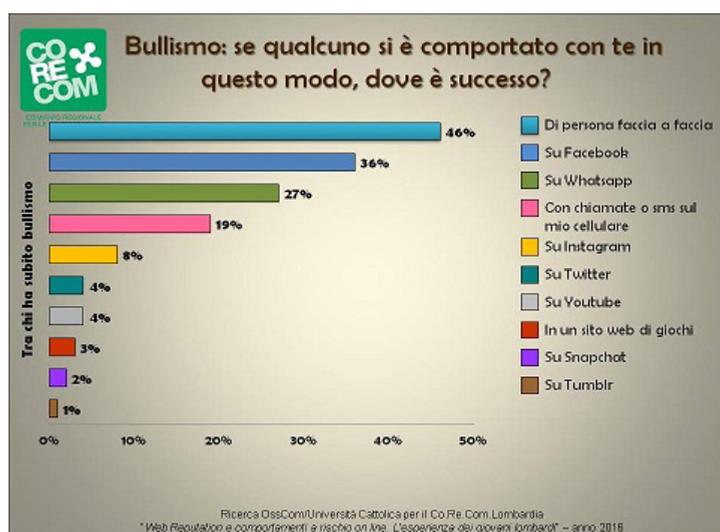
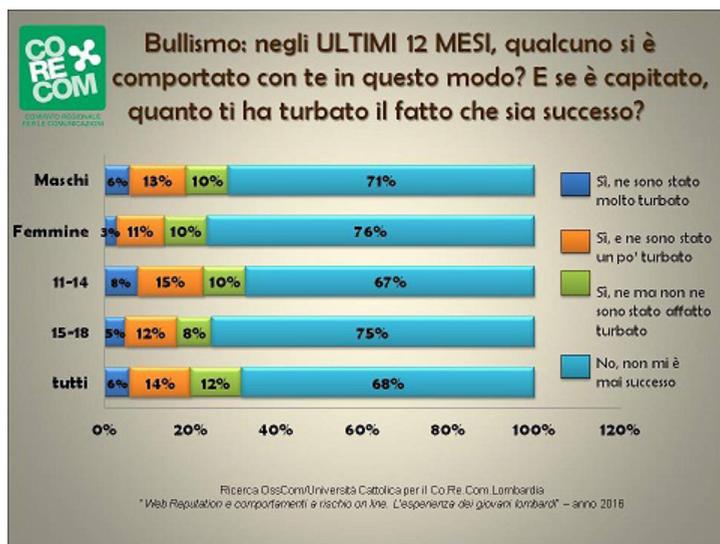
Il 27 giugno 2016, presso la sede del Consiglio Regionale della Lombardia, si è tenuto un importante e apprezzato convegno organizzato dal Co.Re.Com. Lombardia in tema di "Tutela dei minori sul web e Cybullismo - Work in progress - Strategie di intervento e soluzioni Istituzionali", con la partecipazione di un ricco panel

di relatori, tra i quali: Cosimo Maria Ferri (Sottosegretario di Stato ministro della Giustizia), Mario Zevola (Presidente del Tribunale dei Minori di Milano, Antonio Martusciello (Commissario A.G.Com.), Maurizio Mensi (Presidente Comitato Media e Minori del MISE), Franco Pizzetti (Università degli Studi di Torino, già presidente Autorità Garante Privacy), Marco Valerio Cervellini (Responsabile nazionale della Polizia Postale per le attività concernenti il web), Luca Bernardo (Presidente Com.ne Naz. MIUR disagio adolescenti) e Fice Blasi (coordinatore nazionale dei Corecom).

Durante il Convegno, sono stati presentati i dati riferiti ai primi due anni di attività dello *Sportello* e la Ricerca statistica “*Web Reputation e comportamenti a rischio online. L’esperienza dei giovani lombardi*”, condotta dall’Istituto OssCom - Università Cattolica di Milano condotta nell’aprile 2016 per Co.Re.Com. Lombardia, inerente le abitudini e i comportamenti rischiosi dei giovani lombardi su internet. La Ricerca, in sintesi, ha risposto a domande sui *social network*; sulle applicazioni di messaggistica più usate dagli adolescenti lombardi; sulle forme di violazione della *privacy*; sull’uso improprio di dati personali a scopo di *cyberbullismo*; sulle forme di *revenge sexting* e diffamazione e infine sulle pratiche d’uso degli *smartphone* e dei *social media* che espongono maggiormente a tali rischi.

Alcune slide a supporto dell’iniziativa





Il 10 maggio 2016, nell'ambito della giornata dedicata alla Tutela dei Minori, il convegno Media Education "Media e minori: quali pericoli, come prevenirli – Docenti consapevoli, Genitori responsabili, Tutela dei minori", organizzato dal Co.Re.Com. Lazio, ha messo in luce il tema "Cyberbullismo, un aiuto dalle Istituzioni", molto seguito e apprezzato da oltre un centinaio tra studenti e insegnanti. All'evento, hanno preso parte anche rappresentanti della Polizia postale e della comunicazione, dell'Arma dei Carabinieri e vari players del settore.

Il 4 maggio 2016, sul fronte della “*Par condicio - elezioni amministrative 2016*”, presso la Sala Gonfalone annessa alla sede del Consiglio regionale della Lombardia, le emittenti televisive e radiofoniche locali insieme agli Uffici stampa e alle Agenzie stampa delle P.A. e dei Comuni hanno preso parte all’incontro ufficiale, oltre al Comitato, presente anche una rappresentante dell’Autorità che ha risposto ai quesiti degli intervenuti ed è stata illustrata la delibera dell’Authority di disciplina delle disposizioni di dettaglio per le radio e le Tv private locali, nonché per i quotidiani, i periodici e gli uffici stampa delle Pubbliche Amministrazioni, interessati dalla disciplina nel periodo della Par Condicio.

Il 2 maggio 2016, in ambito “*Garanzia, vigilanza e controllo in tema di comunicazione - Seminario Codice Media e Sport*”, si è organizzato il corso formativo per giornalisti - *Codice Media e Sport: “Fumo sugli spalti, disordini fuori dallo stadio - Istituzioni, Media e Uffici stampa in relazione al Codice di autoregolamentazione delle trasmissioni di commento degli avvenimenti sportivi, non solo calcistici*”, presso il Circolo della Stampa di Milano, nel corso del quale, oltre a illustrare le Funzioni, proprie e delegate si è focalizzata l’attenzione degli oltre 150 giornalisti iscritti sul tema della deontologia legata ai commenti sugli eventi sportivi, in particolare calcistici.

L’8 marzo 2016, sempre sul tema della *Web Reputation*, si è tenuto un incontro con il Prefetto di Milano, Alessandro Marangoni, per illustrare l’attività svolta dallo *Sportello* e per rinnovare il Protocollo d’Intesa sottoscritto in precedenza con l’allora Prefetto di Milano, Francesco Paolo Tronca (22 luglio 2015).

L’8 febbraio 2016, al fine di promuovere un uso più sicuro e responsabile del web e delle nuove tecnologie, in particolare tra i bambini e i giovani di tutto il mondo, si è presenziato all’iniziativa “*Safer Internet Day 2016*”, Giornata Mondiale della Sicurezza in Rete, dell’Advisory Board del Progetto Europeo Safer Internet/Generazioni Connesse, coordinato per l’Italia dal MIUR.

La XIII edizione del “*Safer Internet Day*”, giornata internazionale istituita e promossa dall’Unione Europea, coerentemente alle attuali raccomandazioni dell’Agenda digitale per l’Europa e gli obiettivi della strategia della Commissione Europea “*Europa 2020*”, ha proposto il tema: “*Play your part for a better Internet*”, con l’intervento di esperti e stakeholder di riconosciuto rilievo, afferenti al panorama nazionale e internazionale del mondo istituzionale, accademico ed aziendale.

Il 5 febbraio 2016, sul tema delle televisioni private locali, particolare importante si è rivelato l’incontro “*Proposte parametri più vincolanti per contributi all’emittenza privata locale*”, tenutosi presso Palazzo Pirelli, sede del Consiglio regionale della Lombardia. L’iniziativa, ha visto i Presidenti dei Co.Re. Com. regionali, approvare un importante documento volto a far sì che i contributi

da parte del MISE all'emittenza locale, non siano assegnati indiscriminatamente, bensì indirizzati solo a quelle emittenti in possesso di caratteristiche ben definite e comunque in grado di svolgere un effettivo e reale servizio a favore delle comunità e dei territori di loro riferimento.

Partecipazioni a trasmissioni televisive e radiofoniche

RAI 1 Parlamento - Punto Europa: si è parlato di *Cyberbullismo e tutela della reputazione digitale* con un approfondimento su ciò che concretamente il Co.Re.Com. Lombardia svolge in questo ambito per aiutare gratuitamente i cittadini lombardi.

RAI 3 Trasmissioni dell'accesso televisivo ai programmi RAI - registrazioni del Marzo, Giugno, Settembre e Dicembre 2016: si sono affrontati e spiegati gli argomenti legati a *“le insidie del web e le azioni di contrasto”* svolti dallo Sportello *Help Web Reputation Giovani*; altresì si è parlato di risoluzione delle controversie tra utenti e compagnie delle telecomunicazioni.

RAI 3 TGR Buongiorno Regione – La risoluzione delle controversie tra cittadini e compagnie telefoniche. Un servizio del Co.Re.Com. Lombardia: la giornalista Vera Paggi, nella rubrica *“Consigli utili - # Che fare? Consumi, Diritti, Servizi”*, ha affrontato il tema delle controversie su telefonia, Pay-Tv e sul servizio completamente gratuito, offerto dal Co.Re.Com. Lombardia e utilizzato con soddisfazione da un numero sempre maggiore di cittadini lombardi.

La 7 “Otto e mezzo - Tiziana e la rete che uccide”: nel corso della trasmissione condotta da Lilli Gruber, *“il punto”* del giornalista Paolo Pagliaro, sul tema del suicidio di Tiziana e della tutela della dignità della persona sul web, ha citato il Co.Re.Com. Lombardia come *buon esempio di Servizio gratuito per i cittadini lombardi*.

Sky TG24 – Il caso “Tiziana”: nel caso del collegamento con Paola Saluzzi, si discute il caso della trentunenne di Napoli, suicida dopo la pubblicazione on-line, di video privati, senza il suo consenso.

Buongiorno Lombardia: nella puntata si è annunciato e promosso il convegno *“Tutela dei minori sul web - work in progress - Strategie di intervento e soluzioni istituzionali”* e sono stati illustrati i risultati dei primi due anni di attività dello *Sportello Help Web Reputation Giovani*, una ricerca sul comportamento rischioso nelle attività online dei giovani lombardi e un tavolo tecnico con la Prefettura di Milano, in tema di Cyberbullismo.

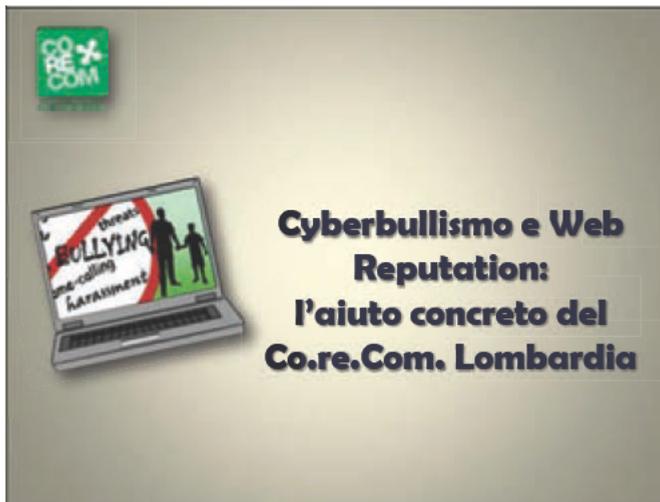
Antenna 3 - Aria Pulita, sono state spiegate e illustrate ai telespettatori le attività del Co.Re.Com. e dell'assistenza che il Comitato offre ai cittadini, tra l'altro nella risoluzione delle controversie con le compagnie telefoniche e Pay-Tv. Inoltre di tutte le altre attività, *Proprie e Delegate* dall'Authority

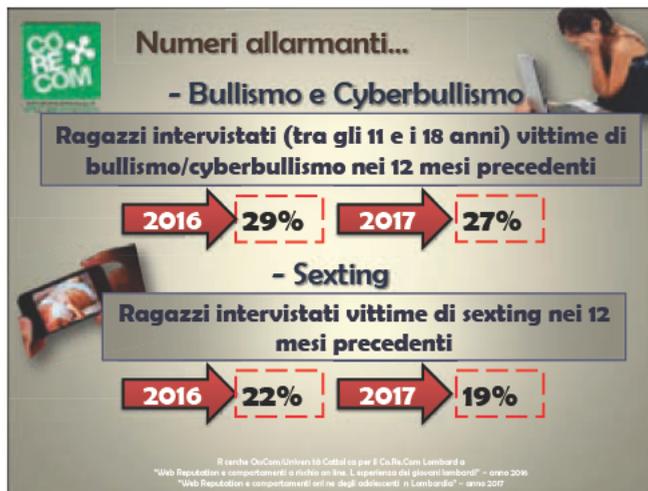
Radio 24 - la trasmissione “*Si può fare*”, ha presentato le attività svolte dallo *Sportello Help Web Reputation Giovani*, quale utile servizio offerto gratuitamente dal Co.Re.Com. Lombardia a tutela della reputazione digitale dei cittadini lombardi.

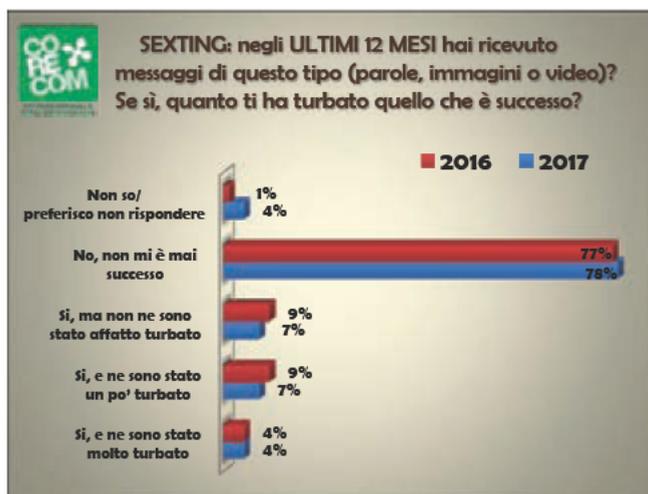
Milanow/Telelombardia: la trasmissione ha illustrato i risultati e spiegato, attraverso l’ausilio di slide, i dati statistici che lo *Sportello Help Web Reputation Giovani* ha conseguito dall’inizio dell’attività.

Telelombardia/Milanow – Sportello Comunicazione, l’appuntamento fisso del Lunedì in fascia serale, dalle ore 18:00 alle 19:00 per parlare in diretta telefonica con i telespettatori alle prese con problemi di controversie con le compagnie telefoniche: fatturazione, migrazione e quant’altro con le risposte ai vari quesiti sottoposti. Nel corso della trasmissione si sono anche affrontate tutte le tematiche inerenti le funzioni del Co.Re.Com. *Proprie e Delegate* dall’AGCom.

Alcune slide a supporto della trasmissione televisiva







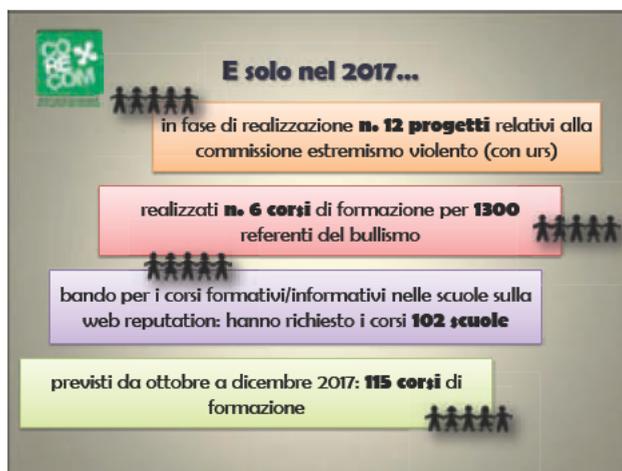
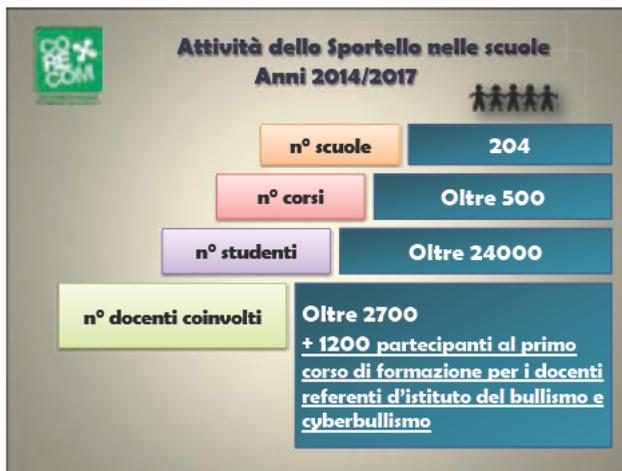


In quali casi il Corecom può intervenire

- ❖ Articoli o notizie pubblicati su blog o siti;
- ❖ Foto o immagini offensive o diffamanti all'interno di social network;
- ❖ Commenti offensivi all'interno di social network;
- ❖ Diffusione non autorizzata di scritti personali o di corrispondenza;
- ❖ Post all'interno di forum;
- ❖ Video offensivi o diffamatori;
- ❖ Furto d'identità.







Anche nel 2015 il Co.Re.Com. Lombardia ha dato ampio spazio alla comunicazione, attraverso una serie di eventi finalizzati ad approfondire le diverse tematiche di particolare attualità ed interesse. In particolare, si evidenziano le seguenti iniziative ed eventi:

Il 12 dicembre 2015, il convegno “Bambino (in) difeso” sul tema della prevenzione della violenza sui minori, organizzato dal Consigliere regionale Lombardia, Daniela Maroni ha illustrato il tema del “Cyberbullismo un aiuto dalle Istituzioni: Lo Sportello Help Web Reputation Giovani” e delle funzioni del Co.Re. Com. Lombardia

Il 23 novembre 2015, si è tenuto il Convegno “*La comunicazione di genere contro stereotipi e ogni forma di violenza*”. L’evento di Palazzo Pirelli, nato dall’indagine commissionata a “Geca Italia”, ha affrontato i temi e dati della rappresentazione femminile nell’emittenza privata locale, emersi su un campione quantitativo. La cultura è infatti uno dei fattori che maggiormente sono in grado di incidere nella lotta contro la violenza sulle donne. Forte responsabilità in termini di educazione della popolazione ricade sui media, in particolare sulla televisione che rappresenta la preponderante fonte di informazione in Italia.

Per questo il Co.Re.Com. Lombardia ha ritenuto importante, in occasione della giornata internazionale dedicata a questo tema, promuovere il convegno volto ad indagare la comunicazione “di genere” e come questa sia declinata sui mezzi di informazione, venga percepita, in cosa si possa migliorare, e che cosa si stia facendo a riguardo.

Nell’incontro, è stata esposta la ricerca volta a dare una risposta alla domanda: *la TV riflette la realtà oppure la “distorce” creando uno squilibrio nella rappresentazione di genere?*

La ricerca, focalizzata sull’emittenza locale, ha analizzato, sotto molteplici punti di vista, l’immagine femminile proposta dai media. I dati sono stati elaborati da “Geca Italia” relativamente a una settimana di programmazione, 24 ore su 24, nel corso del settembre 2014, su un campione molto significativo di emittenti private lombarde, alcune delle quali con *audience* non molto dissimili da quelle di copertura nazionale.

L’indagine, basandosi sull’approccio *quantitativo*, interpreta la rappresentazione femminile nell’emittenza lombarda incentrata particolarmente sui TG e sui dibattiti televisivi e i programmi d’intrattenimento sociale, politico e culturale, tralasciando le trasmissioni di intrattenimento tout court, le manifestazioni o le trasmissioni sportive, molto diffuse a livello locale. Complessivamente sono state analizzate più di 200 ore di trasmesso che complessivamente restituiscono un risultato molto netto: la rappresentazione femminile incide per il 15,2%.

Per quanto concerne i telegiornali regionali il tempo di antenna, che comprende tempo di notizia e tempo di parola e si basa su più di 90 ore di registrazione, dà una visione d’insieme molto definita della rappresentazione femminile: solo il 18,1% del totale, declinato in un tempo di parola pari al 19,5% e un tempo di notizia al 12%.

Interessante il raffronto con una pari ricerca commissionata dal Co.Re.Com. nel 2005, nella quale risultava che su più di duemila soggetti presenti nelle notizie dei telegiornali, solo il 18% era donna: in dieci anni lo spazio della donna nei TG locali non è mutato.

Considerando i programmi di rilevanza sociale, il dato che emerge su 119 ore è che per l’87% il tempo di parola è maschile (103h), mentre solo il 13% è femminile (15h).

| TG | Maschi | Femmine | Tempo h:min:sec |
|---------------|--------|---------|--------------------|
| T. DI NOTIZIA | 88,0 % | 12,0 % | 17:12:57 |
| T. DI PAROLA | 80,5 % | 19,5 % | 73:59:06 |
| T. DI ANTENNA | 81,9 % | 18,1 % | 91:12:03 |

Importante il raffronto con i dati nazionali forniti da A.G.Com. relativamente al tempo di parola dei soggetti politici, istituzionali e del governo all'interno dei programmi Tg trasmessi nel settembre 2014 (riferiti all'intero mese e non a una settimana): le emittenti lombarde col 19,5%, rappresentano maggiormente le donne rispetto ai Tg nazionali (Rai 17%, Mediaset 12%, Cairo Communication 4%, SkyTg24 15,5%).

Di rilievo anche i dati forniti da A.G.Com. in relazione all'ultimo rilevamento dell'ottobre 2015, a un anno quindi da quelli succitati, che prendono per riferimento il tempo di parola dei soggetti politici e istituzionali (ma escludendo in questo caso il Governo) e rendono le seguenti percentuali di presenza femminile: edizioni RAI 13%, Mediaset 8%, Cairo Communication 11%, Mtv 12% e SkyTg24 13%.

L'evento ha visto confrontarsi relatori di elevato profilo come la Vicepresidente del Consiglio regionale Sara Valmaggi, il Commissario A.G.Com. Antonio Martusciello, il Direttore della Direzione Documentazione e Analisi Istituzionale Mediaset e Vice Presidente del Comitato Media e Minori Maria Eleanora Lucchin, Graziella Rivitti Componente del Comitato Unico di Garanzia del Ministero dello Sviluppo Economico, il Segretario Generale dell'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria (IAP) Vincenzo Guggino, la Vice Presidente del Comitato di controllo del medesimo istituto Elisabetta Mina, la Responsabile delle Politiche Culturali del Censis, Elisa Manna, Stefano Golfari Giornalista e conduttore di Tele Lombardia e Simona Arrigoni Giornalista e conduttrice di Italia 7 Gold.

Il 20 novembre 2015, il Seminario tenutosi presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano: "Il ruolo dell'Authority regionale tra normative vigenti e approccio ai nuovi media" ha trattato di argomenti inerenti le funzioni del Co.Re.Com., quali la par condicio e la vigilanza e monitoraggio radio televisivo locale.

Il 26 ottobre 2015, il Convegno "Internet e la tutela della persona - Web reputation, Diritto all'Oblio, Cyberbullismo, le nuove strade per tutelare la propria immagine e identità digitale" ha dibattuto sul tema di come le persone devono curare la propria immagine sociale non solo nel mondo reale ma anche nel digitale che è divenuto propaggine sempre più "concreta". L'evento si è tenuto

presso la Sala Pirelli annessa alla sede del Consiglio regionale della Lombardia. All'evento hanno preso parte importanti relatori, tra i quali, il Presidente della Fondazione Astrid, Bassanini, l'ex Garante della privacy Pizzetti, il Presidente A.G.Com. Angelo Marcello Cardani, la Vice Presidente del Consiglio regionale Sara Valmaggi, il professor Marco Orofino, Ferruccio De Bortoli e altri.

La tutela della propria reputazione digitale, si lega necessariamente a doppio filo al diritto all'oblio, inteso come possibilità di cancellare per sempre dalla rete i riferimenti che ci riguardano e che vorremmo non fossero più conoscibili.

Un tema che ha assunto una rilevanza così determinante nella società di oggi, a causa dei motori di ricerca che consentono un facile accesso ai dati di ciascuno di noi rendendo ancora più incisiva la condanna alla memoria eterna della rete, e la discussione in merito al quale si è viepiù accesa in seguito alla famosa sentenza Google Spain.

Nel corso del convegno, è stato presentato in prima nazionale l'omonimo libro di Franco Pizzetti *"Internet e la tutela della persona. Il caso del motore di ricerca"*, pubblicato da Astrid.

Lo studio riporta un intero capitolo sullo *Sportello Help Web Reputation Giovani*. Lo stesso Pizzetti dedica ampio spazio nella prefazione con queste parole: *"La necessità di regole etiche e giuridiche riconosciute a livello globale. Una speranza: informare, formare, aiutare per quanto possibile anche i minori a difendere la propria identità digitale. L'esperienza del Co.Re.Com. Lombardia. Vi è tuttavia in questo volume un saggio che riapre alla speranza, o almeno indica una via per aiutare la società di oggi e di domani a costruire un futuro meno fosco"*.

Tra i mesi di ottobre e dicembre 2015, si sono tenuti vari corsi di formazione per docenti sul tema del *cyberbullismo*, sulle funzioni del Co.Re.Com. Lombardia e sullo *Sportello Help Web Reputation Giovani*. Ai corsi di formazione hanno anche preso parte in veste di docenti alcuni componenti del Comitato. Con lo scopo di contribuire a migliorare la consapevolezza ma anche la prudenza nell'utilizzo dei media sociali, il Co.Re.Com. Lombardia, in collaborazione con l'Ufficio Scolastico Regionale Lombardia, ha promosso e realizzato in forma capillare vari corsi di formazione nelle scuole del territorio regionale, per studenti e docenti, finalizzati a fornire una maggiore conoscenza dei *social media*, con particolare riferimento alla *web reputation*, al monitoraggio della propria immagine in *Rete*, alle regole per evitare la pubblicazione di dati personali, alle istruzioni per segnalare la presenza di contenuti offensivi. L'iniziativa ha raccolto un'elevata adesione da parte delle scuole.

Il 13 ottobre 2015, in occasione della *Giornata della trasparenza*, e in concomitanza con l'apertura del Palazzo Pirelli ai cittadini, il Comitato ha presentato le varie attività e funzioni proprie e delegate da AGCom.

Il 27 settembre 2015, in occasione della Tavola rotonda “Beijing + 20: gendering communication for a sustainable and smart planet/eguaglianza di genere e comunicazione sostenibile”, organizzata a Palazzo Lombardia dall’Università di Padova, Centro Interdipartimentale di ricerca e Studi di Genere e Associazione Culturale Donne in Quota, si è tenuto l’intervento “Il ruolo delle autorità indipendenti/the role of independent authorities”.

Il 23 settembre 2015, in occasione di EXPO Milano, si è organizzato il Premio Co.Re.Com. “Expo TV” e la Tavola rotonda “Valorizzazione e futuro dell’emittenza privata locale”. Oltre al Premio, Il Comitato ha organizzato e preso parte alla Tavola rotonda di presentazione del documento ufficiale del coordinamento dei Corecom nazionali in relazione alla legge sui contributi alle TV locali.

La targa è stata consegnata dallo chef stellato Giancarlo Morelli, presidente della giuria, alla trasmissione “Punto Verde” di Cremona 1, alla presenza del Presidente del Consiglio regionale Raffaele Cattaneo. “Punto Verde - si legge nella motivazione del premio - colpisce per la grande attenzione alle realtà del territorio. Approfondimenti, cura dei dettagli e un linguaggio sobrio la rendono godibile e utile per i telespettatori, una trasmissione che incarna la vera mission delle Tv locali. La trasmissione interpreta perfettamente il messaggio di Expo 2015 volta alla valorizzazione delle caratteristiche dell’eno-gastronomia locale con particolare attenzione alla esaltazione delle piccole realtà territoriali lombarde. La presentazione delle attività dell’Istituto tecnico, scuola unica nel suo genere, offre un valore aggiunto alla trasmissione, individuando nell’educazione di giovani il punto chiave per la formazione di una cultura di rispetto delle tradizioni unita all’innovazione necessaria alle esigenze della nostra epoca”.

Alla consegna del premio è seguita un’importante Tavola rotonda sul futuro dell’emittenza locale, con un focus sulla legge concernente i contributi alle emittenti locali. Alla Tavola rotonda hanno preso parte il commissario A.G.Com. Antonio Martusciello, il Presidente FRT e Vicepresidente Confindustria Radio Tv Maurizio Giunco, il Segretario generale Aeranti Corallo Fabrizio Berrini, il Presidente di Mediapason Sandro Parenzo in rappresentanza di un consorzio di grandi tv regionali non afferenti alle principali associazioni, il Vicepresidente dell’Ordine dei giornalisti nazionale Santino Franchina, alla presenza di tutti i Presidenti di Co.Re. Com. delle regioni italiane e del loro coordinatore.

Opinione condivisa da tutti, si è rivelata la necessità di modificare lo strumento normativo che fissa i criteri di assegnazione dei contributi per l’emittenza privata locale, definendo parametri qualitativi che premiano le realtà che svolgono un reale servizio al territorio di riferimento, e ponendo termine all’assegnazione di “contributi a pioggia”. Il Coordinamento intende cioè evitare di sostenere emittenti che non dedichino un numero minimo di ore di trasmissione giornaliera/settimanali e, all’interno di queste, un numero minimo di ore di trasmissione di programmi di

informazione e di storia, cultura e tradizioni locali autoprodotte, vagliabili tramite l'analisi dei palinsesti e intende inoltre valorizzare le voci di bilancio corrispondenti ad investimenti volti a migliorare la capacità di produzione di programmi.

Il 22 luglio 2015, con la finalità di promuovere la sicurezza dei giovani che utilizzano il web, operando in maniera sinergica, presso la Prefettura, il Comitato e il Prefetto di Milano Francesco Paolo Tronca, hanno sottoscritto il Protocollo d'Intesa per la collaborazione nella tutela dell'integrità digitale dei giovani.

A sottolineare l'impegno del Co.Re.Com. Lombardia nella tutela dei minori, con decisione del Coordinamento dei Presidenti dei Co.Re.Com. del 12 gennaio 2015, la Presidente del Co.Re.Com. Lombardia è stata confermata quale unica componente del Comitato Media e Minori in rappresentanza dei Presidenti dei Co.Re.Com..

Protocollo d'Intesa tra Co.Re.Com. Lombardia e Prefettura di Milano

Il Protocollo ha la finalità di promuovere la sicurezza dei giovani che utilizzano il web operando in maniera sinergica. La Prefettura di Milano e il Co.Re.Com. Lombardia aiutano i minori concretamente nella salvaguardia della propria reputazione digitale, attraverso campagne di sensibilizzazione sul comportamento responsabile sui social media e momenti di approfondimento e scambio di notizie ed esperienze utili ad orientare al meglio le conseguenti attività.

Molteplici indagini hanno rivelato che un numero sempre più crescente di bambini e ragazzi si collega ai siti di *social networking* disconoscendo gli accorgimenti utili per proteggere la loro reputazione digitale; un forte allarme sociale questo in relazione al cyberbullismo.

La Prefettura di Milano e il Co.Re.Com. Lombardia con la stipula del Protocollo d'intesa hanno ufficializzato la loro collaborazione su un tema tanto sentito quanto sensibile come quello della tutela dell'integrità digitale dei giovani.

Il Protocollo attesta fortemente la volontà delle istituzioni di stare vicine ai cittadini su tematiche di rilevante impatto sociale, soprattutto attinenti alle fasce più deboli. Il Co.Re.Com. Lombardia, operando in termini di *moral suasion*, e in sinergia con le altre istituzioni ha ottenuto, infatti, ottimi risultati dallo "*Sportello Help Web Reputation Giovani*" che da progetto pilota a livello europeo vuol diventare *best practice* anche per altri Comitati regionali.

Il 29 maggio 2015, dopo la sottoscrizione del Protocollo d'Intesa tra Co.Re. Com. Lombardia e Prefettura di Milano, si è tenuto un incontro istituzionale con il Prefetto Tronca, al fine di illustrare le varie attività dello *Sportello Help Web Reputation Giovani*.

Il 5 maggio 2015, Convegno “*La Tutela dei consumatori nell’ambito delle telecomunicazioni. L’esperienza dei Co.Re.Com. regionali e le altre forme di giustizia*”, organizzato dal Co.Re.Com. Lombardia al Palazzo di Giustizia di Milano, in collaborazione con l’Ordine degli Avvocati di Milano. Tra i relatori, la Presidente e il Dott. Massimiliano Della Torre, dirigente dell’Ufficio del Co.Re. Com. Lombardia, che hanno illustrato la convenzione esistente con l’Ordine degli Avvocati e i numeri relativi alle udienze di conciliazione e definizione delle controversie versus i gestori di telefonia.

Dal 4 al 9 maggio 2015, Tra le diverse iniziative, sempre in tema di giovani e media, è interessante citare il “*Timeline film Festival*”, concorso internazionale di video prodotti esclusivamente in ambito scolastico, con il patrocinio del Co.Re. Com. Lombardia. Il concorso, si prefigge di promuovere e stimolare attraverso la produzione filmica la creatività, l’intercultura, la diversità e l’innovazione attraverso la produzione di video, al fine di educare i giovani studenti alla lettura critica e consapevole dei moderni linguaggi della comunicazione di massa. Nell’occasione, il Comitato ha premiato il video realizzato dagli alunni delle scuole superiori che meglio rappresentava il rapporto dei ragazzi con i nuovi media.

Attraverso le tematiche proposte, migliaia di studenti in tutto il mondo, si raccontano e ci raccontano la loro vita, le loro emozioni i loro sogni e ci fanno sperare, sorridere ed emozionare. Le collaborazioni con Festival Internazionali e l’adesione alla rete *Youth Cinema Network*, garantisce inoltre lo scambio delle migliori produzioni filmiche realizzate da studenti e *filmmaker* in tutto il mondo.

Il 23 aprile 2015, si è tenuto un incontro con le emittenti radiotelevisive locali sul tema della *Par condicio*. Nell’occasione il Co.Re.Com. Lombardia ha presentato e consegnato alle diverse emittenti presenti, un *vademecum* relativo alle elezioni del 31 maggio 2015 e sulle procedure di presentazione dei MAG.

Il 30 marzo 2015, presso la sede del Consiglio regionale della Lombardia, la Presidente e la Dott.ssa Valeria Loretti (referente della società che si occupa di comunicazione su web e di corsi formativi sul tema della *web reputation e cyberbullismo* a supporto di enti pubblici) hanno svolto delle lezioni rivolte ai consiglieri regionali della Lombardia, sull’utilizzo dei principali social network e sulla tutela della propria reputazione online.

La lezione *teorico/pratica*, ha fornito interessanti indicazioni sull’uso dei *social network*, dall’attivazione di impostazioni di *privacy* a piccoli semplici accorgimenti che possono tutelare nell’affascinante, ma al contempo insidioso mondo del web.

Il 19 marzo 2015, presso l’Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, Facoltà di Scienze Politiche, Economiche e Sociali, si è tenuto il Seminario

“Il ruolo dell’Athority regionale tra normative vigenti e approccio ai nuovi media” con interventi nell’ambito del corso di Diritto di Internet sul tema della *Par condicio e vigilanza e monitoraggio radio televisivo locale*.

Il 17 marzo 2015, il Convegno organizzato dalla Fondazione Filarete *“Tech4 Social – Accessibilità ai media e difesa della web reputation. Un aiuto ai più deboli da parte delle Istituzioni”* ha focalizzato un intervento sulle criticità che ogni giorno si trovano ad affrontare i cittadini con disabilità cognitive, nell’utilizzo dei più comuni mezzi d’informazione. Nell’occasione sono state illustrate le attività sul tema che il Co.Re.Com. Lombardia svolge attraverso lo *Sportello Help Web Reputation Giovani*.

L’11 marzo 2015, in termini di una stretta collaborazione con le principali istituzioni lombarde il Co.Re.Com. Lombardia è intervenuto all’evento *“Like-Storie di vita online”*, nato a seguito della campagna di sensibilizzazione *“Una vita da social”* e organizzato dalla Polizia Postale e delle comunicazioni. Davanti a centinaia di ragazzi, in rappresentanza di nove istituti di Milano e provincia, è stato presentato lo *“Sportello Help Web Reputation Giovani”* progetto pilota a livello europeo che svolge la sua attività anche in collaborazione con la Polizia Postale e delle Comunicazioni. A seguire, il dibattito con gli studenti allo scopo di illustrare le più comuni problematiche connesse alla rete: *cyberbullismo, pedopornografia, adescamento, web reputation* e nozioni, consigli e suggerimenti sull’importanza di imparare a utilizzare la rete nel modo più corretto.

Il 3 marzo 2015, si è tenuto il Convegno *“Televisione e infanzia. Produrre valore, trasmettere valori, tra educazione e mercato”* promosso da OssCom Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano. Al convegno si è dibattuto delle aspettative nei confronti dell’offerta televisiva per bambini che vede il Co.Re.Com. Lombardia in prima linea nella tutela dei minori e nella promozione della qualità televisiva.

Il 19 febbraio 2015, si è tenuto l’incontro con il Sottosegretario di Stato alla Giustizia Cosimo Maria Ferri per illustrare le attività svolte dallo *Sportello Help Web Reputation Giovani*.

Il 9 febbraio 2015, il Convegno *“Libertà, responsabilità ed etica: nuove sfide per la tutela della web generation”*, organizzato da SOS Telefono Azzurro Onlus, ha dibattuto di un interessante e seguito intervento sulle attività svolte dallo *Sportello Help Web Reputation Giovani*.

Il 21 gennaio 2015, al Presidente dell’Authority della concorrenza e del mercato, Giovanni Pitruzzella sono state illustrate le attività svolte dallo *Sportello Help Web Reputation Giovani*.

Anche nel corso del 2014, il Co.Re.Com. Lombardia ha dato ampio spazio alla comunicazione, attraverso una serie di partecipazioni e interviste a vari eventi finalizzati ad approfondire le diverse tematiche di particolare attualità ed interesse. Allo scopo di promuovere la conoscenza ed il superamento delle barriere che ostacolano o impediscono l'accesso ai media da parte delle persone disabili, il Co.Re.Com. Lombardia ha organizzato con cadenza annuale, incontri del *“Tavolo del terzo settore”* che vuole essere un punto d'incontro e stimolo per proposte sull'accessibilità ai media al fine di comprendere le criticità e le problematiche quotidianamente affrontate, per poter proporre soluzioni agli operatori della comunicazione con particolare riferimento alle tv e al *web*.

A seguito del Tavolo tenutosi a giugno 2014 il Co.Re.Com. Lombardia ha organizzato un evento col duplice obiettivo di consolidare la conoscenza del problema e fornire strumenti utili a favorirne il superamento.

Il 23 novembre 2014, presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, si è tenuta una lezione inerente il tema delle Funzioni del Co.Re.Com, la *Par condicio*, la Vigilanza e il monitoraggio radiotelevisivo locale.

Il 18 novembre 2014, il Convegno dell'*Advisory Board nazionale del Safer internet Center Italiano* del progetto *“Generazioni connesse”*, ha presentato le attività svolte dallo *Sportello Help Web Reputation Giovani* del Co.Re.Com. Lombardia.

Il 13 ottobre 2014, presso il Circolo della Stampa - Milano, si è tenuto il Convegno formativo per giornalisti *“Il ruolo dell'Authority regionale tra normative vigenti e approccio ai nuovi media: Par Condicio, tutela dei minori, tutela privacy e web reputation”*.

Il 3 ottobre 2014, presso il Palazzo Pirelli, si è tenuto il Convegno *“Accessibilità ai Media – Un'opportunità per tutti”* che ha rappresentato un momento d'incontro e confronto tra il mondo della disabilità e il sistema dei media. Il convegno è stata l'occasione per fare *il punto* sul problema, approfondirne le molteplici declinazioni e soprattutto promuoverne una graduale ma positiva soluzione.

All'evento hanno partecipato le principali organizzazioni della disabilità (FAND e LEDHA) e, più nello specifico, quelle associazioni che, come Unione Italiana dei Ciechi e degli Ipovedenti ed Ente Nazionale Sordi, rappresentano delle categorie particolarmente sensibili. L'accessibilità è infatti un problema che coinvolge, innanzitutto e più chiaramente, le disabilità sensoriali (cecità, ipovisione, sordità) ma che, per certi versi, interessa anche forme di deficit cognitivo più o meno conclamate. A riguardo, preme infatti sottolineare che la non accessibilità non penalizza soltanto le persone portatrici di deficit diagnosticati - siano questi, di natura sensoriale piuttosto che cognitiva - ma coinvolge anche quei soggetti *border*,

affetti da fragilità fisiologicamente correlate al processo d'invecchiamento della persona e delle sue facoltà.

La struttura del Convegno, ha previsto due fondamentali fasi:

- *La prima fase*, finalizzata ad approfondire la rilevanza quantitativa e qualitativa del problema per consolidarne la conoscenza da parte del sistema dei media complessivamente considerato. Infatti, per differenti ragioni, l'offerta di TV e giornali può presentare alcune "barriere" che ne ostacolano la fruizione da parte di specifiche categorie "deboli" che tuttavia, dal punto di vista del mercato, costituiscono anche dei potenziali *target*.
- *La seconda fase*, finalizzata alla presentazione di un progetto di formazione rivolto al mondo dei media e sviluppato grazie alla preziosa collaborazione del mondo della disabilità. Il progetto, sviluppato dall'Istituto dei Ciechi di Milano, è infatti incentrato sull'accessibilità del *web* con l'obiettivo di trasferire ai *web master* delle testate giornalistiche *on line* quelle competenze e sensibilità necessarie per la costruzione di siti accessibili, ovvero navigabili anche con sistemi ingrandenti, *screen reader* e sintesi vocali, e che pertanto possono essere letti anche da persone non vedenti o con ipovisione grave.

Il 25 settembre 2014, a Firenze si è tenuto il Convegno "Internet e Minori. Un Osservatorio nazionale sul rapporto tra minori media" nel corso del quale si è parlato delle attività del Co.Re.Com. Lombardia e dello Sportello Help Web Reputation Giovani.

Il 30 maggio 2014, presso la Sala Pirelli annessa alla sede del Consiglio regionale della Lombardia, è stato presentato ai convenuti lo Sportello Help Web Reputation Giovani, progetto pilota, unico a livello europeo, divenuto operativo dall'1 luglio 2014. Lo Sportello, forte delle esperienze e delle competenze maturate nel corso dei precedenti anni dal Co.Re.Com. sul corretto utilizzo della Rete da parte dei giovani, dopo un primo periodo di progettazione, ben presto è divenuto una concreta realtà in grado di andare incontro, da subito, alle esigenze di molti giovani e cittadini lombardi. Un trend che si è rivelato in continua ascesa che, da un lato ha messo in luce l'urgenza e l'efficacia di questo Servizio completamente gratuito, dall'altro ha evidenziato la necessità di prevenire e contrastare il fenomeno del *cyberbullismo* in tutte le sue declinazioni. All'evento di presentazione sono intervenuti: il Presidente dell'A.G.Com. Angelo Marcello Cardani, il Presidente Consiglio di Stato Antonio Catricalà, il Questore di Milano Luigi Savina, il Presidente del Comitato Media e Minori Maurizio Mensi, il Presidente del coordinamento nazionale dei Co.Re.Com Filippo Lucci, il dirigente della Polizia Postale Salvatore La Barbera e della "head of public policy" di Facebook

Scopo dello sportello è quello di aiutare concretamente gli utenti della Rete nella

tutela della propria *web reputation*. Attraverso una prima valutazione per consentire di distinguere (ed eventualmente segnalare) i casi di competenza dell’Autorità giudiziaria, il Co.Re.Com. Lombardia mette a disposizione (per le situazioni in cui sia possibile intervenire direttamente) operatori in grado di rispondere alle richieste di intervento relative alla comparsa di notizie, immagini, video e commenti, ritenuti offensivi della propria dignità, su testate giornalistiche on-line, blog, forum, social media.

Il Co.Re.Com. Lombardia può intervenire:

- se sono stati diffusi nel web video, immagini, foto, senza che l’interessato ne fosse al corrente
- se sono stati diffusi scritti personali o corrispondenza senza che l’interessato ne fosse al corrente
- se sono stati diffusi dati o informazioni personali (nome, cognome, indirizzo, vita privata) senza che l’interessato ne fosse al corrente
- se sono stati pubblicati sul web articoli, commenti, immagini, video offensivi della reputazione, della dignità o dell’immagine della persona interessata
- se sono stati pubblicati sul web articoli, commenti, immagini, video umilianti o discriminatori che riguardano l’interessato, a causa dell’età, del sesso o dell’orientamento sessuale, della disabilità, dell’etnia, della religione.

Le segnalazioni che possono avere implicazioni penali o giudiziarie esulano dall’intervento del Co.Re.Com. Tuttavia giova sottolineare come lo *Sportello* abbia favorito un proficuo dialogo con la Polizia Postale, offrendo in taluni casi aiuto a cittadini, vittime di violenti attacchi diffamatori *on-line*, che si configuravano come reato perseguibile a termini di legge. Ne consegue che gli utenti abbiano potuto contare su un diretto supporto del Co.Re.Com. in affiancamento alla denuncia presentata all’Autorità Giudiziaria. In particolare, gli operatori intervengono in questi casi:

- diffusi nel *web* video, immagini, foto, senza che l’interessato ne fosse al corrente;
- diffusi in *Rete* scritti personali o corrispondenza senza che l’interessato ne fosse al corrente;
- diffusi in *Rete* dati o informazioni personali (nome, cognome, indirizzo, vita privata) senza che l’interessato ne fosse al corrente;
- pubblicati sul *web* articoli, commenti, immagini, video offensivi della reputazione, della dignità o dell’immagine della persona interessata;
- pubblicati sul *web* articoli, commenti, immagini, video umilianti o discriminatori che riguardano l’interessato, a causa dell’età, del sesso o dell’orientamento sessuale, della disabilità, dell’etnia, della religione.

L’utente interessato (o il genitore nel caso di un minore), a sua volta deve stampare, compilare, firmare e trasmettere agli uffici del Co.Re.Com. l’apposito formulario unitamente alla copia di un documento di identità. La trasmissione delle scansioni,

della richiesta firmata e del documento può avvenire, in alternativa, via mail o via fax. Entro due giorni dal ricevimento della richiesta è avviato il procedimento volto a trattare il caso segnalato. In oltre l'80% dei casi gli operatori hanno provveduto comunque a contattare telefonicamente la parte lesa: talvolta per raccogliere maggiori informazioni sulla richiesta pervenuta; in altri casi poiché le procedure messe a disposizione dalle piattaforme coinvolte dovevano essere eseguite dal diretto interessato (guidato dall'operatore); altre volte ancora per spiegare eventuali conseguenze che l'interessato non aveva preso in considerazione, offrendo quindi un servizio che non si ferma solo ai dati rilevati dagli utenti, ma che li aiuta altresì a prendere consapevolezza delle dinamiche della Rete.

Il riscontro in tal senso, al di là dei risultati conseguiti e del valore sia correttivo che formativo di questa procedura, è stato estremamente positivo. Tutti i cittadini coinvolti hanno infatti mostrato grande apprezzamento per la possibilità che è stata data loro di “*aprirsi*” con un professionista capace di ascoltarli e di aiutarli a comprendere l'accaduto e le modalità con cui l'atto lesivo poteva essere stato praticato, successivamente di prendere in esame le possibilità di porvi rimedio.

Occorre inoltre evidenziare che, mentre le segnalazioni relative a minori si riferiscono in genere a contenuti immessi on-line imprudentemente o all'insaputa dell'interessato su piattaforme di *social networking*, i casi relativi a soggetti adulti sono più frequentemente ascrivibili alla categoria delle notizie o dei commenti diffamatori su forum, blog e siti web. Tale differenza rispecchia peraltro le “*abitudini digitali*” delle diverse fasce di età degli utenti.

Questa distinzione si ripercuote nei termini di intervento. Infatti, mentre la pressoché totalità dei social network più utilizzati presenta sistemi automatizzati di segnalazione di account e/o di singoli contenuti, i quali, una volta segnalati, vengono rimossi in tempi tendenzialmente brevi (qualora tali elementi non rispettino le norme della piattaforma su cui sono stati pubblicati), nel caso di forum, blog o siti web occorre svolgere attività di ricerca on-line per risalire ai titolari dei domini in questione ed ai relativi dati di contatto, interfacciandosi a volte anche con realtà aventi sede fuori dalla Comunità Europea.

Viene in ogni caso sempre garantito all'interessato l'aggiornamento costante sullo sviluppo della sua segnalazione e l'informazione sui risultati conseguiti.

Interessante inoltre notare come lo *Sportello* abbia avviato un proficuo dialogo con la Polizia Postale, offrendo in taluni casi supporto a cittadini che, vittima di violenti attacchi diffamatori on-line, hanno avuto necessità di raccogliere i dati necessari a presentare denuncia all'Autorità di pubblica sicurezza.

L'attività dello sportello è costituita non solo dall'aiuto ma anche dalla prevenzione. La prevenzione è infatti la via maestra da percorrere per evitare l'insorgere di problemi, che spesso sono provocati semplicemente dall'uso distratto o poco ponderato della Rete e delle reti sociali. Per prevenzione non si intende solo la

conoscenza delle procedure informatiche utili per attivare i dispositivi di sicurezza di cui è dotato il personal computer, o le impostazioni di privacy predisposte dal singolo social network, ma soprattutto alle azioni di sensibilizzazione e di *self education* dei fruitori.

Il 10 maggio 2014, tra le diverse iniziative in tema di giovani e media, si è tenuto il “*Timeline film Festival*” di Carate Brianza: un concorso internazionale di video prodotti esclusivamente in ambito scolastico, di cui il Co.Re.Com. è patrocinatore. Nell’occasione, il Comitato ha premiato il video realizzato dagli alunni della Scuola media Falcone e Borsellino di Caponago che meglio rappresentava il rapporto dei ragazzi con i nuovi media.

Il 2 maggio 2014, grazie alla collaborazione del Co.Re.Com. con il *Teatro di Buratto* di Milano, è stato assegnato un premio speciale nell’ambito del “*Concorso Doma il Bullo*” anno 2013 consistente nella organizzazione di un laboratorio teatrale di drammaturgia in rete per la messa in scena del video realizzato per il concorso. La rappresentazione teatrale del video è andato in scena presso il *Teatro Verdi* di Milano, riscuotendo un sensibile successo di critica e pubblico.

Il 9 aprile 2014 a Roma, la Tavola rotonda: “*Navigando tra i media: un approdo sicuro?*” ha trattato delle attività dello *Sportello Help Web Reputation* del Co.Re. Com. Lombardia.

Il 24 marzo 2014, si è tenuto il Tavolo tecnico con le Associazioni che rappresentano le emittenti radiofoniche in modo da poter focalizzare al meglio le esigenze e le criticità delle emittenti coinvolte.

Il 27 febbraio 2014, al *Workshop: Cittadinanza digitale - opportunità e criticità* sono state illustrate, discusse e commentate le opportunità e le criticità della cittadinanza digitale analizzate in un workshop ospitato dal Corecom, con i protagonisti di #Dleaders: giovani amministratori locali, consiglieri regionali, protagonisti di startup sul territorio e il responsabile Relazioni istituzionali di Microsoft.

Il 24 febbraio 2014, il Convegno “*La conciliazione obbligatoria nelle controversie tra utenti e operatori delle comunicazioni*”, organizzato dal Comitato presso il Palazzo di Giustizia, in collaborazione con l’Ordine degli Avvocati di Milano, ha visto, tra i relatori, la Presidente del Co.Re.Com. e il dott. Della Torre, dirigente dell’Ufficio, che hanno illustrato la convenzione esistente con l’Ordine degli Avvocati e i numeri relativi alle udienze di conciliazione e definizione delle controversie con i gestori di telefonia.

Il 6 febbraio 2014, i rappresentanti delle emittenti locali/associazioni hanno preso parte al *Tavolo tecnico*. Questi gli argomenti all'ordine del giorno:

- Ipotesi di legge regionale per il sostegno dell'editoria locale;
- Nuovi criteri per l'erogazione dei contributi ex Lege 448/98;
- Problematiche connesse all'assegnazione delle frequenze

Anche nel corso del 2013, il Co.Re.Com. Lombardia ha dato ampio spazio alla comunicazione, attraverso una serie di partecipazioni ad eventi finalizzati ad approfondire le diverse tematiche di particolare attualità ed interesse.

Il 29 novembre 2013, presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, si è tenuta una lezione sulle *"funzioni e attività svolte dal Co.Re.Com. Lombardia"*.

Il 20 novembre 2013, presso la Camera di Commercio di Milano, si è tenuto il Convegno ISDACI per la presentazione del Rapporto annuale sulla diffusione della Giustizia alternativa in Italia, nel corso del quale si sono affrontati il tema delle risoluzioni delle controversie tra utenti e compagnie telefoniche e gli aspetti delle funzioni delegate da AGCom.

Il 2 Settembre 2013, presso la Sala Gonfalone, annessa alla sede del Consiglio regionale Lombardia, si è tenuta la presentazione ai media del nuovo Comitato Regionale per le Comunicazioni della Lombardia.

10 maggio 2013, si è tenuta la Premiazione del Concorso *Doma il bullo 2013*, organizzata presso l'Auditorium Gaber di Piazza Duca d'Aosta. Sono stati premiati i vincitori del concorso indetto da Co.Re.Com. Lombardia per contrastare il fenomeno del bullismo nelle scuole.

Il Co.Re.Com. svolge attività di consulenza e di suggerimento in generale e promuove la tutela delle fasce deboli in ogni campo e su tutti i nuovi strumenti media utilizzati aumentandone la conoscenza e trasmettendo un corretto impiego.

Per questo motivo il Co.Re.Com. ha stretto rapporti di collaborazione con numerosi enti e fondazioni rivolti espressamente alla tutela dei minori e si fa promotore di iniziative di educazione ai nuovi strumenti tecnologici.

Per indirizzare i giovani ad un uso più corretto e mirato del telefono cellulare, il Co.Re.Com., in collaborazione con il MIUR, l'Istituto Scolastico Regionale e con la Fondazione *Terre des Hommes* Italia onlus, ha indetto il *Concorso Doma il Bullo* per premiare migliori filmati che sviluppino il tema della lotta al bullismo. Hanno partecipato 24 scuole con 36 video prodotti e sono stati premiati i 6 video che meglio rappresentavano la lotta al bullismo. Nato con l'obiettivo di proporre

azioni positive contro il *bullismo* e *cyberbullismo*, l'edizione 2013 del Concorso ha allargato le proprie aree tematiche, comprendendo tutti quei comportamenti che possono risultare pericolosi per i giovani navigatori.

Grazie alla collaborazione del Co.Re.Com. con il *Teatro di Buratto* di Milano è stato assegnato anche un premio speciale consistente nella organizzazione di un laboratorio teatrale di drammaturgia in rete per la messa in scena del video realizzato per il concorso.

Alla premiazione, tenutasi presso l'Auditorium Gaber, hanno preso parte 317 alunni e 38 insegnanti alla quale è poi seguito un momento formativo presso il Consiglio regionale e la visita al 31° piano del grattacielo Pirelli.

Tra le diverse iniziative, sempre in tema di giovani e media, è interessante ricordare il *Timeline film Festival* di Carate Brianza: un concorso internazionale di video prodotti esclusivamente in ambito scolastico di cui il Co.Re.Com. è patrocinatore.

Infine, sul piano delle iniziative in tema di minori il Comitato, nell'ambito della delega relativa alla tutela dei minori, ha ritenuto importante implementare un ulteriore intervento mirato alla costruzione di una nuova cultura: l'educazione digitale. In questo quadro, ha deciso l'avvio operativo, dal 2014, dello "*Sportello Help Web Reputation Giovani*, attraverso il quale intende svolgere una duplice funzione:

- *di prevenzione*: attraverso la pianificazione, in collaborazione con l'Ufficio Scolastico Regionale della Lombardia, di *interventi formativi nelle scuole*, dedicati ad alunni e docenti e finalizzati a fornire una maggiore conoscenza "tecnica" riguardo l'utilizzo dei *social network*;
- *di aiuto*: mediante la predisposizione di uno "*Sportello*" al quale gli interessati (se minorenni, tramite i propri genitori/tutori/professori), potranno chiedere interventi correttivi o di rimozione, nei casi che non siano di competenza della polizia postale.

Il servizio sarà gestito da operatori in grado di rispondere alle richieste di intervento relative alla comparsa di notizie "diffamanti" su testate giornalistiche *online, blog, forum* e alla presenza di foto, filmati, notizie offensive per i quali si chiede la rimozione.

Il 15 gennaio 2013, presso la Sala Pirelli annessa alla sede del Consiglio regionale della Lombardia, in vista delle consultazioni elettorali del 24 e 25 febbraio, il Co.Re.Com. Lombardia ha illustrato le regole della *par condicio* che divengono più stringenti nei periodi elettorali, e per le quali sono dettate precise regole dalla legge 28/2000. Infatti, AGCom per le emittenti private e la Commissione parlamentare di vigilanza per la RAI, hanno emanato appositi Regolamenti volti a disciplinare

l'accesso ai mezzi di informazione da parte dei soggetti politici e l'imparzialità degli stessi. Fa parte della *par condicio* anche la disciplina sulla comunicazione delle amministrazioni pubbliche (cd. comunicazione istituzionale) in periodo elettorale.

Vigilanza sulla Par condicio e gestione del procedimento relativo ai messaggi autogestiti gratuiti

Elenco consultazioni elettorali 2013 - 2017

Nel corso del 2017 si sono svolte consultazioni elettorali e referendarie: amministrative per l'elezione diretta dei Sindaci e per il rinnovo dei Consigli comunali e circoscrizionali che ha coinvolto 139 Comuni lombardi (11 giugno); *Referendum* consultivo regionale sull'autonomia della Lombardia (22 ottobre); *Referendum* consultivo regionale per la fusione di Comuni (22 ottobre).

Nel corso del 2016 si sono svolte consultazioni elettorali e referendarie: *Referendum* abrogativo nazionale popolare c.d. "anti-trivelle" (17 aprile); amministrative per l'elezione diretta dei Sindaci e per il rinnovo dei Consigli comunali e circoscrizionali che ha coinvolto 239 Comuni lombardi (5 giugno - turno di ballottaggio 19 giugno); tre *Referendum* consultivi per la fusione di Comuni (20 novembre); in particolare: 5 Comuni in provincia di Bergamo; 3 Comuni in provincia di Como; 2 Comuni in provincia di Mantova; *Referendum* consultivo costituzionale (4 dicembre).

Nel corso del 2015 si sono svolte consultazioni elettorali e referendarie: amministrative per l'elezione diretta dei Sindaci e per il rinnovo dei Consigli comunali e circoscrizionali che ha coinvolto 66 comuni lombardi (31 maggio - turno di ballottaggio 14 giugno); *Referendum* consultivo per la fusione di 2 Comuni (25 ottobre)

Nel corso del 2014 si sono svolte consultazioni elettorali e referendarie: elezione dei membri del *parlamento europeo*; amministrative comunali che hanno coinvolto 1.039 Comuni lombardi (25 maggio); elezioni di secondo grado dei *Consigli metropolitani e dei Consigli provinciali* nelle regioni a statuto ordinario (28 settembre); *Referendum* consultivi di fusione di comuni (30 novembre).

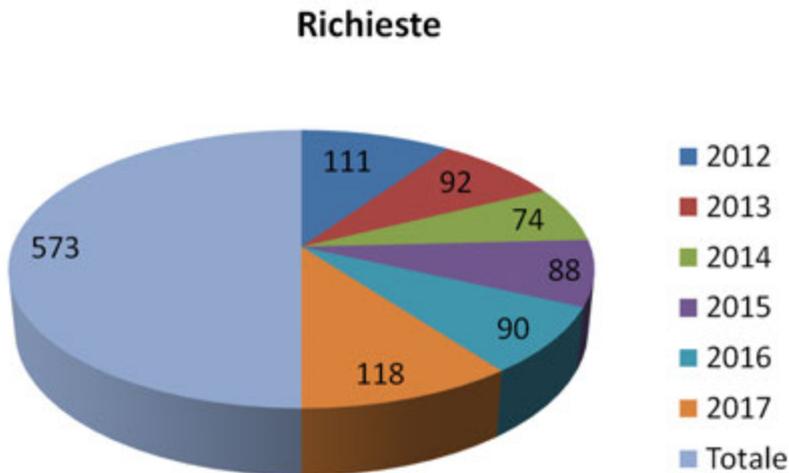
Nel corso del 2013 si sono svolte consultazioni elettorali e referendarie: elezioni della *Camera dei deputati e del Senato della Repubblica*; elezioni del *Presidente della Giunta regionale e del Consiglio regionale della Lombardia* (24 e 25 febbraio); elezioni amministrative per l'elezione diretta dei Sindaci e per il rinnovo dei Consigli comunali e circoscrizionali che ha coinvolto 95 comuni lombardi (26 e 27 maggio); *Referendum* consultivi di fusione di Comuni (1 dicembre).

Trasmissioni dell'Accesso

Tra le funzioni proprie del Co.Re.Com. rientra quella relativa all'attuazione dell'art. 6 L. 14 aprile 1975, n. 103, *Nuove norme in materia di diffusione radiofonica e televisiva*, riguardante l'accesso, da parte dei soggetti *no profit* in senso lato, alle trasmissioni regionali della Terza Rete RAI.

In questo ambito, si è rivelato significativo il riscontro e livello degli accedenti: accanto alle piccole realtà sono pervenute al Comitato molte domande anche da Università, Comuni capoluogo di provincia, associazioni di livello nazionale, Istituti di riabilitazione e cura, ecc.

Nel corso della *Governance 2013-2017*, molto rilevante è stata l'attenzione dedicata all'*Accesso televisivo regionale Rai* portato avanti con successo e soddisfazione da parte del Co.Re.Com. Lombardia e da parte degli accedenti per complessive 573 richieste.



Il centro di produzione della RAI, dal canto suo, ha collaborato egregiamente con il Co.Re.Com., mettendo a disposizione i propri studi e personale tecnico qualificato. In particolare, è stato utilizzato uno "*studio virtuale*" che attraverso la tecnologia del *Chroma Key*, una particolare tecnica che consente di realizzare eccellenti scenografie.

Questa nuova tecnologia, unitamente ai buoni contenuti presentati dagli accedenti, ha consentito di realizzare trasmissioni di ottima qualità che hanno suscitato un discreto interesse.

Premio Fair Play Calcio e TV

Il Premio “*Fair Play Calcio e TV Corecom Lombardia*”, si prefigge di contribuire alla diffusione dei valori positivi dello sport che pongono l’agonismo al servizio di un corretto e pacifico sviluppo delle relazioni umane. Il Riconoscimento trae le sue motivazioni dal “*Codice Media e Sport*” cui il Co.Re.Com. Lombardia sovraintende per delega A.G.Com., per quanto concerne l’emittenza televisiva locale.

Premio Fair Play Calcio e TV - 2016

Il 4 maggio 2017, il Co.Re.Com. Lombardia, all’interno del monitoraggio sulle trasmissioni locali, ha prodotto un’analisi sulle trasmissioni sportive e la loro adesione al “*Codice Media e Sport*”. Il monitoraggio delle trasmissioni sportive ha interessato 23 emittenti televisive locali, la cui selezione è servita all’Ufficio per il Co.Re.Com. per elaborare una graduatoria di 5 programmi sportivi finalisti tra i quali selezionare la trasmissione sportiva che meglio delle altre ha saputo diffondere e difendere i valori positivi dello sport. I 5 programmi selezionati sono stati sottoposti ad una speciale Giuria coordinata dalla Presidente del Co.Re.Com., Federica Zanella e composta da professionisti di spicco del giornalismo e della comunicazione sportiva che di anno in anno, si alternano o variano nella composizione. In questa edizione del Premio, la Giuria era così composta: Gabriele Tacchini, Presidente del Gruppo Lombardo Giornalisti Sportivi; Gabriella Mancini, giornalista della Gazzetta dello Sport; Sabrina Gandolfi, giornalista di Rai Sport; Claudio Arrigoni giornalista della Gazzetta dello Sport, C.I.P. Lombardia e altre testate; Dario Donato, giornalista di Mediaset - Premium Sport e Antonio Nucera, giornalista di Sky Sport. La Giuria, dopo attenta e ponderata disamina su un panel di 5 trasmissioni selezionate, ha scelto di premiare la trasmissione di cronaca e approfondimento sportivo “*Diretta Stadio*” dell’emittente televisiva Telecity 7 Gold, con la seguente motivazione: “*Diretta Stadio di Telecity 7 Gold, parla di calcio con ritmo e competenza. In studio Francesco Bonfanti coordina gli ospiti con padronanza; gli interventi dei commentatori tifosi sono vivaci e sanguigni come sempre, ormai un marchio di fabbrica, ma rimangono nell’ambito della correttezza sportiva*”.

Testimonial della premiazione, i calciatori di F.C. Internazionale, Danilo D’Ambrosio e Andrea Pinamonti che a loro volta sono stati premiati dal Co.Re. Com. Lombardia, rispettivamente con le seguenti motivazioni:

- Danilo D’ambrosio “*Per la passione, lo spirito di lealtà e la tenacia profusi in campo come nella vita. Un ragazzo del Sud che ha trasformato il suo sogno calcistico in una splendida realtà*”.
- Andrea Pinamonti “*Giovanissimo talento che gioca nella squadra del cuore: tecnica, impegno e umiltà sono i valori più preziosi della sua precoce e già brillante carriera nel mondo del Calcio professionistico*”.

Premio Fair Play Calcio e TV – 2015

Il 18 febbraio 2016, il Co.Re.Com. all'interno del monitoraggio sulle trasmissioni locali ha prodotto un'analisi *ad hoc* specifica sulle trasmissioni sportive e la loro adesione al *Codice media e sport*; l'indagine ha selezionato diversi programmi televisivi suddivisi in 13 puntate per un totale di 29 ore di monitoraggio il cui risultato è servito all'Ufficio per il Co.Re.Com. per elaborare una graduatoria di 5 programmi sportivi che meglio hanno diffuso e difeso i valori positivi dello sport. I 5 programmi così selezionati sono stati sottoposti ad una giuria coordinata dalla Presidente del Co.Re.Com., Federica Zanella e composta da personalità di spicco del giornalismo sportivo: Gabriele Tacchini, Presidente del Gruppo Lombardo Giornalisti Sportivi; Gabriella Mancini, giornalista della Gazzetta dello Sport; Sabrina Gandolfi, giornalista Rai (in collegamento telefonico); Pierluigi Pardo, giornalista Mediaset (in collegamento telefonico); Andrea Di Caro, Vice direttore della Gazzetta dello Sport.

La giuria ha scelto di premiare la rubrica di approfondimento sportivo locale "Nova Stadio" di Telenova con la seguente motivazione: *"Colpisce per il ritmo dettato dalle immagini e dal linguaggio. Il salotto di Gianni Visnadi è vivace ma sempre all'insegna del fair play senza cadere in toni offensivi. La tempestività sui fatti di cronaca, commentati con ospiti di qualità, e l'attenzione garbata per i social completano la mission della tv locale"*.

La cerimonia di premiazione si è tenuta presso la Sala Pirelli annessa alla sede del Consiglio regionale della Lombardia. A premiare il giornalismo, è stato l'allenatore del Milan, Siniša Mihajlović.

Premio Fair Play Calcio e TV – 2014

Il 10 febbraio 2015, il Co.Re.Com. all'interno del monitoraggio sulle trasmissioni locali ha prodotto un'analisi *ad hoc* specifica sulle trasmissioni sportive e la loro adesione al *Codice media e sport*.

L'indagine ha selezionato 22 diversi programmi televisivi suddivisi in 45 puntate per un totale di 64 ore di monitoraggio il cui risultato è servito all'Ufficio per il Co.Re.Com. per elaborare una graduatoria di 9 programmi sportivi che meglio hanno diffuso e difeso i valori positivi dello sport. I 9 programmi così selezionati sono stati sottoposti ad una giuria che ha visionato le trasmissioni.

La giuria coordinata dalla Presidente Federica Zanella e composta da personalità di spicco del giornalismo sportivo: Gabriele Tacchini, Presidente del Gruppo Lombardo Giornalisti Sportivi; Gabriella Mancini, giornalista della Gazzetta dello Sport; Sabrina Gandolfi, giornalista della Rai (assente giustificata) e Claudio Arrigoni, giornalista sportivo, ha scelto di premiare "Lunedì sport", rubrica di approfondimento sportivo locale dell'emittente Teleboario, che attraverso una

conduzione impeccabile, firmata dalla coppia Erica Calissi ed Elena Gianni, contribuisce per una corretta informazione, espressa in toni civili e interventi rispettosi del Codice.

La giuria ha ritenuto di premiare anche Matteo Caronni, giornalista dell'emittente Antenna 3, per la professionalità, la competenza, il ritmo, i toni pacati e il rispetto che caratterizzano la trasmissione "*Azzurro Italia*" da lui condotta.

La cerimonia di premiazione si è tenuta presso il Palazzo Pirelli di Milano alla presenza delle autorità regionali. A premiare il giornalismo, il vicepresidente dell'FC Internazionale Javier Zanetti che da giocatore, meglio di ogni altro, si è contraddistinto per la sua correttezza in campo e fuori dal campo, affiancato dal presidente della Lega Calcio Maurizio Beretta.

Premio Fair Play Calcio e TV – 2013

Il 21 ottobre 2013, un riconoscimento per la trasmissione televisiva regionale che nella stagione 2013 più si è distinta per fair play dimostrato e completezza dell'informazione sportiva.

Questa è la seconda edizione del premio *Fair play calcio e tv* che il Corecom Lombardia ha assegnato alla trasmissione "*Tutto Atalanta*" in onda su Bergamo TV.

Durante la cerimonia a Palazzo Pirelli, l'amministratore delegato della Juventus Giuseppe Marotta, ha consegnato il premio nelle mani di Sergio Villa, direttore di rete dell'emittente bergamasca.

All'iniziativa, introdotta dal Presidente del Corecom Federica Zanella, sono intervenuti il Vice Presidente della Giunta regionale Mario Mantovani e il Vice Presidente del Consiglio regionale Fabrizio Cecchetti, oltre all'Assessore allo Sport Antonio Rossi e alla Consigliere regionale bergamasca Lara Magoni, già campionessa mondiale di sci. Erano presenti anche i componenti della Giuria che ha assegnato il premio: il presidente del Gruppo Lombardo Giornalisti Sportivi Gabriele Tacchini, la giornalista di Rai Sport Sabrina Gandolfi, il giornalista sportivo del Corriere della Sera Claudio Arrigoni e la giornalista della Gazzetta dello Sport Gabriella Mancini, nell'occasione presidente di Giuria.

Premio Fair Play Calcio e TV – 2012

Il primo riconoscimento istituito dal Co.Re.Com. Lombardia per la trasmissione televisiva regionale che nella stagione 2012 maggiormente si è distinta per il fair play dimostrato e la completezza dell'informazione sportiva.

Il premio Fair play calcio e tv, è stato assegnato presso la Sala Pirelli annessa alla sede del Consiglio regionale, all'emittente Telelombardia e alla trasmissione "*Qui studio a voi stadio*", nonché al neonato canale "*Top Calcio 24*".

Il vice presidente e amministratore delegato del Milan Adriano Galliani, il presidente di Regione Lombardia Roberto Formigoni e il vice presidente del Consiglio regionale Carlo Saffioti, congiuntamente hanno premiato il direttore di Telelombardia Fabio Ravezzani.

Come ha ricordato Federica Zanella, che ha presentato l'iniziativa, tutti gli attori dell'informazione sportiva italiana, nel 2007, hanno sottoscritto il *Codice media e sport*, con la finalità di contribuire alla diffusione dei valori positivi dello sport. Ai Corecom è stata delegata la vigilanza.

«Poiché il calcio è attore principe dei palinsesti televisivi dedicati allo sport - ha evidenziato Carlo Saffioti - bene ha fatto il Corecom Lombardia a istituire questo specifico premio, che vuole essere un riconoscimento per le emittenti che meglio hanno rispettato lo spirito del Codice, evitando così di diffondere messaggi di violenza promuovendo una cultura positiva dello sport».

Rassegna stampa e Video 2017 - 2013

| Data | Testata | Argomento |
|-------------|---------------------------------------|---|
| 27/11/2017 | Milano | Cyberbullismo e prevenzione (video) |
| 16/11/2017 | Tg NORBA 24 | Roma: cyberbullismo, da nord a sud (video) |
| 16/11/2017 | medium.com | AGCom: Martusciello, co-regolamentazione anche per internet per contrastare bullismo (link esterno) |
| 16/11/2017 | Lombardia quotidiano | Cyberbullismo, studio Corecom sul comportamento in rete dei ragazzi (link esterno) |
| 16/11/2017 | Avvenire.it | Cyber bullismo. In 4 su 10 a rischio per il profilo social «aperto» (link esterno) |
| 16/11/2017 | key4biz.it | Cyberbullismo, Martusciello (Agcom) 'Migliorare tecnologie per contrastare il fenomeno' (link esterno) |
| 16/11/2017 | RETESOLE | Cyberbullismo, presentata ricerca promossa dai Corecom Lazio, Lombardia e Campania (visualizza su Youtube) |
| 20/09/2017 | Il Giornale | Nomine Corecom: A Federica Zanella la vicepresidenza nazionale |
| 19/09/2017 | Affaritaliani.it | Corecom Lombardia, Federica Zanella vicepresidente Coordinamento Nazionale (link esterno) |
| 19/09/2017 | Il Giorno | La Presidente del Corecom Lombardia Federica Zanella nominata Vice Presidente del Coordinamento Nazionale |
| 23/07/2017 | Trasmissione "Si può fare" (Radio 24) | La Presidente Federica Zanella parla dell'importanza dello Sportello Help Web Reputation Giovani (ascolta su Youtube) |
| 31/05/2017 | Affaritaliani.it | Blue whale a Milano convegno per capire come affrontarlo (2) (link esterno) |
| 31/05/2017 | Alessandria7.it | Blue whale a Milano convegno per capire come affrontarlo (2) (link esterno) |
| 31/05/2017 | Ansa.it | Cyberbullismo:Cattaneo, repressione non basta, serve cultura (link esterno) |
| 31/05/2017 | ArezzoWeb.it | Blue Whale: a Milano convegno per capire come affrontarlo (link esterno) |

| Data | Testata | Argomento |
|------------|-------------------------|--|
| 31/05/2017 | ArezzoWeb.it | BLUE WHALE: A MILANO CONVEGNO PER CAPIRE COME AFFRONTARLO (2) (link esterno) |
| 31/05/2017 | AskaNews.it | Lombardia: Blue Whale al centro convegno Corecom su cyberbullismo (link esterno) |
| 31/05/2017 | AskaneWS.it | LOMBARDIA, BRIANZA: MAI PIU' MORTI PER BULLISMO (link esterno) |
| 31/05/2017 | Brescia7giorni.it | BLUE WHALE: A MILANO CONVEGNO PER CAPIRE COME AFFRONTARLO (2) (link esterno) |
| 31/05/2017 | CataniaOggi.it | Blue Whale: a Milano convegno per capire come affrontarlo (link esterno) |
| 31/05/2017 | Giornalemropolitano.it | MILANO, CONVEGNO SU BLUE WALE, IL PRIMO FENOMENO DI MASSA DI CYBERBULLISMO (link esterno) |
| 31/05/2017 | Ildubbio.news | BLUE WHALE: A MILANO CONVEGNO PER CAPIRE COME AFFRONTARLO (2) (link esterno) |
| 31/05/2017 | Ilfoglio.it | BLUE WHALE: A MILANO CONVEGNO PER CAPIRE COME AFFRONTARLO (2) (link esterno) |
| 31/05/2017 | Ilgiorno.it | CYBERBULLISMO E MOLESTIE: "TROVIAMO IL VACCINO PER TUTELARE I GIOVANISSIMI" (link esterno) |
| 31/05/2017 | Ilsaronno.it | BLUE WHALE, CONVEGNO A MILANO CON IL SARONNESE RAFFAELE CATTANEO (link esterno) |
| 31/05/2017 | Informazione.it | Lombardia: Blue Whale al centro convegno Corecom su cyberbullismo (link esterno) |
| 31/05/2017 | Italia 7GOLD | "Cyberbullismo, Sexting, Web Reputation: la tutela dei Minori in Rete e sui media" (visualizza su Youtube) |
| 31/05/2017 | Key4biz.it | Cyberbullismo. Martusciello (AGCOM), 'Serve maggiore consapevolezza sulla Web Reputation' (link esterno) |
| 31/05/2017 | Lasettimanadisaronno.it | BLUE WHALE: A MILANO CONVEGNO PER CAPIRE COME AFFRONTARLO (2) (link esterno) |

| Data | Testata | Argomento |
|------------|------------------------|--|
| 31/05/2017 | Lavallee.Netweek.It | BLUE WHALE: A MILANO CONVEGNO PER CAPIRE COME AFFRONTARLO (2) (link esterno) |
| 31/05/2017 | 247.Libero.it | Lombardia: Blue Whale al centro convegno Corecom su cyberbullismo - |
| 31/05/2017 | LiberoQuotidiano.it | BLUE WHALE: A MILANO CONVEGNO PER CAPIRE COME AFFRONTARLO (2) (link esterno) |
| 31/05/2017 | LombardiaQuotidiano.it | “Blue Wale”, il primo fenomeno di massa di cyberbullismo (link esterno) |
| 31/05/2017 | Mantovasette.it | BLUE WHALE: A MILANO CONVEGNO PER CAPIRE COME AFFRONTARLO (2) (link esterno) |
| 31/05/2017 | Meteoweb.eu | BLUE WHALE: A MILANO CONVEGNO PER CAPIRE COME AFFRONTARLO (link esterno) |
| 31/05/2017 | Milanoonline.com | MINORI, BRIANZA: MAI PIU’ MORTI PER BULLISMO (link esterno) |
| 31/05/2017 | Milanopolitica.it | BLUE WHALE: A MILANO CONVEGNO PER CAPIRE COME AFFRONTARLO (2) (link esterno) |
| 31/05/2017 | Olbianotizie.it | BLUE WHALE: A MILANO CONVEGNO PER CAPIRE COME AFFRONTARLO (2) (link esterno) |
| 31/05/2017 | PagineMnaci.it | BLUE WHALE: A MILANO CONVEGNO PER CAPIRE COME AFFRONTARLO (2) (link esterno) |
| 31/05/2017 | Pavia7.it | BLUE WHALE: A MILANO CONVEGNO PER CAPIRE COME AFFRONTARLO (2) (link esterno) |
| 31/05/2017 | QuiBrianza.it | Cyberbullismo, sexting e tutela minori: al Pirellone si tirano le prime somme (link esterno) |
| 31/05/2017 | Rai News | Notiziario (video) |
| 31/05/2017 | Rai RadioUno | IL Gazzettino Padano h. 12.10 (audio) |
| 31/05/2017 | Rai3 | TGR Lombardia h.14.00 (video) |
| 31/05/2017 | Rai3 | TGR Lombardia h.19.30 (video) |
| 31/05/2017 | RegioneLombardia.it | Minori, Brianza: mai più morti per bullismo (link esterno) |
| 31/05/2017 | Regioni.it | MINORI, BRIANZA: MAI PIU’ MORTI PER BULLISMO (link esterno) |

| Data | Testata | Argomento |
|------------|--|--|
| 31/05/2017 | Restoalsud.it | BLUE WHALE: A MILANO CONVEGNO PER CAPIRE COME AFFRONTARLO (2) (link esterno) |
| 31/05/2017 | RETE7.cloud | BLUE WHALE, FACCIAMO CHIAREZZA CON IL PROF. LUCA BERNARDO (link esterno) |
| 31/05/2017 | RETE7.cloud | CYBERBULLISMO, CO.RE.COM E AGCOM UNITI NELLA TUTELA DEI MINORI (link esterno) |
| 31/05/2017 | RETE7.cloud | CYBERBULLISMO, GELMINI E CASERO “PARLAMENTO UNITO, MAI SUCCESSO PRIMA” (link esterno) |
| 31/05/2017 | RETE7.cloud | PALLONCINI NEL CIELO DI MILANO PER VITTIME CYBERBULLISMO “CHE SIANO LE ULTIME!” (link esterno) |
| 31/05/2017 | Sardegnaoggi.it | 18:09 - BLUE WHALE: A MILANO CONVEGNO PER CAPIRE COME AFFRONTARLO (2) (link esterno) |
| 31/05/2017 | SassariNotizie.com | 18:09 CRONACA BLUE WHALE: A MILANO CONVEGNO PER CAPIRE COME AFFRONTARLO (2) (link esterno) |
| 31/05/2017 | Sestonotizie.it | BLUE WHALE: A MILANO CONVEGNO PER CAPIRE COME AFFRONTARLO (2) (link esterno) |
| 31/05/2017 | StatiGenerali.com | Cyberbullismo, sexting e web reputation: la tutela dei minori in Rete (link esterno) |
| 31/05/2017 | Telelombardia - Milanow | TGL H. 23.00 (video) |
| 31/05/2017 | Teleromagna24.it | BLUE WHALE: A MILANO CONVEGNO PER CAPIRE COME AFFRONTARLO (2) (link esterno) |
| 31/05/2017 | Varesepolis.it | “Blue Whale”, il primo fenomeno di massa di cyberbullismo (link esterno) |
| 29/05/2017 | Varesenews.it | UN CONVEGNO SUL CYBERBULLISMO (link esterno) |
| 23/05/2017 | Il Giorno / Commento di Ruben Ruzzante | No al bullismo online. “Per capire la portata del fenomeno del cyberbullismo basta dare uno sguardo a qualche dato: sono 71mila i giovani lombardi tra i 15 e i 24 anni che hanno avuto almeno una volta esperienze dirette di bullismo in Rete. E si tratta di numeri in crescita” (link esterno) |

| Data | Testata | Argomento |
|------------|--------------------------------------|---|
| 07/05/2017 | Diretta Stadio | Nella trasmissione si ringrazia il Corecom Lombardia per il premio "Fair Play Calcio e TV (Video) |
| 05/05/2017 | Annuario Media e Sport | "Diretta Stadio" premiata con il "Fair Play Calcio e TV Corecom Lombardia" (link esterno) |
| 05/05/2017 | Gruppo Lombardo Giornalisti Sportivi | PREMIO "FAIR PLAY CALCIO E TV" CORECOM LOMBARDIA (link esterno) |
| 05/05/2017 | L'Opinionista | A Milano la 5a edizione del "Premio Fair Play Calcio e TV Corecom Lombardia" (link esterno) |
| 05/05/2017 | VaresePolis | Premio "Fair play calcio e tv" del Corecom alla trasmissione "Diretta Stadio" di Telecity 7 Gold (link esterno) |
| 04/05/2017 | La Gazzetta dello Sport | D'Ambrosio: "Inter crollata? Tutta colpa del pari col Torino..." (link esterno) |
| 04/05/2017 | Lombardia Quotidiano | Premio "Fair play calcio e tv" del Corecom alla trasmissione "Diretta Stadio" di Telecity 7 Gold (link esterno) |
| 02/05/2017 | Libero Quotidiano.it | Calcio: Corecom Lombardia premia il fair play in tv (link esterno) |
| 02/05/2017 | Lombardia Quotidiano | Premio "Fair play calcio e tv" del Corecom al miglior programma sportivo (link esterno) |
| 21/03/2017 | Casateonline.it | Giornata della solidarietà al Pirellone, quarta edizione (link esterno) |
| 21/03/2017 | Oggitreviso.it | Bullismo: Corecom, in versione 'cyber' ha coinvolto 71 mila giovani lombardi. (link esterno) |
| 21/03/2017 | paginemediche.it | Bullismo: Corecom, in versione 'cyber' ha coinvolto 71 mila giovani lombardi (link esterno) |
| 21/03/2017 | Quibrianza.it | Cyberbullismo: un giovane su cinque riceve messaggi hard (link esterno) |
| 20/03/2017 | Adnkronos.com | Cyberbullismo, Corecom: "almeno 71mila i giovani lombardi coinvolti"(link esterno) |
| 20/03/2017 | Affaritaliani.it | Bullismo: Corecom, in versione 'cyber' ha coinvolto 71 mila giovani lombardi (link esterno) |
| 20/03/2017 | Affaritaliani.it | Cyberbullismo: Corecom, 71mila i giovani lombardi coinvolti (2) (link esterno) |
| 20/03/2017 | Affaritaliani.it | Cyberbullismo: Corecom, 71mila i giovani lombardi coinvolti (link esterno) |

| Data | Testata | Argomento |
|------------|--------------------------|---|
| 20/03/2017 | Arezzoweb.it | Bullismo: Corecom, in versione 'cyber' ha coinvolto 71 mila giovani lombardi (link esterno) |
| 20/03/2017 | AskaneWS.it | Cioppa: contro mafia fondamentale promuovere legalità tra giovani (link esterno) |
| 20/03/2017 | Giornalemetropolitano.it | Milano, giornata della legalità, dibattito per confrontarsi su cyberbullismo e violenza di ogni genere (link esterno) |
| 20/03/2017 | Ildubbio.news | Bullismo: Corecom, in versione 'cyber' ha coinvolto 71 mila giovani lombardi (link esterno) |
| 20/03/2017 | Ilfoglio.it | Bullismo: Corecom, in versione 'cyber' ha coinvolto 71 mila giovani lombardi (link esterno) |
| 20/03/2017 | Ilfoglio.it | Cyberbullismo: Corecom, 71mila i giovani lombardi coinvolti (2) (link esterno) |
| 20/03/2017 | Lasaluteinpillole.it | Bullismo: Corecom, in versione 'cyber' ha coinvolto 71 mila giovani lombardi (link esterno) |
| 20/03/2017 | Lasicilia.it | Bullismo: Corecom, in versione 'cyber' ha coinvolto 71 mila giovani lombardi (link esterno) |
| 20/03/2017 | LiberoQuotidiano.it | Cyberbullismo: Corecom, 71mila i giovani lombardi coinvolti (2) (link esterno) |
| 20/03/2017 | LiberoQuotidiano.it | Cyberbullismo: Corecom, 71mila i giovani lombardi coinvolti (link esterno) |
| 20/03/2017 | Paginemonaci.it | Cyberbullismo: Corecom, 71mila i giovani lombardi coinvolti (2) (link esterno) |
| 20/03/2017 | Panorama.it | Bullismo: Corecom, in versione 'cyber' ha coinvolto 71 mila giovani lombardi (link esterno) |
| 20/03/2017 | Sardegnaoggi.it | Cyberbullismo: Corecom, 71mila i giovani lombardi coinvolti (2)(link esterno) |
| 20/03/2017 | SassariNotizie.com | Cyberbullismo: Corecom, 71mila i giovani lombardi coinvolti (2) (link esterno) |
| 20/03/2017 | SassariNotizie.com | Bullismo: Corecom, in versione 'cyber' ha coinvolto 71 mila giovani lombardi (link esterno) |
| 20/03/2017 | Varesenews.it | Giornata della legalità: fari accesi su cyberbullismo (link esterno) |
| 18/03/2017 | Ilmeteo.it | Lombardia: lunedì a Milano quarta edizione 'Giornata della Legalità' (link esterno) |
| 18/03/2017 | Ilsaronno.it | Raffaele Cattaneo alla Giornata della Legalità (link esterno) |
| 18/03/2017 | LiberoQuotidiano.it | Lombardia: lunedì Corecom promuove confronto su cyberbullismo e azzardopatia (link esterno) |

| Data | Testata | Argomento |
|------------|--|---|
| 18/03/2017 | Varesenews.it | Giornata della Legalità: incontro su cyberbullismo e azzardopatia (link esterno) |
| 17/03/2017 | Affaritaliani.it | Lombardia: lunedì a Milano quarta edizione 'Giornata della Legalità' (link esterno) |
| 17/03/2017 | Arezzoweb.it | Lombardia: lunedì a Milano quarta edizione 'Giornata della Legalità' (link esterno) |
| 17/03/2017 | Ilfoglio.it | Lombardia: lunedì a Milano quarta edizione 'Giornata della Legalità' (link esterno) |
| 17/03/2017 | Milano.zone | Lombardia: lunedì a Milano quarta edizione 'Giornata della Legalità' (link esterno) |
| 17/03/2017 | Paginemonaci.it | Lombardia: lunedì a Milano quarta edizione 'Giornata della Legalità' (link esterno) |
| 17/03/2017 | Sardegnaoggi.it | Lombardia: lunedì a Milano quarta edizione 'Giornata della Legalità' (link esterno) |
| 17/03/2017 | SassariNotizie.com | Lombardia: lunedì a Milano quarta edizione 'Giornata della Legalità' (link esterno) |
| 21/02/2017 | Ansa.it | Maroni, diritto a notizie vere fatto di civiltà (link esterno) |
| 21/02/2017 | Tiscali.it | Maroni, diritto a notizie vere e' civiltà (link esterno) |
| 12/02/2017 | "Le Frontiere dello Spirito" | "Le Frontiere dello Spirito - Volti e Storie: Bullismo contro i rischi del web" (visualizza su Youtube) |
| 08/02/2017 | Reteconomy - Bookmark | Lotta al cyberbullismo - intervista (video su sito esterno) |
| 05/02/2017 | "Le Frontiere dello Spirito" | "Le Frontiere dello Spirito - Volti e Storie: Bullismo e Cyberbullismo, il coraggio di parlare" (visualizza su Youtube) |
| 01/02/2017 | Convegno promosso da Regione Lombardia in collaborazione con l'Ufficio scolastico regionale, Pepita Onlus e Casa Pediatrica Fatebenefratelli-Sacco | Visualizza l'intervento integrale della Presidente Federica Zanella (su Youtube) |
| 27/01/2017 | Varesenews.it | Web e social network, un incontro per gli studenti delle medie (link esterno) |
| 14/01/2017 | Punto Europa (Rai 1 Parlamento) | La Presidente Federica Zanella parla di cyberbullismo e tutela della reputazione digitale (visualizza su Youtube) |
| 23/10/2016 | Trasmissione "Si può fare" (Radio 24) | La Presidente Federica Zanella parla dell'importanza dello Sportello Help Web Reputation Giovani (ascolta su Youtube) |

| Data | Testata | Argomento |
|------------|------------------------------|---|
| 17/10/2016 | 7giorni.info | Quando il web diventa pericoloso: uno sportello di Regione Lombardia tutela i cittadini (link esterno) |
| 10/10/2016 | RAI 3 TGR Buongiorno Regione | La risoluzione delle controversie tra cittadini e compagnie telefoniche. Un servizio del Co.Re.Com. Lombardia (visualizza su Youtube) |
| 17/09/2016 | Otto E Mezzo | Tiziana e la rete che uccide - Il punto di Paolo Pagliaro (video) |
| 16/09/2016 | Lombardi nel mondo | Corecom Lombardia: tutela dei minori e alla dignità della persona declinata sul web |
| 20/07/2016 | Telelombardia | Convegno del Corecom”I Co.Re.Com. e la tutela del cittadino consumatore nell’ambito delle telecomunicazioni – Forme di giustizia alternativa, conciliazioni e definizioni delle controversie” (video) |
| 20/07/2016 | TG7 Lombardia | Convegno del Corecom”I Co.Re.Com. e la tutela del cittadino consumatore nell’ambito delle telecomunicazioni – Forme di giustizia alternativa, conciliazioni e definizioni delle controversie” (video) |
| 20/07/2016 | CataniaOggi.it | Tlc: Corecom, in 2015, in Lombardia, 7mila casi risolti per oltre 2,5 mln (link esterno) |
| 20/07/2016 | Libero24X7.it | Tlc: Corecom, in 2015, in Lombardia, 7mila casi risolti per oltre 2,5 mln (link esterno) |
| 20/07/2016 | MediaKey | La tutela del cittadino consumatore nell’ambito delle telecomunicazioni (link esterno) |
| 20/07/2016 | AGI | Telefonia: consumatori più tutelati con i sistemi di soluzione semplificata delle controversie, ma urge una riforma del teleselling (link esterno) |
| 20/07/2016 | ANSA | Lombardia: convegno Corecom su telecomunicazioni (link esterno) |
| 20/07/2016 | Helpconsumatori.it | Telefonia, consumatori più tutelati con la conciliazione, ma serve riforma teleselling (link esterno) |
| 20/07/2016 | Key4biz.it | Co.Re.Com Lombardia: restituiti ai cittadini 2,5 mln grazie alla conciliazione (link esterno) |
| 20/07/2016 | Lombardiaquotidiano.com | Corecom: 4,4 milioni di euro restituiti ai cittadini lombardi grazie alle conciliazioni nelle controversie in ambito telecomunicazioni (link esterno) |

| Data | Testata | Argomento |
|------------|--------------------------|---|
| 20/07/2016 | Libero.it | Telefonia, consumatori più tutelati con la conciliazione, ma serve riforma teleselling (link esterno) |
| 20/07/2016 | NewsAgielle.it | Conciliazioni Corecom: 4.4 milioni di euro restituiti ai cittadini lombardi (link esterno) |
| 20/07/2016 | Erbanotizie.com | Corecom: 4.4 milioni di euro restituiti ai cittadini lombardi (link esterno) |
| 20/07/2016 | Ladiscussione.com | Corecom: restituiti ai cittadini piu' di due milioni e mezzo di euro (link esterno) |
| 20/07/2016 | Primapaginaneews.it | Telefonia, UNC: "Consumatori più tutelati, ma urge riforma teleselling" (link esterno) |
| 20/07/2016 | Uniconsum.it | TELEFONIA: CONSUMATORI PIÙ TUTELATI CON I SISTEMI DI SOLUZIONE SEMPLIFICATA DELLE CONTROVERSIE, MA URGE UNA RIFORMA DEL TELESELLING (link esterno) |
| 20/07/2016 | Imprese-lavoro.com | Convegno Corecom Lombardia su 'I Corecom e la tutela del cittadino consumatore nell'ambito delle telecomunicazioni' – Forme di giustizia alternativa, conciliazioni e definizioni (link esterno) |
| 20/07/2016 | Agenziacalendario.it | A Milano il convegno "I Corecom e la tutela del cittadino consumatore nell'ambito delle telecomunicazioni. Forme di giustizia alternativa, conciliazioni e definizioni delle controversie" (link esterno) |
| 04/07/2016 | TGR Lombardia | Evento Corecom - Tutela dei minori sul web e Cyberbullismo (video) |
| 28/06/2016 | Key4biz.it | Cyberbullismo: Agcom, 'Cancellare i profili fake sui social per tutelare i minori' (link esterno) |
| 28/06/2016 | TG7 Lombardia | Evento Corecom - Tutela dei minori sul web e Cyberbullismo (video) |
| 28/06/2016 | Il Giornale ed. Milano | Cyberbullismo: per il 30% dei giovani è un rischio |
| 28/06/2016 | Ilgiorno.it | CYBERBULLISMO, VESSATI SUL WEB ANCHE A VENTANNI. DA MILANO LA SFIDA: NORME PIU' SEVERE (link esterno) |
| 27/06/2016 | Telelombardia | Evento Corecom - Tutela dei minori sul web e Cyberbullismo (video) |
| 27/06/2016 | Giornalemetropolitano.it | TUTELA DEI MINORI SUL WEB: MIGLIORANO LE ATTIVITA' DI PREVENZIONE E LA PERCEZIONE DEI RISCHI (link esterno) |

| Data | Testata | Argomento |
|------------|----------------------------|---|
| 27/06/2016 | Omnimilano.it | CORECOM, CONVEGNO SU CYBERBULLISMO: “LOMBARDIA ALL’AVANGUARDIA IN PREVENZIONE” (link esterno) |
| 27/06/2016 | Lombardia Quotidiano | Tutela dei minori sul web: migliorano le attività di prevenzione e la percezione rischi (link esterno) |
| 27/06/2016 | Libero 24x7 | Bullismo e violazione della privacy: i reati più diffusi in rete (link esterno) |
| 27/06/2016 | Corriere Comunicazioni.it | Cyberbullismo, Martusciello: “La soft regulation non basta, serve legge ad hoc” (link esterno) |
| 27/06/2016 | RepubblicaMilano.it | CORECOM, CONVEGNO SU CYBERBULLISMO: “LOMBARDIA ALL’AVANGUARDIA IN PREVENZIONE” (link esterno) |
| 27/06/2016 | Gli statigenerali.com | Sexting e cyberbullismo, il lato oscuro del 2.0 (link esterno) |
| 27/06/2016 | Cattolica news | Giovani lombardi, social ma prudenti (link esterno) |
| 27/06/2016 | Daylionline | Convegno Corecom (link esterno) |
| 27/06/2016 | Portale Lombardi nel mondo | Cyberbullismo e Web Reputation, un convegno sui comportamenti a rischio on-line da parte dei giovani (link esterno) |
| 27/06/2016 | Varese7press.it | TUTELA DEI MINORI SUL WEB: MIGLIORANO LE ATTIVITA’ DI PREVENZIONE E LA PERCEZIONE DEI RISCHI (link esterno) |
| 27/06/2016 | Varesenews.it | BULLISMO E VIOLAZIONE DELLA PRIVACY: I REATI PIU’ DIFFUSI IN RETE (link esterno) |
| 26/06/2016 | Varesereport.it | VARESE, CYBERBULLISMO, CONVEGNO DEL CORECOM AL PIRELLONE (link esterno) |
| 07/04/2016 | Terzo Canale Show | Lotta al Cyberbullismo - intervista a Federica Zanella (video) |
| 19/02/2016 | Ansa | Serie A: Napoli Milan, Doppio ko e attacco bloccato, suona allarme Sarri (link esterno) |
| 19/02/2016 | Bergamo Sera | Milan: se Sinisa vince come possono cacciarlo? (link esterno) |
| 19/02/2016 | Corriere Della Sera | Milan: Cena con patto per la Champions. Sinisa “Avanti così possiamo farcela” |
| 19/02/2016 | Il Giornale ed. Milano | A Telenova il premio Fair Play assegnato dal Corecom |

| Data | Testata | Argomento |
|------------|-------------------------|---|
| 19/02/2016 | Il Giorno ed. Milano | Premio Fair Play Calcio e TV 2015. Mihajlovic premia i giornalisti sportivi |
| 19/02/2016 | Repubblica | CALCIO, MILAN; MIHAJLOVIC: PREFERISCO PERDERE DERBY E VINCERE SCUDETTO (link esterno) |
| 19/02/2016 | TGR Lombardia | IL FAIR PLAY NEL CALCIO E NELLA TV (video) |
| 18/02/2016 | Ansa | Milan, Mihajlovic crede al terzo posto (link esterno) |
| 18/02/2016 | Aska News | Milan, Mihajlovic: "Preferisco perdere derby ma vincere trofeo" (link esterno) |
| 18/02/2016 | Brescia Oggi | Calcio: Mihajlovic, futuro? Non ci penso (link esterno) |
| 18/02/2016 | Brescia Oggi | Milan, Mihajlovic crede al terzo posto (link esterno) |
| 18/02/2016 | Calciomercato.com | Mihajlovic: 'Futuro? Avanti a testa alta. Terzo posto? Possiamo farcela. Derby? Preferisco perderlo ma vincere lo scudetto' (link esterno) |
| 18/02/2016 | Corriere della Sera | Mihajlovic: "Il terzo posto? Sarà dura ma ce la metteremo tutta" (link esterno) |
| 18/02/2016 | Corriere della Sera | Milan, Mihajlovic crede al terzo posto (link esterno) |
| 18/02/2016 | IVM | Premio Fair Play, Mihajlovic: "Contro il Napoli non sarà facile, ma non lo sarà neanche per loro" (link esterno) |
| 18/02/2016 | La Stampa | Mihajlovic: "Il Napoli? Non partiamo battuti" (link esterno) |
| 18/02/2016 | Ansa | Calcio: Mihajlovic, futuro? Non ci penso (link esterno) |
| 18/02/2016 | Il Sole 24 Ore | Milan, Mihajlovic: "Terzo posto possibile" (link esterno) |
| 18/02/2016 | Stadio 24 | "Possiamo arrivare terzi" (link esterno) |
| 18/02/2016 | La Gazzetta dello Sport | "Milan al terzo posto, io ci credo. E per il Napoli sarà dura batterci" (link esterno) |
| 18/02/2016 | Milan News | "Premio Fair Play del Corecom: tutte le foto dell'evento con Sinisa Mihajlovic" (link esterno) |
| 18/02/2016 | Milan News | "Premio Fair Play, Mihajlovic: "Possiamo arrivare 3°, contro il Napoli non partiamo battuti. Futuro? Vado avanti a testa alta" (link esterno) |
| 18/02/2016 | Rai Sport | "Mihajlovic crede al terzo posto" (link esterno) |
| 18/02/2016 | Milano ONLINE | "Premio Fair Play" (link esterno) |
| 17/02/2016 | MI-TOMORROW | "Mihajlovic premia le tv" (link esterno) |

| Data | Testata | Argomento |
|------------|---------------------------------|---|
| 25/11/2015 | Il Corriere del Verbano | Ricerca del Corecom sulla parità di genere nell'emittenza lombarda (link esterno) |
| 24/11/2015 | Notizie in un Click | Parità di genere assente dai Tg e in Tv (link esterno) |
| 24/11/2015 | TG7 Lombardia | DONNE, QUALE PRESENZA NELLE TV? (video - link esterno) |
| 24/11/2015 | TGR Lombardia | CORECOM: "POCHE DONNE IN TV" (video - link esterno) |
| 23/11/2015 | askanews | Nei tg delle tv lombarde rappresentazione femminile vale 15,2% (link esterno) |
| 23/11/2015 | Noi Media Network | Parità di genere assente dai Tg e in Tv. La rappresentazione femminile vale il 15,2% (link esterno) |
| 21/11/2015 | Ansa | Regioni: Lombardia: lunedì dibattito comunicazione genere (link esterno) |
| 20/11/2015 | Varese7Press.it | Sara Valmaggi lunedì al convegno contro violenza sulle donne (link esterno) |
| 28/10/2015 | TG7 Lombardia | Internet e la tutela della persona (video) |
| 28/10/2015 | TGR Lombardia | Internet e la tutela della persona (video) |
| 27/10/2015 | AGIELLE News | Lombardia: Consiglio e Corecom al lavoro su web reputation e cyberbullismo (link esterno) |
| 27/10/2015 | Erbanotizie.com | Incontro in Regione su Web reputation, diritto all'oblio e cyberbullismo (link esterno) |
| 27/10/2015 | Giornale Metropolitano | Web reputation, diritto all'oblio e cyberbullismo (link esterno) |
| 27/10/2015 | Il Corriere delle Comunicazioni | Privacy, Pizzetti: "Serve il diritto di rettifica online" (link esterno) |
| 27/10/2015 | Il Giornale ed. Milano | Cyber bullismo, web reputazione e diritto all'oblio |
| 27/10/2015 | Il Giorno ed. Milano | Web, motori di ricerca e tutela della persona Esperti a confronto |
| 27/10/2015 | Key4biz.it | Internet e le nuove strade per la tutela della nostra identità (link esterno) |
| 26/10/2015 | askanews | Tecnologie e tutela diritti: convegno Corecom a Palazzo Pirelli (link esterno) |
| 26/10/2015 | ContattoNews.it | Tecnologie e tutela diritti: convegno Corecom a Palazzo Pirelli (link esterno) |
| 26/10/2015 | Il Giornale ed. Milano | Anche il Garante per le Comunicazioni all'evento su Internet e tutela della persona |

| Data | Testata | Argomento |
|------------|------------------------|--|
| 26/10/2015 | Sardiniapost.it | Tecnologie e tutela diritti: convegno Corecom a Palazzo Pirelli (link esterno) |
| 26/10/2015 | Varese Report | Regione. Web reputazione, cyber bullismo e oblio, dibattito al Pirellone (link esterno) |
| 06/10/2015 | Millecanali | Il futuro delle Tv locali secondo il Corecom Lombardia (link esterno) |
| 25/09/2015 | Il Giorno ed. Milano | La comunicazione locale. Il Corecom premia la trasmissione Punto Verde |
| 24/09/2015 | Il Giornale ed. Milano | Il premio Corecom "Expo tv". Contributi all'informazione di qualità |
| 24/09/2015 | Key4biz.it | Corecom Lombardia premia la qualità delle emittenti locali (link esterno) |
| 24/09/2015 | La Repubblica | Emittenti locali, Cattaneo: contributi a chi garantisce informazione e qualità |
| 24/09/2015 | Varese Report | Milano, Corecom Lombardia premia la qualità dell'emittenza locale (link esterno) |
| 23/09/2015 | askanews | Cattaneo: sostenere emittenti che offrono informazione di qualità (link esterno) |
| 23/09/2015 | ContattoNews.it | Cattaneo: sostenere emittenti che offrono informazione di qualità (link esterno) |
| 23/09/2015 | Cremonaoggi.it | L'emittente Cremona1 vince il premio Expo Tv di Regione Lombardia (link esterno) |
| 23/09/2015 | Giornale Metropolitano | Premio Corecom "Expo TV" a Cremona 1 Tv (link esterno) |
| 23/09/2015 | Italpress | CATTANEO: "SOSTENERE TV LOCALI CON INFORMAZIONE DI QUALITÀ" (link esterno) |
| 23/09/2015 | Omnimilano.it | EMITTENTI LOCALI, CATTANEO: CONTRIBUTI A CHI GARANTISCE INFORMAZIONE E QUALITÀ (link esterno) |
| 23/09/2015 | Prima Comunicazione | Cattaneo, presidente Consiglio regionale Lombardia, su emittenti locali: i contributi pubblici vanno assegnati alle realtà che garantiscono un servizio d'informazione di qualità (link esterno) |
| 30/08/2015 | Il Giornale ed. Milano | La figlia insultata su Facebook. Chiamano la Polizia |
| 26/07/2015 | Il Giornale ed. Milano | Tivù a pagamento e cyberbullismo. Fermiamo gli abusi |
| 23/07/2015 | TG7 Lombardia | WEB, TUTELARE I MINORI (video) |
| 08/05/2015 | Avvenire | Corecom sceriffò nel Far West tlc Lombardia "capofila" nei litigi tra utenti e gestori di rete |

| Data | Testata | Argomento |
|------------|-------------------------|---|
| 07/05/2015 | Telelombardia | Convegno “La tutela dei consumatori nell’ambito delle telecomunicazioni” (video) |
| 07/05/2015 | TG7 Lombardia | Convegno “La tutela dei consumatori nell’ambito delle telecomunicazioni” (video) |
| 06/05/2015 | Il Giorno ed. Milano | Convegno sull’attività dei Corecom: “Più di 3 milioni di euro restituiti ai cittadini” |
| 18/03/2015 | Il Giornale ed. Milano | Un film per le scuole: così si tende la «rete» contro i bulli del web |
| 17/02/2015 | Millecanali | Il Premio Fair Play Calcio e Tv (link esterno) |
| 16/02/2015 | Bresciaoggi | Calcio in Tv e Fair Play Teleboario è un modello (link esterno) |
| 11/02/2015 | Il Giorno | Premio Fair play calcio e tv, Zanetti alla cerimonia |
| 11/02/2015 | Il Giorno ed. Milano | “Fair play calcio e tv”: Javier Zanetti premia i giornalisti sportivi |
| 11/02/2015 | La Gazzetta dello Sport | “Fair play calcio e tv”: Premiato chi racconta i valori dello sport |
| 11/02/2015 | Mediakey.tv | Premio Fair Play Calcio e Tv Corecom Lombardia (link esterno) |
| 11/02/2015 | TGR Lombardia | PREMIO CORECOM PER IL FAIR PLAY NEL CALCIO (video) |
| 10/02/2015 | Il Giornale ed. Milano | Calcio in tv, Zanetti consegna il premio Fair play |
| 10/02/2015 | Libero Quotidiano | Calcio: Zanetti consegna premio Fair Play a Teleboario e a Caronni (link esterno) |
| 10/02/2015 | Milanow | REGIONE: PREMIATO IL NOSTRO CARONNI (video) |
| 10/02/2015 | Omnimilano.it | CALCIO IN TV, DA CORECOM PREMIO ‘FAIR PLAY’ A EMITTENTE TELEBOARIO (link esterno) |
| 10/02/2015 | Telelombardia | REGIONE: PREMIATO IL NOSTRO CARONNI (video) |
| 10/02/2015 | Varese7Press.it | Premio Fair Play televisivo a Teleboario per la trasmissione “Lunedì sport” (link esterno) |
| 10/02/2015 | VareseNews | Javier Zanetti consegna il premio del Pirellone per il “Fair Play Calcio e TV” (link esterno) |
| 09/02/2015 | Regioni.it | SPORT, ROSSI DOMANI A PREMIO ‘FAIR PLAY’ CORECOM (link esterno) |

| Data | Testata | Argomento |
|------------|------------------------------------|--|
| 08/02/2015 | La Repubblica ed. Milano | CORECOM, CALCIO E TV: MARTEDÌ ZANETTI CONSEGNA PREMIO 'FAIR PLAY' (link esterno) |
| 08/02/2015 | Omnimilano.it | CORECOM, CALCIO E TV: MARTEDÌ ZANETTI CONSEGNA PREMIO 'FAIR PLAY' (link esterno) |
| 08/02/2015 | Varese7Press.it | Premio "Fair play calcio e tv": lunedì premiazioni con Javier Zanetti (link esterno) |
| 03/10/2014 | Ilsussidiario.net | Disabili: Corecom Lombardia, rendere i media accessibili a tutti (link esterno) |
| 03/10/2014 | Milanow | GIORNALI E TV ANCHE PER CHI NON PUÒ (video) |
| 03/10/2014 | La Gazzetta dello Sport ed. Milano | Accessibilità ai media. Un'opportunità per tutti (link esterno) |
| 03/10/2014 | TGR Lombardia | DISABILITÀ, SFIDA PER I MEZZI DI INFORMAZIONE (video) |
| 03/10/2014 | Telelombardia | GIORNALI E TV ANCHE PER CHI NON PUÒ (video) |
| 02/10/2014 | Varese Report | Regione, media e disabilità, convegno targato Corecom Lombardia (link esterno) |
| 25/06/2014 | TgCom24 | "FACCIA A FACCIA" Intervista a Federica Zanella (video) |
| 31/05/2014 | Il Giornale ed. Milano | Sono 71 mila i giovani vittima di cyberbullismo |
| 31/05/2014 | Libero ed. Milano | Cyberbullismo. Tra i giovani 71 mila vittime |
| 31/05/2014 | QN | Cyberbullismo e attacchi online |
| 30/05/2014 | Il Mondo.tv | Cyberbullismo, Corecom Lombardia apre sportello "Help web reputation" |
| 30/05/2014 | Varese7Press.it | Cyberbullismo: la Regione istituisce un servizio dedicato dove segnalare i casi (link esterno) |
| 03/03/2014 | Yahoo notizie | Expo2015, digitalizzazione al servizio di sicurezza e trasparenza |
| 03/03/2014 | Yahoo notizie | Il futuro nelle mani dei Digital democracy leader, dirigenti 2.0 |
| 28/02/2014 | Corriere Nazionale | Expo2015, digitalizzazione al servizio di sicurezza e trasparenza |
| 28/02/2014 | Corriere Nazionale | Il futuro nelle mani dei Digital democracy leader, dirigenti 2.0 |
| 28/02/2014 | TMNews | Expo2015, digitalizzazione al servizio di sicurezza e trasparenza |

| Data | Testata | Argomento |
|------------|------------------------|--|
| 28/02/2014 | askanews | Expo2015, digitalizzazione al servizio di sicurezza e trasparenza (link esterno) |
| 28/02/2014 | askanews | Il futuro nelle mani dei Digital democracy leader, dirigenti 2.0 (link esterno) |
| 28/02/2014 | Il SOLE 24 ORE | Expo2015, digitalizzazione al servizio di sicurezza e trasparenza (video - link esterno) |
| 28/02/2014 | IL SOLE 24 ORE | Il futuro nelle mani dei Digital democracy leader, dirigenti 2.0 (video - link esterno) |
| 26/02/2014 | TGR Lombardia | LA CONCILIAZIONE DEL CORECOM (video) |
| 24/02/2014 | Telelombardia | CORECOM: LA CONCILIAZIONE PER I CITTADINI (video) |
| 04/11/2013 | Rai Sport 1 | PREMIO FAIR PLAY (video) |
| 23/10/2013 | Milanow | CALCIO FAIR PLAY, IN CAMPO E ANCHE IN TV (video) |
| 23/10/2013 | Telelombardia | CALCIO FAIR PLAY, IN CAMPO E ANCHE IN TV (video) |
| 22/10/2013 | Il Giorno | Fair Play Calcio: Federica Zanella premia tv di Bergamo |
| 21/10/2013 | Ecodibergamo.it | «TuttoAtalanta», vince il fair play La trasmissione premiata a Milano (link esterno) |
| 21/10/2013 | Libero Quotidiano | Sport: Rossi, Tv deve esaltare comportamenti virtuosi (link esterno) |
| 21/10/2013 | TGR Lombardia | IL PREMIO FAIR PLAY DEL CORECOM (video) |
| 20/10/2013 | Ecodibergamo | «TUTTOATALANTA» lunedì su BG TV Premio Fair Play e Bonaventura (link esterno) |
| 20/10/2013 | Varese7Press.it | Lunedì a Milano Premio “Fair Play Calcio e TV”: premiazioni in Sala Pirelli (link esterno) |
| 18/10/2013 | Telereporter | Intervista a Federica Zanella (video) |
| 28/09/2013 | Il Giornale ed. Milano | Cattiva reputazione on line? Arriva lo sportello regionale |
| 28/09/2013 | Il Giorno ed. Milano | Zanella e il nuovo Corecom “Con lo sportello per tutelare la reputazione sul web” |
| 27/09/2013 | Affaritaliani.it | Si insedia il Corecom. Zanella: “Sportello per web reputation” (link esterno) |
| 27/09/2013 | Milanow | IL FUTURO DELL'INFORMAZIONE E' LOCALE (video) |

| Data | Testata | Argomento |
|------------|---------------|--|
| 27/09/2013 | Telelombardia | IL FUTURO DELL'INFORMAZIONE E' LOCALE (video) |
| 27/09/2013 | TG7 Lombardia | PRESENTATI I NUOVI VERTICI DEL CORECOM (video) |
| 27/09/2013 | TGR Lombardia | PRESENTATI I NUOVI VERTICI DEL CORECOM (video) |

Parte terza
Attività delegate

Introduzione

Sulla base della convenzione tra A.G.Com. e Co.Re.Com. Lombardia stipulata il 3 marzo 2005, il Co.Re.Com. Lombardia esercita dal 2006 le funzioni delegate nelle seguenti materie: tutela dei minori nel settore radiotelevisivo, esercizio del diritto di rettifica sul sistema radiotelevisivo locale, vigilanza sulla diffusione dei sondaggi, svolgimento del tentativo obbligatorio di conciliazione nelle controversie tra operatori di telecomunicazioni e utenti.

Il 16 dicembre 2009, a seguito dell'accordo quadro siglato nel 2008, è stata stipulata una nuova convenzione con la quale, a partire dal mese di gennaio 2010, l'A.G.Com. ha conferito al Co.Re.Com. della Lombardia, in aggiunta alle precedenti, l'esercizio delle seguenti ulteriori funzioni delegate:

- definizione in seconda istanza delle controversie tra operatori e utenti dei servizi di telecomunicazioni;
- vigilanza sul rispetto degli obblighi di programmazione e delle disposizioni in materia di esercizio dell'attività radiotelevisiva locale, inclusa la tutela del pluralismo;
- gestione delle posizioni degli operatori nell'ambito del Registro degli Operatori delle telecomunicazioni (ROC).

Attualmente l'Accordo quadro è stato rinnovato in data 21 novembre 2017. La convenzione per l'esercizio delle funzioni delegate tra A.G.Com. e il Co.Re.Com. Lombardia è stata sottoscritta il 29 dicembre 2017 ed è entrata in vigore il primo gennaio 2018.

Per quanto concerne tutte le funzioni delegate si è andato delineando e rafforzando il ruolo del Co.Re.Com. quale 'snodo' tra il territorio e l'Autorità, confermato dalle molteplici attività scaturite dalle deleghe poste in essere nel tempo e ormai consolidate.

Si conferma, tra l'altro, quanto emerso nel corso della celebrazione dei 10 anni dalla nascita dei Co.Re.Com., durante la quale si sono sottolineati gli aspetti di correlazione tra Autorità e territorio, non solo quali mediatori tra istituzioni ed operatori di settore ma in veste di veri conoscitori delle zone di competenza e delle loro caratteristiche ed esigenze.

Le attività del Co.Re.Com. Lombardia, infatti, incidono su molteplici campi di azione: sul vissuto dei singoli individui (ad esempio, l'attività di conciliazione, di tutela del consumatore quale 'parte debole' per definizione), sulle attività economiche (es.: iscrizione impresa al ROC), sulla dimensione sociale (es.: Tutela dei minori).

Tentativo obbligatorio di conciliazione

Constatato l'elevato grado di soddisfazione dell'utente, si è proseguito nella collaudata attività delle conciliazioni in videoconferenza. La qualificata collaborazione delle Sedi territoriali della Regione (STeR) dislocate nei capoluoghi di provincia, facenti capo alla Giunta regionale ha registrato un ulteriore incremento delle attività svolte con l'utilizzo di questo strumento. Pertanto ricordiamo che le sedi operative sono: Bergamo, Brescia, Cremona, Lecco, Mantova, Sondrio, Varese.

In aumento le attività di conciliazione in modalità telematica (audio conferenza) da parte delle associazioni dei consumatori e degli utenti.

Si evidenzia che l'aumento delle attività in modalità audio e videoconferenza determina le seguenti problematiche:

- 1) difficoltà organizzativa nella gestione di tali richieste nel caso in cui anche l'operatore sia collegato in modalità telematica
- 2) difficoltà nell'identificazione del soggetto collegato telefonicamente
- 3) le carenze informatiche che impediscono spesso la lettura o l'apertura della firma digitale.

La Conciliazione

Risoluzione delle controversie tra utenti e operatori di telecomunicazione

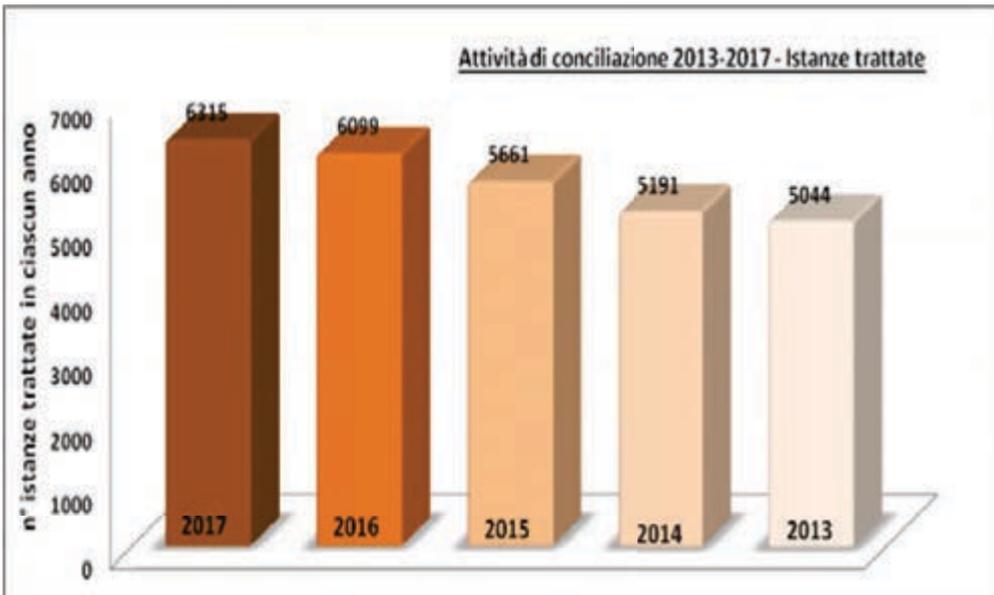
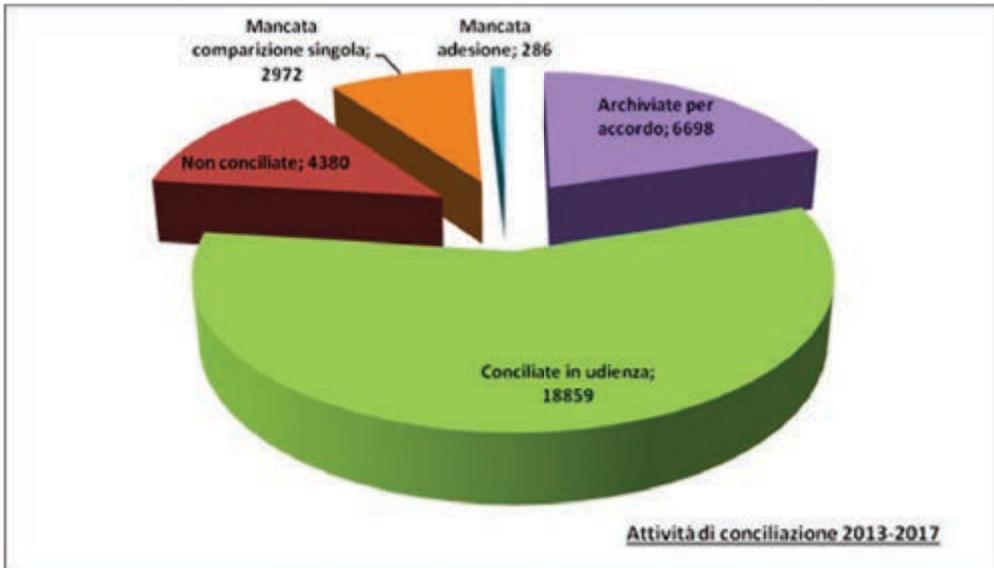
Le istanze pervenute sono state 31.172. Le udienze effettuate sono state 23.213.

Il valore complessivo delle conciliazioni andate a buon fine, è di 12.823.212,70 milioni di euro.

Sul piano delle criticità, si deve evidenziare:

- l'allargamento ad altro gestore in fase di udienza;
- l'aumentato numero delle conciliazioni in audio e videoconferenza;

Questo determina, in termini organizzativi, una crescente difficoltà nella gestione del calendario. In particolare nell'individuazione di date nelle quali far convergere i diversi gestori, oltre ovviamente ad un aumento del tempo da dedicare a questo tipo di conciliazioni.



Definizione amministrativa delle controversie

Per quanto riguarda l'attività svolta per le istanze di Definizione amministrativa si è invece assistito ad un sensibile aumento del numero delle istanze pervenute che nel periodo 2013 – 2017 ammonta a complessive 2.385 istanze. Il valore medio di ogni Definizione, oscilla tra i 2.225,00 euro del 2013 ed i 944,00 euro del 2017.

Nel 2017 si è assistito a un sensibile decremento del numero delle istanze di definizione amministrativa delle controversie che da 554, pervenute nell'anno 2016, sono passate a 409 nel 2017, segnando un calo del 26%. Tuttavia, tale dato va letto unitamente a quello relativo al numero delle istanze immediatamente archiviate per mancanza dei requisiti di ammissibilità o procedibilità, che nel 2017 ha subito una evidente contrazione, passando dalle 186 del 2016 alle 100 dell'anno 2017 (-86%).

Ciò significa che nel 2017 il numero delle istanze ammissibili, per le quali, cioè, è stato avviato il procedimento amministrativo, è risultato di 309 (a fronte delle 368 dell'anno precedente), registrando una diminuzione del 16% rispetto all'anno 2016.

Nel 2017 si segnala anche un decremento delle istanze di provvedimento temporaneo, che da 17 pervenute nel 2016 (di cui 9 prive dei requisiti di ammissibilità), sono passate a 10 pervenute nel 2017 (di cui 4 prive dei requisiti di ammissibilità). Ciò induce a ritenere che le situazioni che tipicamente fondano l'attivazione della procedura d'urgenza (*in primis* la sospensione amministrativa della linea o l'interruzione dei servizi in costanza del passaggio delle utenze tra operatori) vengono risolte positivamente e definitivamente in prima istanza, intervenendo o permanendo solo raramente nel corso del procedimento c.d. di secondo grado.

In ordine alla composizione delle controversie attraverso una soluzione bonaria, si segnala che nel 2017 sono intervenute 55 archiviazioni per accordo concluso tra le parti prima dell'udienza di discussione e 105 per accordo intervenuto durante le udienze di discussione.

Questi dati, risultano in linea con quelli dell'anno precedente (nel 2016: 57 archiviazioni pre-udienza e 116 verbali di accordo) e confermano, da un lato, la propensione di molti operatori a chiudere le vertenze, transattivamente, tra la data di presentazione dell'istanza e la data di svolgimento dell'udienza, dall'altro lato il duplice ruolo dell'udienza di discussione: momento per un confronto approfondito sui fatti oggetto della vertenza, ai fini della decisione del Co.Re.Com., nonché ulteriore (e ultima, dopo il tentativo di conciliazione) occasione utile per condurre le parti ad una soluzione condivisa della controversia.

Con riguardo alle udienze di discussione, si segnala che per tre operatori si è assistito a un cambiamento del personale incaricato di gestire le definizioni delle controversie presso il Co.Re.Com. Lombardia: per Telecom e Vodafone sono cambiati gli studi legali esterni, per H3G si è passati da una gestione affidata a

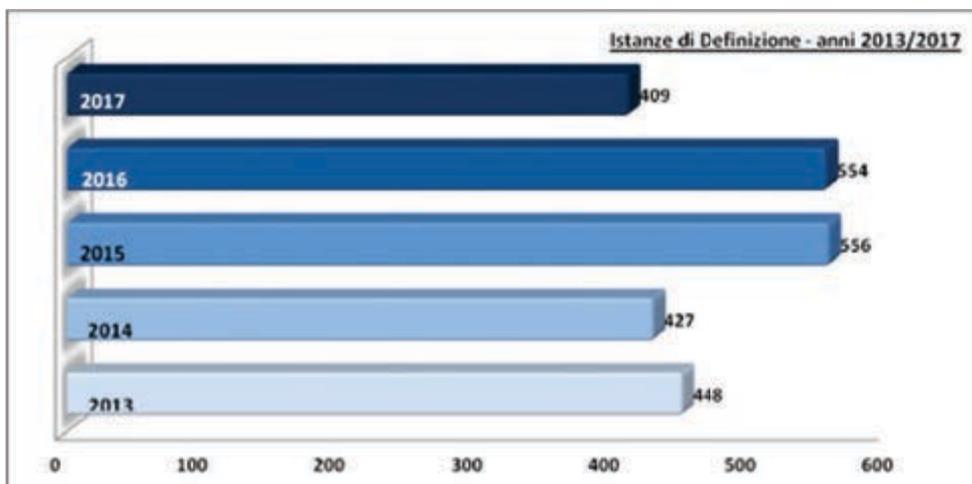
uno studio legale esterno a una gestione “diretta”, con dipendenti Wind Tre. Tutti i nuovi referenti dei tre operatori citati hanno chiesto di svolgere le udienze in audio conferenza. Ciò ha indubbiamente comportato una dilatazione dei tempi delle udienze, dovuta evidentemente alla difficoltà tecniche nell’apposizione della firma sui verbali e nello loro scambio tra le parti via *e-mail*, oltre che alle maggiori difficoltà di comunicazione legate alla presenza solo “vocale” delle parti.

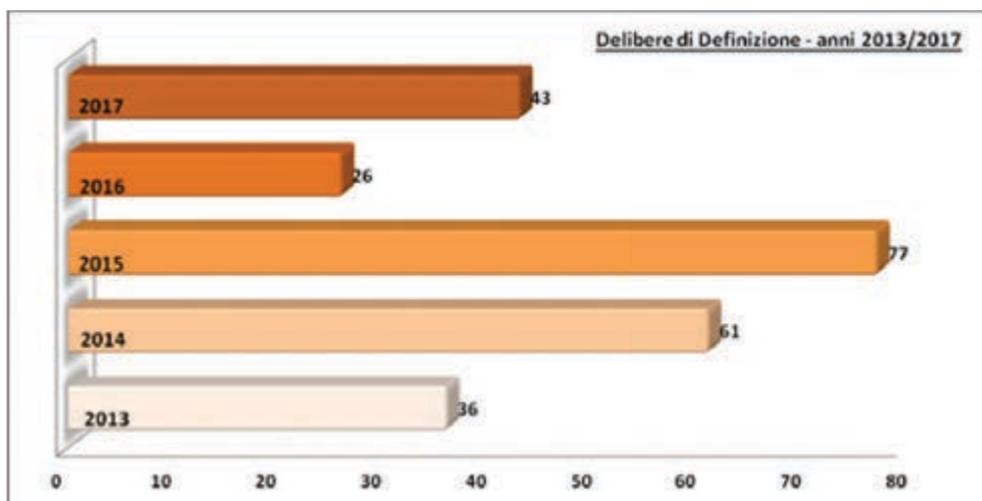
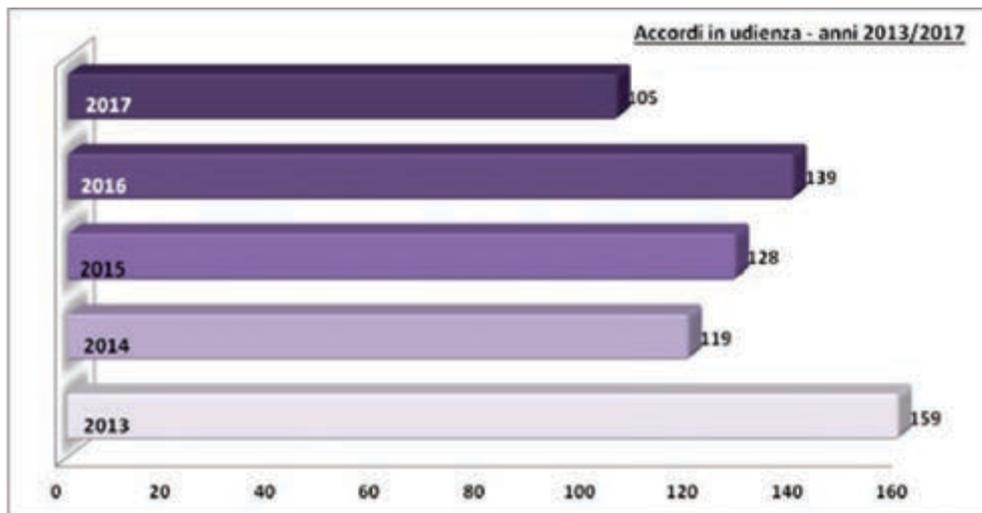
Tale inconveniente, tuttavia, è compensato dalla disponibilità e dall’atteggiamento collaborativo dei nuovi referenti, che hanno dimostrato “spirito conciliativo”, puntualità negli adempimenti della procedura, conoscenza della materia e delle singole posizioni, portando, come detto sopra, a molte soluzioni bonarie delle vertenze.

Quanto al numero complessivo dei provvedimenti decisori, nel 2017 si è assistito ad un loro sensibile incremento (+ 65%): da complessive 26 definizioni nel 2016 si è passati a 43 nel 2017.

Si rileva infine un decremento del valore medio dei provvedimenti decisori adottati nel 2017 (valore derivante dal rapporto tra il totale delle somme dovute dagli operatori in esecuzione dei provvedimenti e il numero dei provvedimenti stessi) che è risultato pari a € 944,00 nel 2017, a fronte di un valore medio di € 2.833,00 calcolato nel 2016. Questo risultato dipende dall’adozione di numerose delibere di rigetto, relative a istanze infondate e talvolta pretestuose.

Il tempo medio di conclusione dei procedimenti di definizione, sebbene diminuito rispetto all’anno precedente, è risultato anche quest’anno lievemente superiore al termine ordinatorio di durata previsto da *Regolamento*.





Prospettive

L'anno 2018, sarà interessato dalle attività propedeutiche all'avvio del nuovo sistema informatico "Diaspro" che interesserà tutto il personale dedicato alla delega della definizione. Ciò, unitamente alla futura acquisizione di nuovo personale da dedicare alla funzione, dovrebbe consentire una ripresa dei ritmi delle attività volte a una progressiva riduzione dell'arretrato.

Registro degli Operatori di Comunicazione (ROC)

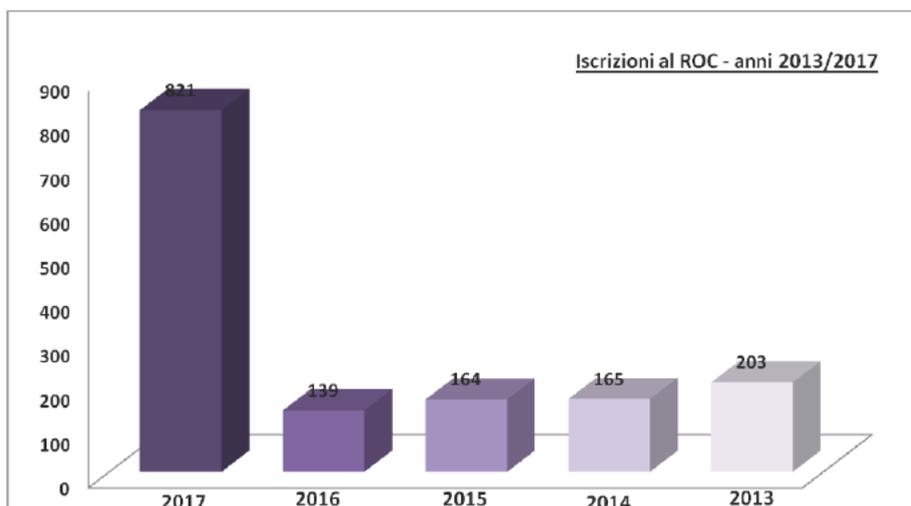
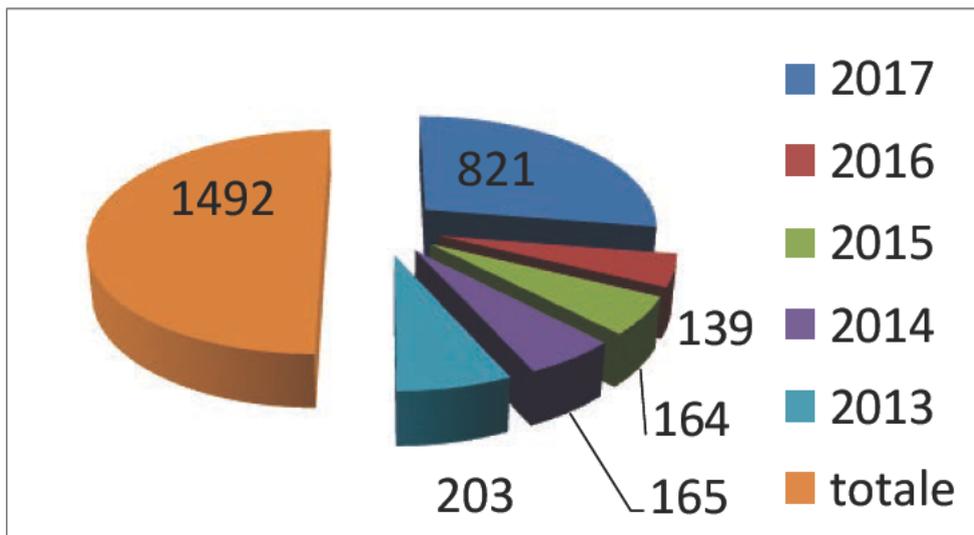
Il Registro degli Operatori di Comunicazione, istituito con legge n.249/1997 (art.1, comma 6, lettera a), punti 5. e 6.), costituisce l’anagrafe degli operatori di comunicazione. E’ gestito sulla base delle disposizioni contenute nell’allegato ‘A’ alla delibera n.666/08/Cons. “*Regolamento per l’organizzazione e la tenuta del Registro degli Operatori di Comunicazione*” e successive modifiche e integrazioni. Scopo del *Registro* è di garantire la trasparenza e la pubblicità degli assetti proprietari delle imprese, nonché quello di consentire l’applicazione delle norme sulla limitazione delle concentrazioni editoriali, a tutela del pluralismo e della concorrenza.

Di seguito si riportano sinteticamente gli elementi di rilievo che nel corso della *Governance 2013 – 2017* hanno caratterizzato l’attività di gestione del Registro. Tali elementi possono essere utilizzati per comprendere non solo la consistenza dell’anagrafe lombarda nel settore delle comunicazioni, ma anche per valutare e approfondire, oltre la rappresentazione numerica dei dati, la capacità di sviluppo del settore sotto il profilo economico, imprenditoriale e occupazionale.

Volume dei procedimenti di iscrizione e cancellazione dal Registro

La Lombardia è la regione che detiene, insieme al Lazio, il più alto numero di imprese di comunicazione iscritte nel ROC a livello nazionale. Su un totale complessivo di 12.433 iscrizioni attive alla data del 15 gennaio 2018, il 20% degli operatori risiede in Lombardia; le imprese lombarde iscritte nel Registro, alla sopraccitata data, sono 2.481.

| ANNO | NUOVE ISCRIZIONI | CANCELLAZIONI |
|--------------------|-------------------------|----------------------|
| 2013 | 203 | 66 |
| 2014 | 165 | 112 |
| 2015 | 164 | 146 |
| 2016 | 139 | 105 |
| 2017 | 821 | 98 |
| 2013 – 2017 | 1492 | 527 |



Il consistente incremento del numero delle iscrizioni intervenuto nel corso del 2017 è dovuto all'entrata in vigore, dal 1° gennaio 2017, della legge 11 dicembre 2016 n. 232, la quale prevede, all'articolo 24bis, comma 11, l'obbligo di iscrizione nel Registro Operatori di Comunicazione per tutti gli operatori economici (incluse pertanto anche le società straniere) che svolgono attività di call center su numerazioni nazionali, sia che tale attività sia esercitata in forma diretta, sia nei casi in cui gli operatori siano soggetti terzi affidatari di tali servizi.

Si ritiene utile esporre in questa Relazione i dati riepilogativi delle iscrizioni e delle cancellazioni occorse dal 2010 al 2016, essendo ormai trascorsi alcuni anni dal conferimento della delega al Corecom della Lombardia relativa alla gestione e all'aggiornamento del Registro degli Operatori di Comunicazione.

Dal resoconto si rileva l'andamento in flessione delle iscrizioni e l'incremento delle cancellazioni, da cui si può dedurre, in modo del tutto intuitivo, che gli effetti della crisi economica hanno iniziato ad avvertirsi nel passaggio dal 2012 al 2013 e che si sono protratti nel triennio 2014-2016.

Infatti, anche volendo interpretare il numero elevato delle cancellazioni come esito degli interventi di cancellazione massiva da parte degli uffici con lo scopo di bonificare il Registro, resta il dato incontrovertibile del calo progressivo delle iscrizioni.

Vigilanza e monitoraggio sulle emittenti radiotelevisive locali

A seguito della firma del decreto n. 595/15 di affidamento ad una Società esterna del servizio di registrazione audio e video delle trasmissioni delle emittenti locali lombarde per le attività di vigilanza del Co.Re.Com. Lombardia, il monitoraggio è avvenuto attraverso le registrazioni delle trasmissioni televisive e le successive analisi e scomposizione dei dati per gruppi di due/tre emittenti con cadenza mensile, fino ad esaurimento, tra le emittenti selezionate.

Tale scelta si è resa indispensabile al fine di conformare l'operato dei Co.Re.Com. in materia di vigilanza a seguito della Sentenza del Consiglio di Stato n. 1330/15 che ha sostanzialmente contraddetto la precedente giurisprudenza del Tar Lazio.

La consegna della relazione conclusiva dell'analisi del trasmesso nei tempi previsti, unitamente all'implementazione delle risorse destinate all'attività di monitoraggio in particolare, un funzionario a tempo pieno, un funzionario e un tirocinante part-time hanno reso possibile un miglioramento dell'attività in termini qualitativi e di gestione del lavoro.

Monitoraggio e Vigilanza

sessione 2013 – 2017

Il controllo del rispetto della normativa in materia di programmazione da parte delle emittenti locali, sia attuata attraverso il monitoraggio delle trasmissioni, la verifica del loro contenuto e l'eventuale avvio e istruttoria dei procedimenti finalizzati alla sanzione delle violazioni. Il monitoraggio si articola su quattro macro - aree:

- Pubblicità
- Tutela dei minori e Garanzie dell'utenza
- Pluralismo sociopolitico
- Obblighi di programmazione

Nella sessione di monitoraggio e vigilanza di che trattasi si sono svolti vari procedimenti riferiti alle presunte violazioni nei programmi trasmessi dalle emittenti locali sorteggiate dal Comitato.

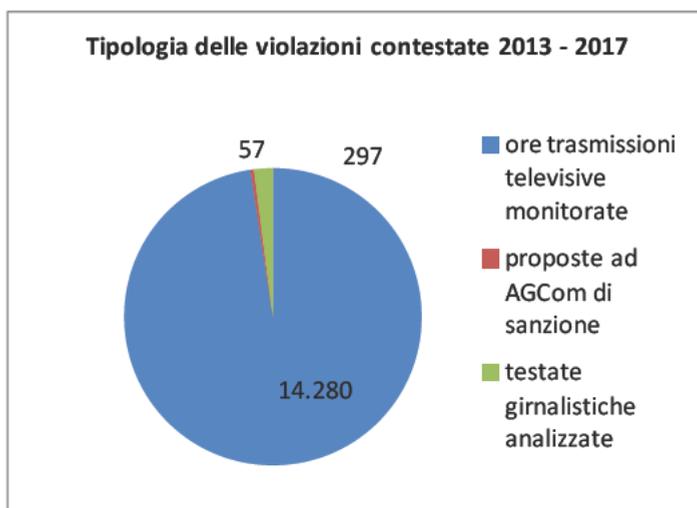
Se le relazioni conclusive del monitoraggio forniscono indubbiamente un ottimo punto di partenza per individuare le eventuali possibili violazioni della normativa, l'Ufficio, in seguito, deve procedere all'esame di ogni singola indicazione, nonché alla visione del trasmesso al fine di individuare la corretta fattispecie cui ascrivere la segnalazione.

L'attività di analisi e di valutazione del trasmesso è quella che richiede, da sempre, oltre ad un enorme dispendio di energie una approfondita conoscenza della normativa: il confine tra ciò che è concesso e ciò che invece costituisce un illecito è spesso sottile e altresì soggetto agli orientamenti giurisprudenziali dell'Autorità, pertanto, le valutazioni circa l'opportunità di procedere con una eventuale contestazione all'emittente risultano subordinate ad un'analisi qualitativa della programmazione oltre che interpretativa della normativa in materia.

L'attività di vigilanza si è attuata quasi esclusivamente attraverso il monitoraggio giacché le numerose segnalazioni pervenute hanno avuto ad oggetto emittenti nazionali o sono risultate prive degli elementi essenziali, e quindi dichiarate non-procedibili.

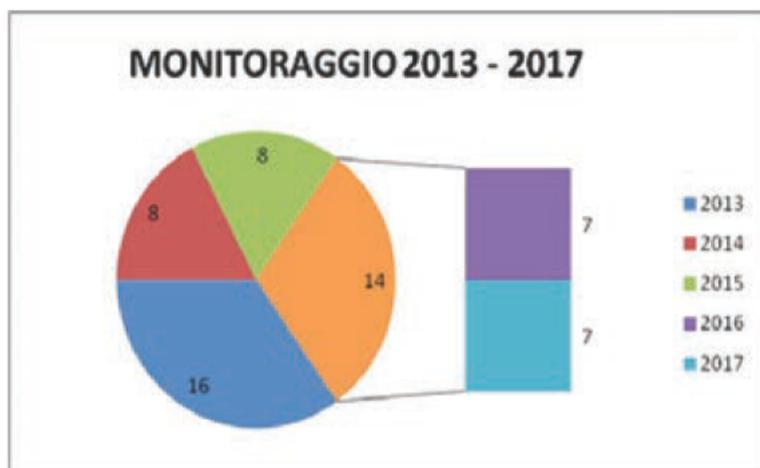
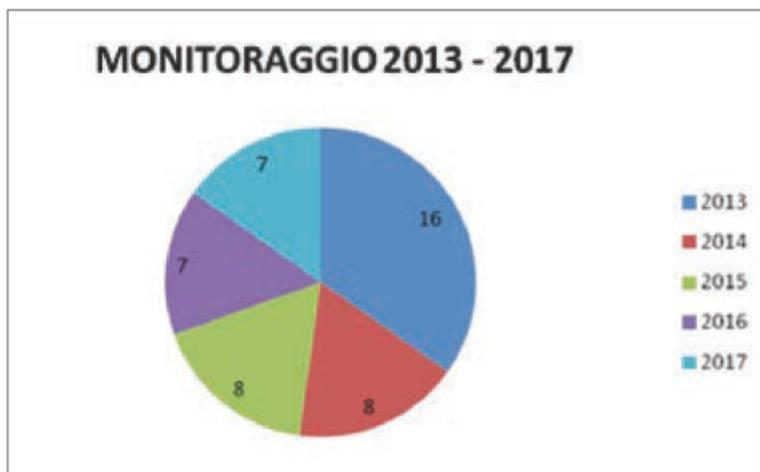
La tipologia delle violazioni contestate nel corso del monitoraggio sessioni 2013 - 2017 è riassumibile attraverso il seguente grafico:

- oltre 14.000 ore di trasmissioni televisive monitorate
- 57 proposte ad AGCom di sanzione
- 297 testate giornalistiche analizzate



Il numero di emittenti rispettose della normativa si è sempre attestato sui valori riscontrati nel corso di ogni precedente anno; sono quindi molte le emittenti locali virtuose, quelle cioè alle quali non sono state inviate contestazioni.

Il *trend* positivo è certamente riconducibile ad una maggiore conoscenza della normativa di settore dovuta anche ai rapporti di collaborazione tra l'Ufficio e i fornitori di contenuti media audiovisivi che fanno riferimento al Co.Re.Com. Lombardia anche per chiarimenti e informazioni di carattere giuridico normativo.



Pluralismo politico e sociale

sessione 2013 - 2017

Dall'analisi dei dati scaturiti dal monitoraggio socio-politico non sono emerse infrazioni o trasgressioni evidenti o passibili di segnalazione.

Vigilanza sulla diffusione dei sondaggi

Il Co.Re.Com. Lombardia, in forza della convenzione del 16 dicembre 2009, è stato delegato dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, tra l'altro, alla vigilanza sul rispetto delle disposizioni in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa in ambito locale (stampa locale), contenute nel Regolamento approvato con Del. A.G.Com. 256/10/CSP.

Nello specifico, sul piano operativo, le *Linee guida* prevedono, in riferimento all'attività di monitoraggio d'ufficio, che i Co.Re.Com. individuino un paniere di quotidiani e di periodici a diffusione settimanale e a contenuto prevalentemente informativo nell'ambito di quelli aventi redazione principale nell'ambito territoriale di competenza da sottoporre a controllo a campione con un'attività a cadenza almeno semestrale.

L'Ufficio per il Co.Re.Com. ha quindi svolto l'attività di vigilanza di cui trattasi, in maniera innovativa rispetto agli anni passati, avvalendosi della rassegna stampa *on-line* diffusa in rete dal Consiglio regionale della Lombardia, come da progetto avviato, in via sperimentale, l'anno precedente.

Attraverso il software è possibile effettuare ricerche documentali sulle testate di interesse locale approfondendo l'analisi alle singole parole contenute nei testi degli articoli.

Nel periodo 2013 – 2017 sono state circa 300 le testate giornalistiche complessivamente analizzate. Tale periodo di riferimento, è stato certamente proficuo sotto il profilo del monitoraggio e della vigilanza. La scelta di procedere nell'attività di monitoraggio delle emittenti attraverso le registrazioni delle trasmissioni televisive e le successive analisi e scomposizione dei dati per gruppi di due/tre emittenti con cadenza mensile è risultata determinante per il rispetto delle tempistiche previste per la conclusione dei procedimenti sanzionatori e ha consentito all'Ufficio di intervenire dedicando ad ogni singola fattispecie la giusta attenzione e spazio. A conclusione pertanto si può certamente prendere atto che il monitoraggio è stato effettuato con professionalità e attenzione anche grazie all'esperienza maturata e alla buona collaborazione tra i vari componenti dell'Ufficio.

Collaborazione con l'Ufficio Scolastico Regionale per la Lombardia e la Polizia Postale e delle Comunicazioni

L'Ufficio Scolastico Regionale per la Lombardia ha intrapreso un percorso progettuale che ha la finalità di promuovere nelle scuole interventi formativi dedicati all'Educazione alle differenze nell'ottica del contrasto a ogni forma di estremismo violento.

Risulta strategico, per educare gli studenti alla cittadinanza attiva, investire su una formazione dei docenti che sia all'altezza della prevenzione di ogni forma di comportamenti violenti, originati da varie manifestazioni di estremismo (politico, religioso, ideologico, culturale ...) ed eventualmente che consenta anche alle scuole di avere gli strumenti per individuare situazioni problematiche che potrebbero sfociare in azioni violente.

Nel 2017 è stato pubblicato il bando del Co.Re.Com. Lombardia in collaborazione con l'Ufficio scolastico regionale per la realizzazione di corsi formativi -informativi nelle scuole secondarie di primo e secondo grado della regione Lombardia (MIUR AOODRLO n. 5248 del 10/03/2017).

La risposta a questo bando è decisamente superiore alle aspettative e si è registrato un tale incremento di richieste che solo dopo un attento e metodico lavoro organizzativo si è potuto rispondere compiutamente a tutte le scuole richiedenti. Infatti per l'anno scolastico 2017-18 attraverso il bando sono pervenute domande da 102 scuole di tutte le province lombarde con una media di due/tre corsi di formazione per gli studenti al mattino e un corso per i genitori, docenti e personale non docente al pomeriggio.

L'attività organizzativa e di coordinamento dei corsi ha impegnato interamente una unità senza calcolare l'attività di segreteria e sono stati incrementati i già quotidiani rapporti con la società vincitrice dell'appalto per la gestione dei corsi formativi.

Nella prima parte dell'anno sono stati effettuati circa 80 corsi formativi in 33 scuole contattando oltre 4000 studenti. Nella seconda parte dell'anno sono stati attivati 115 corsi di formazione intercettando oltre 3000 studenti.

Negli scorsi anni il Co.Re.Com. Lombardia e l'USR hanno sempre collaborato proficuamente ma mai come quest'anno si sono intensificati ed intersecati ulteriormente.

Nel 2016 è stata costituita la Commissione "*Educazione alle differenze nell'ottica del contrasto ad ogni forma di estremismo violento*" (Decreto del direttore USR n. 0001496 del 23/11/2015) composta da referenti istituzionali lombardi alla quale partecipa anche il Co.Re.Com. Lombardia con un suo rappresentante.

La commissione ha realizzato corsi di formazione per 40 docenti e dirigenti scolastici selezionati che alla conclusione della formazione hanno realizzato progetti

concreti da attivare nel proprio istituto attraverso il tutoraggio dei professionisti che hanno curato il corso. Il Co.Re.Com. Lombardia ha ricevuto ben 12 progetti che, dopo un'attenta analisi degli obiettivi e delle competenze, si stanno realizzando sul territorio nel corso dell'anno scolastico 2017-18 con lo scopo principale di costituire reti di ambito e figure di riferimento.

L'Ufficio Scolastico Regionale per la Lombardia ha la finalità di promuovere nelle scuole interventi formativi dedicati all'Educazione alle differenze nell'ottica del contrasto a ogni forma di estremismo violento.

Risulta strategico, per educare gli studenti alla cittadinanza attiva, investire su una formazione dei docenti che sia all'altezza della prevenzione di ogni forma di comportamenti violenti, originati da varie manifestazioni di estremismo (politico, religioso, ideologico, culturale) ed eventualmente che consenta anche alle scuole di avere gli strumenti per individuare situazioni problematiche che potrebbero sfociare in azioni violente.

Per questo motivo, è stata costituita un'apposita commissione composta da referenti istituzionali lombardi, alla quale partecipa anche il Co.Re.Com. Lombardia con un suo rappresentante. (Decreto del direttore USR n. 0001496. Del 23-11-2015).

Le attività svolte dalla Commissione di analisi del territorio e formazione scolastica sono protratte nel tempo avendo una progettualità su più anni scolastici anche al fine di coprire l'intero territorio lombardo.

Sono stati elaborati e realizzati questionari distribuiti nelle scuole lombarde per conoscere le pratiche diffuse di educazione alle differenze nell'ottica della prevenzione di ogni forma di estremismo violento. I dati elaborati e analizzati sono stati inviati al Ministero dell'Istruzione.

Sono stati quindi selezionati vari dirigenti scolastici e docenti per un corso di formazione avanzato con laboratori pratici che affronta molteplici aree strategiche quali l'individuazione e la gestione dei conflitti adolescenziali, la costruzione di percorsi di educazione alla differenze, gli *hate crime*, il ruolo della comunicazione in rete.

Al termine dell'attività di formazione i docenti dovranno elaborare un progetto da attivare nella propria scuola con il tutoraggio dei professionisti che hanno curato il corso. A tale proposito il Co.Re.Com. Lombardia seguirà nel prossimo anno scolastico una decina di progetti scolastici pervenuti dai docenti del corso.

Gli insegnanti formati nell'anno scolastico 2016-2017 saranno coinvolti nei corsi di formazione nell'anno scolastico 2017-2018 e potrebbero diventare per il territorio (nell'ottica eventualmente delle reti di ambito) figure di riferimento, con il coordinamento del Tavolo tecnico dell'USR.

Attraverso l'esperienza delle scuole e la collaborazione del Tavolo tecnico scientifico istituito presso l'USR Lombardia, saranno realizzati un vademecum e una

piattaforma per caricare materiale e favorire il confronto tra le diverse componenti del mondo della scuola.

Il Co.Re.Com. inoltre collabora con l'Ufficio Scolastico Regionale, con la Polizia Postale e Comunicazioni e i Centri Territoriali di Supporto per l'applicazione delle Linee d'orientamento per azioni di prevenzione e di contrasto al bullismo/cyber bullismo del MIUR del 2015 e le indicazioni su "*Nuove Tecnologie e Disabilità*", con lo scopo di valorizzare il ruolo che le Nuove Tecnologie possono avere nell'integrazione scolastica degli studenti disabili e per la lotta al bullismo e *cyberbullismo*.

Progetto "Il Consiglio entra nelle scuole"

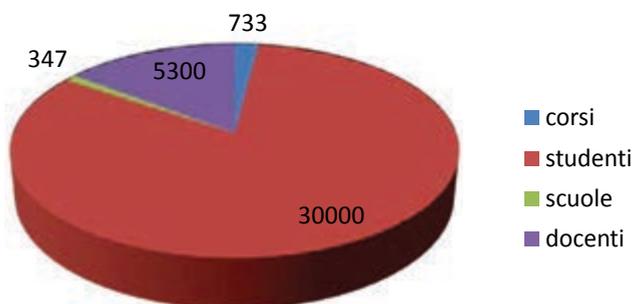
Il Co.Re.Com., inoltre, partecipa al progetto "*Il Consiglio entra nelle scuole*" realizzato dal Servizio Comunicazione del Consiglio regionale volto a far conoscere la realtà del Consiglio agli studenti delle scuole superiori. A questo progetto formativo il Co.Re.Com. ha aderito con interesse proprio per la natura formativa e divulgativa delle iniziative rivolte ai ragazzi lombardi con attenzione alla tematica del *Cyberbullismo* e per promuovere l'iniziativa "*Consiglieri per un giorno*", sempre illustrando le modalità operative per gestire la propria reputazione in rete e formare nei giovani la coscienza critica necessaria ad una navigazione sicura.

Lo scopo del Co.Re.Com. della Lombardia è quello di contribuire a migliorare la consapevolezza ma anche la prudenza nell'utilizzo dei media sociali.

A tal fine, in collaborazione con l'Ufficio Scolastico Regionale, promuove e realizza in forma capillare brevi corsi di formazione nelle scuole del territorio regionale, per studenti e docenti, finalizzati a fornire una maggiore conoscenza dei social media, con particolare riferimento alla *web reputation*, al monitoraggio della propria immagine sui siti, alle regole per evitare la pubblicazione di dati personali, alle istruzioni per segnalare la presenza di contenuti offensivi.

Le iniziative formative hanno raccolto un'elevata adesione da parte delle scuole, permettendo di attivare un numero significativi di corsi: nel periodo 2014-2017, oltre 600 corsi per circa 30000 studenti e oltre 4000 docenti coinvolti in 245 scuole delle province lombarde. Solo nel 2017, si sono realizzati ben 12 progetti in collaborazione con l'Ufficio Scolastico Regionale per la Lombardia relativi alla *Commissione estremismo violento*; inoltre si sono realizzati 6 corsi di formazione per 1300 referenti sul bullismo; il bando dei corsi formativi/informativi nelle scuole sulla *web reputation* per 102 scuole richiedenti; infine sono stati previsti, da ottobre a dicembre 2017 altri 115 corsi di formazione.

Sportello Help Web Reputation Giovani Attività formative 2014 - 2017



La scelta di formatori specializzati ma giovani si è inoltre rivelata premiante, poiché ha reso possibile il coinvolgimento dei ragazzi in un dialogo più informale, in grado di farli aprire rispetto alle problematiche incontrate (segnaliamo a tale proposito la denuncia di un atto di bullismo da parte di un ragazzino, denuncia avvenuta proprio durante uno degli incontri).

Durante l'attività formativa rivolta agli studenti è emerso come ad un loro elevato utilizzo del *Web* e dei *social media* corrisponda una scarsa consapevolezza da parte degli adolescenti dei rischi e delle funzionalità di tutela messe a disposizione dalle diverse piattaforme.

È doveroso però sottolineare che, soprattutto i frequentanti degli istituti scolastici secondari di primo grado, si sono mostrati ricettivi rispetto ai temi trattati negli incontri, partecipando con interesse attivo attraverso domande e chiarimenti rispetto alle modalità di risoluzione delle problematiche che si sono trovati ad affrontare, ma anche dei rischi loro presentati.

I formatori incaricati dal Co.Re.Com, confermano che gli incontri *pilota* destinati a docenti e genitori, hanno messo in luce enormi lacune sul fronte *new media* da parte degli adulti. Tali lacune, purtroppo, sono deleterie proprio nei fondamentali ambiti della prevenzione e dell'aiuto.

Le carenze nella prevenzione sono infatti ascrivibili alla mancata percezione dei rischi cui i figli sono esposti e all'incapacità di trasmettere delle consuetudini sicure di utilizzo.

Dato allarmante, a tale proposito, è la sempre più veloce decrescita dell'età media di accesso a *smartphone* e *tablet*, che arriva ormai a coinvolgere gli ultimi anni delle scuole primarie. Quanto all'aiuto, avendo solo una conoscenza superficiale di tali strumenti e sottostimandone i rischi, gli adulti faticano a porsi quali interlocutori utili in caso di bisogno, rendendo quindi i ragazzi vittima di *cyberbulling* ancora più abbandonati a sé stessi.

Si confermano conseguentemente di estrema importanza sociale sia l'attività formativa nelle scuole, volta a sopperire a tali carenze con il coinvolgimento dei ragazzi e la sensibilizzazione degli adulti, sia l'attività di sportello, destinata soprattutto ad affiancare i genitori di oggi - che difficilmente potrebbero trovare altrove un aiuto - in situazioni di difficoltà connesse alla reputazione dei figli.

Tra le diverse iniziative di sensibilizzazione, spicca la promozione delle attività del Co.Re.Com., svolte presso l'Università Cattolica del Sacro cuore di Gesù di Milano, con la partecipazione al Corso di *Diritto della comunicazione per le imprese e i media e di Diritto dell'informazione*. Sempre presso il medesimo Ateneo, molto importante è il rapporto instaurato con l'OssCom - *Centro di ricerca sui media e la comunicazione* - attraverso confronti, dibattiti ed incontri sulla *media education* in generale e sulle varie iniziative nelle quali si declina.

Tavolo Tecnico Scientifico Nuova Facoltà

A seguito della legge regionale sul cyber bullismo, è stato costituito il “*Tavolo tecnico scientifico per il contrasto al bullismo e al cyberbullismo*” con decreto del Direttore dell'USR (n. 851 del 16/3/2017) di cui il Co.Re.Com. Lombardia è componente.

Al fine di ottemperare alle previsioni delle legge regionale 1/17 è stata costituita la commissione di valutazione per l'esame e la valutazione dei progetti candidati per il bando per la selezione di progetti territoriali per la prevenzione e il contrasto del *bullismo e cyberbullismo*.

Il Co.Re.Com. Lombardia partecipa e collabora a tutte le iniziative poste in essere dal tavolo tecnico; tra le iniziative principali vale evidenziare il corso di formazione dei referenti per il *bullismo e cyberbullismo* che ha visto la partecipazione di 1300 docenti di tutta la regione. Il Co.Re.Com. Lombardia ha coordinato la lezione sul bullismo in rete in collaborazione con *Pepita Onlus* e ha riscosso molto interesse concretizzato anche nei numerosi contatti e consulenze telefoniche pervenute successivamente alla realizzazione dei corsi formativi.

Con l'anno accademico 2017/2018 ha preso il via in Università Cattolica di Milano il corso di Laurea Magistrale in *Media Education* attivato presso la facoltà di Scienza della Formazione con lo scopo di rispondere all'esigenza di formare figure professionali in grado di inserirsi con competenze specifiche nei diversi contesti sociali nei quali lo sviluppo e la diffusione delle tecnologie della comunicazione investono i processi educativi e di apprendimento.

Il tavolo tecnico-scientifico è stato istituito per mantenere un concreto contatto con le istituzioni ed indirizzare la formazione sulle *best practise* e sviluppare attività operative utili alle sfide poste in essere dalla società; per questo motivo il Co.Re. Com. Lombardia partecipa al Tavolo con un suo rappresentante.

Parte quarta
Appendice

L.R. 28 ottobre 2003, n. 20 (1).
Istituzione del Comitato regionale per le comunicazioni (CORECOM)

(1) Pubblicata nel B.U. Lombardia 30 ottobre 2003, n. 44, I suppl. ord.

CAPO I
FINALITÀ

Art. 1

Finalità.

1. È istituito il Comitato regionale per le comunicazioni della Regione Lombardia (CORECOM) al fine di assicurare a livello territoriale regionale le necessarie funzioni di governo, di garanzia e di controllo in tema di comunicazioni.
2. Il Comitato è organo funzionale dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, di seguito denominata Autorità, ed è, altresì, organo di consulenza della Giunta regionale e del Consiglio regionale in materia di comunicazioni.

CAPO II
COMPOSIZIONE E FUNZIONAMENTO

Art. 2

Composizione e durata.

1. Il CORECOM è composto dal Presidente, nominato dal Presidente della Giunta regionale d'intesa con il Presidente del Consiglio regionale, e da quattro componenti eletti dal Consiglio, fra esperti in possesso dei necessari requisiti di competenza ed esperienza nel settore della comunicazione nei suoi aspetti culturali, giuridici, economici e tecnologici, documentati e appositamente valutati dal Comitato tecnico di valutazione di cui all'articolo 8 della [legge regionale 6 aprile 1995, n. 14](#) (Norme per le nomine e designazioni di competenza della regione), che diano altresì garanzia di assoluta indipendenza. Il CORECOM è costituito all'inizio di ogni legislatura e resta in carica per cinque anni, salvo il caso di scioglimento anticipato del Consiglio regionale. I suoi componenti che hanno ricoperto per due mandati consecutivi la carica non sono immediatamente rieleggibili alle medesime cariche, salvo che uno dei due mandati precedenti abbia avuto durata inferiore a due anni, sei mesi ed un giorno, per causa diversa dalle dimissioni volontarie (2).
2. Il CORECOM elegge al suo interno due Vice Presidenti secondo le modalità previste dal regolamento interno di cui all'articolo 7.
3. Alle procedure di rinnovo del CORECOM si provvede entro quarantacinque giorni dall'effettiva scadenza dei componenti del Comitato in carica.
4. In caso di morte, dimissioni, impedimento o decadenza di un componente del CORECOM, il Consiglio regionale procede all'elezione di un nuovo componente, che resta in carica fino alla scadenza ordinaria del mandato del Comitato (3).

(2) Comma così modificato dall'art. 22, comma 1, L.R. 24 giugno 2013, n. 3, a decorrere dal 1° luglio 2013. Vedi, anche, il comma 2 dello stesso articolo.

(3) Articolo così sostituito dall'art. 1, comma 1, L.R. 31 marzo 2008, n. 9.

Art. 3

Incompatibilità.

1. I componenti del CORECOM sono soggetti alle seguenti incompatibilità:
 - a) membro del Parlamento europeo e nazionale, del Governo, dei consigli e delle giunte regionali e provinciali, membro dei consigli e delle giunte di Comuni con più di 15.000 abitanti;
 - b) presidente, amministratore, componente di organi direttivi di enti pubblici economici e non, qualora l'incarico sia assunto a seguito di nomina governativa, parlamentare, dei consigli o delle giunte regionali, provinciali e comunali;
 - c) amministratore, socio azionista o dipendente di imprese pubbliche o private operanti nel settore radiotelevisivo o delle telecomunicazioni, della pubblicità, dell'editoria anche multimediale, della rilevazione dell'ascolto e del monitoraggio della programmazione a livello sia nazionale sia locale;
 - d) titolare di rapporti di collaborazione o consulenza in atto con i soggetti di cui alla lettera c);
 - e) dipendente della Regione Lombardia.
2. Non ricorrono le ipotesi di incompatibilità previste dal comma 1, lettere c) ed e) per i dipendenti di imprese pubbliche e private e per i dipendenti della Regione Lombardia, qualora gli stessi siano collocati in aspettativa o fuori ruolo.

Art. 4

Disposizioni sulla decadenza.

1. I componenti del CORECOM decadono dall'incarico qualora non intervengano, senza giustificato motivo tempestivamente comunicato al Presidente del Comitato medesimo, a tre sedute consecutive ovvero ad un numero di sedute pari alla metà delle sedute effettuate nel corso dell'anno solare.
2. Ciascun componente è tenuto a segnalare la sopravvenienza delle cause di incompatibilità che lo riguardano.
3. I componenti decadono, altresì, qualora sopravvenga nei loro confronti una delle cause di incompatibilità di cui all'articolo 3 e l'interessato non provveda a determinarne la cessazione.
4. La causa di incompatibilità è contestata all'interessato dal Presidente del Consiglio regionale con l'invito a presentare proprie osservazioni entro un termine stabilito e, nel caso di cui al comma 2, a far cessare la causa di incompatibilità entro trenta giorni dal ricevimento della contestazione medesima.
5. Il Presidente del Consiglio regionale procede alla contestazione d'ufficio o su segnalazione del Presidente del Comitato. Il Presidente del Comitato è tenuto ad effettuare la segnalazione di cui al comma 1 nonché, se ne è a conoscenza, dei

casi di cui al comma 2.

6. Trascorso il termine di cui al comma 4, il Presidente del Consiglio regionale:
 - a) provvede all’archiviazione del procedimento qualora la causa di decadenza risulti insussistente, ovvero, nei casi di cui al comma 2, rimossa;
 - b) propone l’adozione del provvedimento di decadenza al Consiglio regionale negli altri casi.
7. Le decisioni di cui al comma 6 sono comunicate all’interessato e, per conoscenza, al Presidente del CORECOM e all’Autorità.
8. Le disposizioni sulla decadenza si applicano anche al Presidente del CORECOM che, a tal fine, comunica il motivo dell’assenza al Presidente del Consiglio regionale.

Art. 5

Dimissioni.

1. Le dimissioni dei componenti il CORECOM sono presentate, tramite il Presidente del Comitato medesimo, al Presidente del Consiglio regionale. Le dimissioni del Presidente del CORECOM sono presentate direttamente al Presidente del Consiglio regionale.
2. Il Presidente del Consiglio regionale prende atto delle dimissioni e provvede agli adempimenti necessari per la sostituzione dei componenti dimissionari. Provvede, altresì, ad informare l’Autorità delle dimissioni e delle relative sostituzioni.
3. I componenti restano in carica, nelle rispettive funzioni, sino alla prima seduta del Comitato a cui partecipano i nuovi eletti.

Art. 6

Funzioni del Presidente.

1. Il Presidente del CORECOM:
 - a) rappresenta il Comitato e cura l’esecuzione delle sue deliberazioni;
 - b) convoca il Comitato, determina l’ordine del giorno delle sedute, le presiede, ne sottoscrive i verbali e le eventuali deliberazioni in esse adottate;
 - c) cura i rapporti con gli organi regionali e con l’Autorità.
2. In caso di assenza o di impedimento del Presidente le relative funzioni sono esercitate da uno dei Vice Presidenti, secondo quanto disposto dal regolamento interno ai sensi dell’articolo 7.

Art. 7

Regolamento interno.

1. Il Comitato adotta, col voto di tre quarti dei suoi componenti, il regolamento interno che disciplina:
 - a) le modalità di nomina e le funzioni dei Vice Presidenti;
 - b) l’organizzazione ed il funzionamento del Comitato compresa la possibilità di

delega di compiti preparatori ed istruttori ai singoli componenti;

- c) le modalità di consultazione dei soggetti esterni, pubblici e privati, operanti nei settori delle comunicazioni e dell'informazione.

Art. 8

Indennità.

1. L'indennità di carica annuale del Presidente e dei componenti il Comitato è determinata dalla Giunta regionale, sentito il Presidente del Consiglio regionale.

CAPO III FUNZIONI

Art. 9

Funzioni proprie.

1. Il Comitato esercita come funzioni proprie, quelle ad esso conferite dalla legislazione statale e regionale.
2. In tale ambito il Comitato svolge in particolare le seguenti funzioni:
 - a) formula proposte di parere sullo schema di piano nazionale di assegnazione e di ripartizione delle frequenze trasmesso alla Regione ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera a), numeri 1) e 2), della [L. 31 luglio 1997, n. 249](#) (Istituzione dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisive), nonché sui bacini di utenza e sulla localizzazione dei relativi impianti;
 - b) esprime parere preventivo sui provvedimenti che la Regione adotta per disporre agevolazioni a favore di emittenti radiotelevisive, di imprese di editoria locale e di comunicazioni operanti nella regione;
 - c) esprime parere sui piani dei programmi predisposti dalla concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo;
 - d) predispone analisi e ricerche a supporto dell'elaborazione delle proposte di legge regionale disciplinanti in tutto o in parte la materia rientrante nel settore delle comunicazioni;
 - e) formula proposte alla concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo ed ai concessionari privati in merito alle programmazioni radiofoniche e televisive trasmesse in ambito nazionale e locale;
 - f) formula proposte ed esprime pareri sulle forme di collaborazione fra la concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo e le realtà culturali e informative della Regione;
 - g) cura ricerche e rilevazioni sull'assetto socio-economico delle imprese operanti a livello regionale nelle comunicazioni e sulle relative implicazioni nel mercato;
 - h) regola l'accesso radiofonico e televisivo regionale di cui alla [L. 6 agosto 1990, n. 223](#) (Disciplina del sistema radiotelevisivo pubblico e privato);
 - i) può svolgere indagini conoscitive sui media a diffusione regionale con

particolare riferimento agli indici di notorietà, di ascolto e di lettura;

- l) formula proposte in materia di tutela dei minori nel settore radio-televisivo.

Art. 10

Funzioni delegate.

1. Il CORECOM esercita le funzioni ad esso delegate, mediante la stipula di apposite convenzioni, dall'Autorità ai sensi dell'articolo [1, comma 13](#), della [legge 249/1997](#).
2. Il CORECOM esercita inoltre le funzioni ad esso delegate dal Ministero per le comunicazioni, dalla Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, da altri Ministeri, nonché da altri enti, mediante stipula di apposite convenzioni.
3. Le convenzioni di cui ai commi 1 e 2, nelle quali sono specificate le singole funzioni delegate e le risorse assegnate per il loro esercizio, sono sottoscritte dal Presidente del CORECOM, dal Presidente del Consiglio regionale e dal Presidente della Giunta regionale.

Art. 11

Modalità di esercizio della delega.

1. Le funzioni delegate sono esercitate dal CORECOM nell'ambito e nel rispetto dei principi e dei criteri direttivi stabiliti dall'Autorità al fine di assicurare il necessario coordinamento nell'intero territorio nazionale dei compiti ad essa affidati dalla [legge 249/1997](#).

Art. 12

Programmazione delle attività.

1. Annualmente, in tempo utile per la formazione del bilancio del Consiglio regionale, il CORECOM presenta all'Ufficio di presidenza del Consiglio regionale e all'Autorità, per la parte relativa alle funzioni da essa delegate, il programma di attività per l'anno successivo, con l'indicazione del relativo fabbisogno finanziario; l'Ufficio di presidenza, per quanto di propria competenza, sentito il CORECOM, determina le risorse finanziarie da inserire nel bilancio del Consiglio regionale. [\(4\)](#)
2. Entro il 31 marzo di ogni anno il CORECOM presenta al Consiglio regionale e all'Autorità una relazione conoscitiva sul sistema delle comunicazioni in ambito regionale, con particolare riferimento al settore radiotelevisivo e dell'editoria nonché sull'attività svolta nell'anno precedente, dando conto nella stessa anche della gestione della propria dotazione finanziaria, sia per la parte relativa alle funzioni proprie sia per quella relativa alle funzioni delegate. [\(5\)](#)
3. Il CORECOM rende pubblici, attraverso gli opportuni strumenti informativi, il programma di attività e la relazione conoscitiva sul sistema delle comunicazioni in ambito regionale e sull'attività svolta nell'anno precedente.

[\(4\)](#) Comma così sostituito dall'[art. 2, comma 1, lett. a\)](#),

[L.R. 28 dicembre 2017, n. 37](#), entrata in vigore il 31 dicembre 2017.

- (5) Comma così modificato dall'art. [2, comma 1, lett. b\)](#),
[L.R. 28 dicembre 2017, n. 37](#), entrata in vigore il 31 dicembre 2017.

Art. 13

Forme di consultazione.

1. Il CORECOM attua idonee forme di consultazione con la sede regionale della concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo, con le associazioni delle emittenti private e dell'editoria locale, con le associazioni degli utenti, con la commissione regionale per le pari opportunità, con l'ordine dei giornalisti, con gli organi dell'amministrazione scolastica, con le organizzazioni sindacali dei giornalisti e dei lavoratori del comparto delle comunicazioni e con gli altri eventuali soggetti collettivi interessati alle comunicazioni, attraverso incontri periodici e consultazioni sugli atti che rientrano nelle sue competenze.
2. Il CORECOM propone inoltre agli organi regionali lo svolgimento di conferenze sull'informazione e le comunicazioni.

CAPO IV

STRUTTURA - DOTAZIONE ORGANICA - FINANZIAMENTO

Art. 14

Dotazione organica.

1. Il CORECOM, per l'esercizio delle sue funzioni, si avvale della struttura del Consiglio regionale individuata ai sensi della [legge regionale 7 luglio 2008, n. 20](#) (Testo unico delle leggi regionali in materia di organizzazione e personale). (6)
2. La dotazione organica della struttura operativa del CORECOM è determinata, su proposta del Presidente del Comitato medesimo, dall'Ufficio di Presidenza del Consiglio, ai sensi della [l.r. 20/2008](#) ed è posta alle dipendenze funzionali del CORECOM. (7)
3. Nelle more della determinazione della dotazione organica della struttura di cui al comma 2, il CORECOM si avvale del personale regionale precedentemente assegnato al Comitato regionale per i servizi radiotelevisivi (CORERAT).
4. Le ulteriori disposizioni relative al personale in servizio presso la struttura di assistenza al Comitato, che dovranno essere conformi al regolamento interno di cui all'articolo 7, sono emanate con un apposito regolamento.
5. Il CORECOM, al fine di rendere più celere e funzionale lo svolgimento dei propri lavori, può affidare, secondo le modalità previste dal regolamento interno di cui all'articolo 7, ad uno o più dei suoi componenti compiti istruttori, per l'espletamento dei quali essi potranno avvalersi, previo assenso degli organi del Consiglio regionale o della Giunta regionale rispettivamente competenti, della temporanea collaborazione di unità di personale regionale ulteriore rispetto a quelle previste dai commi 2 e 3.
6. Nell'esecuzione delle sue funzioni il CORECOM può avvalersi, nel rispetto delle previsioni di spesa contenute nel programma di cui all'articolo 12, di

soggetti o organismi di riconosciuta indipendenza e competenza.

(6) Comma così modificato dall'art. 2, comma 1, lett. c),
L.R. 28 dicembre 2017, n. 37, entrata in vigore il 31 dicembre 2017.

(7) Comma così modificato dall'art. 2, comma 1, lett. d),
L.R. 28 dicembre 2017, n. 37, entrata in vigore il 31 dicembre 2017.

Art. 15

Finanziamento.

1. Per l'esercizio delle funzioni proprie il CORECOM dispone della dotazione finanziaria ad esso assegnata e nei limiti degli stanziamenti disposti dal bilancio del Consiglio regionale.
2. Per l'esercizio delle funzioni delegate il CORECOM inoltre dispone delle risorse concordate con l'Autorità e gli altri soggetti di cui all'articolo 10 nelle convenzioni con cui sono conferite le deleghe. Le risorse assegnate e trasferite dall'Autorità e dagli altri soggetti di cui all'articolo 10 sono iscritte nel bilancio regionale. (8)

(8) Comma così modificato dall'art. 2, comma 1, lett. e),
L.R. 28 dicembre 2017, n. 37, entrata in vigore il 31 dicembre 2017.

Art. 16

Gestione economica e finanziaria.

1. Nell'ambito delle previsioni contenute nel programma annuale di attività di cui all'articolo 12 e della corrispondente dotazione finanziaria iscritta in bilancio, il CORECOM ha autonomia gestionale e operativa. Si applicano, in quanto compatibili, le disposizioni regionali in materia di amministrazione e contabilità.
2. Gli atti per la gestione tecnica, finanziaria e amministrativa del programma annuale di attività sono di competenza del responsabile della struttura di assistenza, sulla base degli indirizzi impartiti dal CORECOM.

CAPO V

NORME TRANSITORIE E FINALI

Art. 17

Norme transitorie e finali.

1. In sede di prima applicazione gli organi regionali competenti provvedono all'elezione dei componenti il CORECOM entro sessanta giorni dall'entrata in vigore della presente legge.
- 1-bis. In sede di prima applicazione il Comitato, nominato con deliberazione del Consiglio regionale n. VII/1016 del 16 luglio 2004, resta in carica fino alla fine dell'ottava legislatura, fatto salvo il caso di scioglimento anticipato del Consiglio regionale (9).
2. Nelle more della prima elezione dei componenti il CORECOM, le funzioni sono

svolte dal CORERAT.

3. Nelle more dell'adozione del regolamento interno di cui all'articolo 7 restano in vigore, purché non in contrasto con i principi e le finalità della presente legge, le disposizioni vigenti per il CORERAT.
 4. Per quanto non previsto dalla presente legge si applicano le disposizioni previste dalla [l.r. 14/1995](#) e successive modificazioni.
- (9) Comma aggiunto dall'art. [1, comma 6, lett. a\)](#), della [L.R. 8 febbraio 2005, n. 6](#).

Art. 18

Norma finanziaria.

1. Alle spese per le attività e il funzionamento del CORECOM si provvede con le somme stanziare alla missione 01 "Servizi istituzionali e generali, di gestione e di controllo", programma 01 "Organi istituzionali", Titolo 1 "Spese correnti" del bilancio regionale, nell'ambito del contributo di funzionamento al Consiglio regionale per l'esercizio finanziario 2018 e successivi. [\(10\)](#)
- [\(10\)](#) Comma così sostituito dall'art. [2, comma 1, lett. f\)](#), [L.R. 28 dicembre 2017, n. 37](#), entrata in vigore il 31 dicembre 2017.

Art. 19

Abrogazione.

1. Sono abrogate la [L.R. 15 febbraio 1992, n. 5](#) (Disciplina per l'elezione ed il funzionamento del comitato regionale per i servizi radiotelevisivi) e la [L.R. 8 gennaio 1979, n. 12](#) (Rimborso delle spese ai membri del comitato regionale per il servizio radiotelevisivo).

Art. 20

Entrata in vigore.

1. La presente legge entra in vigore il giorno successivo a quello della sua pubblicazione nel Bollettino Ufficiale della Regione.



Legge Regionale 7 febbraio 2017, n. 1

Disciplina degli interventi regionali in materia di prevenzione e contrasto al fenomeno del bullismo e del cyberbullismo

(BURL n. 6, suppl. del 10 Febbraio 2017)

urn:nir:regione.lombardia legge:2017-02-07;1

Art. 1

(Finalità)

1. La presente legge, nel rispetto dei principi costituzionali, è volta a prevenire e contrastare il fenomeno del bullismo e del cyberbullismo, in tutte le sue manifestazioni, al fine di tutelare e valorizzare la crescita educativa, sociale e psicologica dei minori, proteggendo e sostenendo in particolare i soggetti più fragili.

Art. 2

(Interventi)

1. La Regione, per le finalità di cui all'articolo 1, promuove e sostiene interventi per la diffusione della cultura della legalità e del rispetto della dignità personale, nonché interventi per la tutela della integrità psico-fisica dei minori, in particolare nell'ambiente scolastico e nei luoghi di aggregazione giovanile. Promuove e sostiene inoltre interventi finalizzati all'uso consapevole degli strumenti informatici e della rete internet.

2. Sono ammessi ai finanziamenti di cui al comma 1 i seguenti interventi:

- a) realizzazione di campagne di sensibilizzazione e di informazione rivolte agli studenti e alle loro famiglie in ordine alla gravità del fenomeno del bullismo e del cyberbullismo e delle sue conseguenze;
- b) promozione di iniziative di carattere culturale, sociale, ricreativo e sportivo sui temi della legalità e del rispetto reciproco, nonché sull'uso consapevole degli strumenti informatici e della rete internet;
- c) organizzazione di corsi di formazione per il personale scolastico ed educativo volti all'acquisizione di tecniche psico-pedagogiche e di pratiche educative per attuare azioni preventive e di contrasto del fenomeno del bullismo e del cyberbullismo;
- d) attivazione di programmi di sostegno in favore dei minori vittime di atti di bullismo e di cyberbullismo, anche attraverso il supporto di competenti figure professionali e il coinvolgimento di associazioni e istituzioni attive sul territorio;
- e) promozione di programmi di recupero rivolti agli autori di atti di bullismo e di cyberbullismo, anche attraverso il supporto di competenti figure professionali e il coinvolgimento di associazioni e istituzioni attive sul territorio.

3. Nel caso in cui gli interventi prevedano per la loro realizzazione un diretto contatto con i minori, i proponenti dei relativi progetti devono attestare le specifiche competenze e le certificazioni possedute dai soggetti impiegati nella loro attuazione.

Art. 3

(Soggetti beneficiari)

1. Possono beneficiare dei finanziamenti relativi agli interventi di cui all'articolo 2:
 - a) comuni, singoli e associa i;
 - b) istituzioni scolastiche e formative;
 - c) aziende del sistema sociosanitario regionale;
 - d) istitu i penitenziari della Lombardia;
 - e) soggetti del Terzo Settore di cui alla legge regionale 14 febbraio 2008, n. 1 (Testo unico delle leggi regionali in materia di volontariato, cooperazione sociale, associazionismo e società di mutuo soccorso) operanti in Lombardia da almeno tre anni nel campo del disagio sociale dei minori o in quello educativo e iscritte all'albo nazionale o regionale;
 - f) associazioni sportive dilettantistiche, che operano in Lombardia, iscritte nel registro del CONI, nella cui organizzazione è presente il settore giovanile e che svolgono prevalentemente attività di avviamento e formazione allo sport per i minori.

Art. 4

(Istituzione della Consulta regionale sul bullismo e sul cyberbullismo)

1. Presso la Giunta regionale è istituita la Consulta regionale sul bullismo e sul cyberbullismo, di seguito Consulta, di cui fanno parte l'Assessore competente in materia di istruzione, o un suo delegato, che la presiede, un rappresentante della direzione generale regionale competente in materia di sanità, un rappresentante della direzione generale regionale competente in materia di inclusione sociale, un rappresentante della direzione generale regionale competente in materia di sport, un rappresentante della direzione generale regionale competente in materia di sicurezza, un rappresentante designato dall'Ufficio scolastico regionale, tre rappresentanti designati dalle Aziende di tutela della salute, tre rappresentanti designati dal Tavolo regionale del Terzo Settore, un rappresentante dei genitori designato dal Forum regionale delle associazioni familiari, un esperto di servizi di social networking e della rete internet indicato, previa intesa, dalla Prefettura – UTG di Milano, un rappresentante del mondo accademico e della ricerca universitaria esperto di bullismo come fenomeno sociale e un rappresentante delle associazioni sportive di cui alla lettera f) del comma 1 dell'articolo 3, designato dal CONI - Comitato regionale Lombardia.(1)
2. La Consulta ha lo scopo di raccogliere informazioni sul bullismo e sulle iniziative di prevenzione e contrasto di ogni forma di bullismo presenti sul territorio, con un approccio multidisciplinare al fine di ottimizzare le azioni sul territorio, evitando sovrapposizioni con interventi di altri soggetti pubblici, nonché il compito di confrontare, condividere, valutare e mettere in rete le buone pratiche, tecnologie, processi e progetti, finalizzati a prevenire e contrastare il fenomeno del bullismo e del cyberbullismo.
3. La Consulta si avvale anche del supporto del Garante regionale dell'Infanzia e dell'Adolescenza, del Corecom e del Comitato tecnico-scientifico di cui all'articolo 14 della legge regionale 24 giugno 2015, n. 17 (Interventi regionali per la prevenzione e il contrasto della criminalità organizzata e per la promozione della cultura della legalità).
4. La Giunta regionale provvede alla costituzione della Consulta, definendone le modalità di funzionamento. La partecipazione alla Consulta è a titolo gratuito.

Art. 5

(Procedure per l'erogazione dei finanziamenti)

1. La Giunta regionale, sentita la commissione consiliare competente, determina criteri e modalità per l'erogazione dei finanziamenti relativi agli interventi di cui all'articolo 2.

2. La Giunta regionale, con la deliberazione di cui al comma 1, stabilisce altresì i requisiti dei soggetti che, nell'attuazione degli interventi di cui all'articolo 2, operano direttamente a contatto con i minori.

Art. 6

(Clausola valutativa)

1. Il Consiglio regionale valuta l'attuazione della presente legge e i risultati progressivamente ottenuti nel prevenire e contrastare il fenomeno del bullismo e del cyberbullismo nelle sue diverse manifestazioni. A questo scopo, la Giunta regionale trasmette al Consiglio una relazione annuale che descrive e documenta:

- a) gli interventi realizzati, specificandone tempi, obiettivi e grado di raggiungimento degli stessi, distribuzione territoriale, soggetti coinvolti e relative caratteristiche;
- b) in che misura la Regione ha finanziato i singoli interventi e in che modo tali risorse risultano distribuite sul territorio regionale e fra i soggetti coinvolti;
- c) gli eventuali punti di forza e di debolezza che si sono riscontrati nel corso dell'attuazione degli interventi.

2. La Giunta Regionale rende accessibili i dati e le informazioni raccolte per le attività valutative previste dalla presente legge.

Art. 7

(Norma finanziaria)

1. Agli oneri derivanti dall'attuazione degli interventi in ambito scolastico di cui alle lettere a) e c) del comma 2 dell'articolo 2, quantificabili per l'anno 2017 in euro 300.000,00, si provvede con l'aumento della disponibilità della missione 4 'Istruzione e diritto allo studio', programma 7 'Diritto allo studio' - Titolo I 'Spese correnti' e corrispondente riduzione della disponibilità della missione 20 'Fondi e accantonamenti', programma 3 'Atri Fondi' - Titolo I 'Spese correnti' dello stato di previsione delle spese del bilancio 2017-2019.

2. Dal 2018 le spese del comma 1 trovano copertura nei limiti delle risorse annualmente stanziati con la legge di approvazione di bilancio dei singoli esercizi finanziari.

3. Alle spese per gli interventi di diffusione della cultura della legalità di cui alla lettera b) del comma 2 dell'articolo 2 si fa fronte a partire dal 2018 nei limiti delle disponibilità delle risorse già stanziati nel bilancio 2017-2019, per la medesima finalità, alla missione 3 'Ordine pubblico e sicurezza', programma 2 'Sistema integrato di sicurezza urbana' - Titolo I 'Spese correnti' dello stato di previsione delle spese del bilancio 2017-2019.

4. Alle spese per gli interventi di cui alle lettere d) ed e) del comma 2 dell'articolo 2, da definirsi nell'ambito del provvedimento di Giunta regionale alle regole di sistema, si fa fronte, compatibilmente alla sostenibilità della spesa, a partire dal 2018, con le risorse allocate alla missione 13 'Tutela della salute', programma 1 'Servizio sanitario regionale - Finanziamento ordinario corrente per la garanzia dei LEA' - Titolo I 'Spese correnti' dello stato di previsione delle spese del bilancio 2017-2019.

NOTE:

1. Il comma è stato modificato dall'art. 32, comma 1, lett. a) della l.r. 26 maggio 2017, n. 15.

Il presente testo non ha valore legale ed ufficiale, che è dato dalla sola pubblicazione sul Bollettino ufficiale della Regione Lombardia

LEGGI ED ALTRI ATTI NORMATIVI

LEGGE 29 maggio 2017, n. 71

Disposizioni a tutela dei minori per la prevenzione ed il contrasto del fenomeno del cyberbullismo.

La Camera dei deputati ed il Senato della Repubblica hanno approvato;

IL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA

PROMULGA

la seguente legge:

Art 1

Finalità e definizioni

1 La presente legge si pone l'obiettivo di contrastare il fenomeno del cyberbullismo in tutte le sue manifestazioni, con azioni a carattere preventivo e con una strategia di attenzione, tutela ed educazione nei confronti dei minori coinvolti, sia nella posizione di vittime sia in quella di responsabili di illeciti, assicurando l'attuazione degli interventi senza distinzione di età nell'ambito delle istituzioni scolastiche

2 Ai fini della presente legge, per «cyberbullismo» si intende qualunque forma di pressione, aggressione, molestia, ricatto, ingiuria, denigrazione, diffamazione, furto d'identità, alterazione, acquisizione illecita, manipolazione, trattamento illecito di dati personali in danno di minorenni, realizzata per via telematica, nonché la diffusione di contenuti *on line* aventi ad oggetto anche uno o più componenti della famiglia del minore il cui scopo intenzionale e predominante sia quello di isolare un minore o un gruppo di minori ponendo in atto un serio abuso, un attacco dannoso, o la loro messa in ridicolo

3 Ai fini della presente legge, per «gestore del sito *internet*» si intende il prestatore di servizi della società dell'informazione, diverso da quelli di cui agli articoli 14, 15 e 16 del decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70, che, sulla rete *internet*, cura la gestione dei contenuti di un sito in cui si possono riscontrare le condotte di cui al comma 2

Art 2

Tutela della dignità del minore

1 Ciascun minore ultraquattordicenne, nonché ciascun genitore o soggetto esercente la responsabilità del minore che abbia subito taluno degli atti di cui all'articolo 1, comma 2, della presente legge, può inoltrare al titolare del trattamento o al gestore del sito *internet* o del *social media* un'istanza per l'oscuramento, la rimozione o il blocco di qualsiasi altro dato personale del minore, diffuso nella rete *internet*, previa conservazione dei dati originali, anche qualora le condotte di cui all'articolo 1, comma 2, della presente legge, da identificare espressamente tramite relativo URL (*Uniform resource locator*), non integrino le fattispecie previste dall'articolo 167 del

codice in materia di protezione dei dati personali, di cui al decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196, ovvero da altre norme incriminatrici

2 Qualora, entro le ventiquattro ore successive al ricevimento dell'istanza di cui al comma 1, il soggetto responsabile non abbia comunicato di avere assunto l'incarico di provvedere all'oscuramento, alla rimozione o al blocco richiesto, ed entro quarantotto ore non vi abbia provveduto, o comunque nel caso in cui non sia possibile identificare il titolare del trattamento o il gestore del sito *internet* o del *social media*, l'interessato può rivolgere analoga richiesta, mediante segnalazione o reclamo, al Garante per la protezione dei dati personali, il quale, entro quarantotto ore dal ricevimento della richiesta, provvede ai sensi degli articoli 143 e 144 del citato decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196

Art 3

Piano di azione integrato

1 Con decreto del Presidente del Consiglio dei ministri, da adottare entro trenta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, è istituito presso la Presidenza del Consiglio dei ministri, senza nuovi o maggiori oneri per la finanza pubblica, il tavolo tecnico per la prevenzione e il contrasto del cyberbullismo, del quale fanno parte rappresentanti del Ministero dell'interno, del Ministero dell'istruzione, dell'università e della ricerca, del Ministero del lavoro e delle politiche sociali, del Ministero della giustizia, del Ministero dello sviluppo economico, del Ministero della salute, della Conferenza unificata di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, del Garante per l'infanzia e l'adolescenza, del Comitato di applicazione del codice di autoregolamentazione media e minori, del Garante per la protezione dei dati personali, di associazioni con comprovata esperienza nella promozione dei diritti dei minori e degli adolescenti e nelle tematiche di genere, degli operatori che forniscono servizi di *social networking* e degli altri operatori della rete *internet*, una rappresentanza delle associazioni studentesche e dei genitori e una rappresentanza delle associazioni attive nel contrasto del bullismo e del cyberbullismo. Ai soggetti che partecipano ai lavori del tavolo non è corrisposto alcun compenso, indennità, gettone di presenza, rimborso spese o emolumento comunque denominato

2 Il tavolo tecnico di cui al comma 1, coordinato dal Ministero dell'istruzione, dell'università e della ricerca, redige, entro sessanta giorni dal suo insediamento, un piano di azione integrato per il contrasto e la prevenzione del cyberbullismo, nel rispetto delle direttive europee in materia e nell'ambito del programma pluriennale dell'Unione europea di cui alla decisione 1351/2008/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 16 dicembre 2008, e realizza un sistema di raccolta di dati finalizzato al monitoraggio dell'evoluzione dei fenomeni e, anche avvalendosi della collaborazione con la Polizia postale e delle comunicazioni e con altre Forze di polizia, al controllo dei contenuti per la tutela dei minori

— 1 —



3 Il piano di cui al comma 2 è integrato, entro il termine previsto dal medesimo comma, con il codice di regolamentazione per la prevenzione e il contrasto del cyberbullismo, a cui devono attenersi gli operatori che forniscono servizi di *social networking* e gli altri operatori della rete *internet*. Con il predetto codice è istituito un comitato di monitoraggio al quale è assegnato il compito di identificare procedure e formati *standard* per l'istanza di cui all'articolo 2, comma 1, nonché di aggiornare periodicamente, sulla base delle evoluzioni tecnologiche e dei dati raccolti dal tavolo tecnico di cui al comma 1 del presente articolo, la tipologia dei soggetti ai quali è possibile inoltrare la medesima istanza secondo modalità disciplinate con il decreto di cui al medesimo comma 1. Ai soggetti che partecipano ai lavori del comitato di monitoraggio non è corrisposto alcun compenso, indennità, gettone di presenza, rimborso spese o emolumento comunque denominato.

4 Il piano di cui al comma 2 stabilisce, altresì, le iniziative di informazione e di prevenzione del fenomeno del cyberbullismo rivolte ai cittadini, coinvolgendo primariamente i servizi socio-educativi presenti sul territorio in sinergia con le scuole.

5 Nell'ambito del piano di cui al comma 2 la Presidenza del Consiglio dei ministri, in collaborazione con il Ministero dell'istruzione, dell'università e della ricerca e con l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, predispone, nei limiti delle risorse di cui al comma 7, primo periodo, periodiche campagne informative di prevenzione e di sensibilizzazione sul fenomeno del cyberbullismo, avvalendosi dei principali *media*, nonché degli organi di comunicazione e di stampa e di soggetti privati.

6 A decorrere dall'anno successivo a quello di entrata in vigore della presente legge, il Ministro dell'istruzione, dell'università e della ricerca trasmette alle Camere, entro il 31 dicembre di ogni anno, una relazione sugli esiti delle attività svolte dal tavolo tecnico per la prevenzione e il contrasto del cyberbullismo, di cui al comma 1.

7 Ai fini dell'attuazione delle disposizioni di cui al comma 5, è autorizzata la spesa di euro 50 000 annui a decorrere dall'anno 2017. Al relativo onere si provvede mediante corrispondente riduzione, per gli anni 2017, 2018 e 2019, dello stanziamento del fondo speciale di parte corrente iscritto, ai fini del bilancio triennale 2017-2019, nell'ambito del programma «Fondi di riserva e speciali» della missione «Fondi da ripartire» dello stato di previsione del Ministero dell'economia e delle finanze per l'anno 2017, allo scopo parzialmente utilizzando l'accantonamento relativo al medesimo Ministero.

8 Il Ministro dell'economia e delle finanze è autorizzato ad apportare, con propri decreti, le occorrenti variazioni di bilancio.

Art 4

Linee di orientamento per la prevenzione e il contrasto in ambito scolastico

1 Per l'attuazione delle finalità di cui all'articolo 1, comma 1, il Ministero dell'istruzione, dell'università e della ricerca, sentito il Ministero della giustizia - Dipartimento per la giustizia minorile e di comunità, entro trenta

giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge adotta linee di orientamento per la prevenzione e il contrasto del cyberbullismo nelle scuole, anche avvalendosi della collaborazione della Polizia postale e delle comunicazioni, e provvede al loro aggiornamento con cadenza biennale.

2 Le linee di orientamento di cui al comma 1, conformemente a quanto previsto alla lettera l) del comma 7 dell'articolo 1 della legge 13 luglio 2015, n. 107, includono per il triennio 2017-2019: la formazione del personale scolastico, prevedendo la partecipazione di un proprio referente per ogni autonomia scolastica; la promozione di un ruolo attivo degli studenti, nonché di ex studenti che abbiano già operato all'interno dell'istituto scolastico in attività di *peer education*, nella prevenzione e nel contrasto del cyberbullismo nelle scuole; la previsione di misure di sostegno e rieducazione dei minori coinvolti; un efficace sistema di *governance* diretto dal Ministero dell'istruzione, dell'università e della ricerca. Dall'adozione delle linee di orientamento non devono derivare nuovi o maggiori oneri per la finanza pubblica.

3 Ogni istituto scolastico, nell'ambito della propria autonomia, individua fra i docenti un referente con il compito di coordinare le iniziative di prevenzione e di contrasto del cyberbullismo, anche avvalendosi della collaborazione delle Forze di polizia nonché delle associazioni e dei centri di aggregazione giovanile presenti sul territorio.

4 Gli uffici scolastici regionali promuovono la pubblicazione di bandi per il finanziamento di progetti di particolare interesse elaborati da reti di scuole, in collaborazione con i servizi minorili dell'Amministrazione della giustizia, le prefetture - Uffici territoriali del Governo, gli enti locali, i servizi territoriali, le Forze di polizia nonché associazioni ed enti, per promuovere sul territorio azioni integrate di contrasto del cyberbullismo e l'educazione alla legalità al fine di favorire nei ragazzi comportamenti di salvaguardia e di contrasto, agevolando e valorizzando il coinvolgimento di ogni altra istituzione competente, ente o associazione, operante a livello nazionale o territoriale, nell'ambito delle attività di formazione e sensibilizzazione. I bandi per accedere ai finanziamenti, l'entità dei singoli finanziamenti erogati, i soggetti beneficiari e i dettagli relativi ai progetti finanziati sono pubblicati nel sito *internet* istituzionale degli uffici scolastici regionali, nel rispetto della trasparenza e dell'evidenza pubblica.

5 Conformemente a quanto previsto dalla lettera h) del comma 7 dell'articolo 1 della legge 13 luglio 2015, n. 107, le istituzioni scolastiche di ogni ordine e grado, nell'ambito della propria autonomia e nell'ambito delle risorse disponibili a legislazione vigente, promuovono l'educazione all'uso consapevole della rete *internet* e ai diritti e doveri connessi all'utilizzo delle tecnologie informatiche, quale elemento trasversale alle diverse discipline curriculari, anche mediante la realizzazione di apposite attività progettuali aventi carattere di continuità tra i diversi gradi di istruzione o di progetti elaborati da reti di scuole in collaborazione con enti locali, servizi territoriali, organi di polizia, associazioni ed enti.

6 I servizi territoriali, con l'ausilio delle associazioni e degli altri enti che perseguono le finalità della presente legge, promuovono, nell'ambito delle risorse disponibili,



specifici progetti personalizzati volti a sostenere i minori vittime di atti di cyberbullismo nonché a rieducare, anche attraverso l'esercizio di attività riparatorie o di utilità sociale, i minori artefici di tali condotte

Art 5

Informativa alle famiglie, sanzioni in ambito scolastico e progetti di sostegno e di recupero

1 Salvo che il fatto costituisca reato, in applicazione della normativa vigente e delle disposizioni di cui al comma 2, il dirigente scolastico che venga a conoscenza di atti di cyberbullismo ne informa tempestivamente i soggetti esercenti la responsabilità genitoriale ovvero i tutori dei minori coinvolti e attiva adeguate azioni di carattere educativo

2 I regolamenti delle istituzioni scolastiche di cui all'articolo 4, comma 1, del regolamento di cui al decreto del Presidente della Repubblica 24 giugno 1998, n. 249, e successive modificazioni, e il patto educativo di corresponsabilità di cui all'articolo 5-bis del citato decreto n. 249 del 1998 sono integrati con specifici riferimenti a condotte di cyberbullismo e relative sanzioni disciplinari commisurate alla gravità degli atti compiuti

Art 6

Rifinanziamento del fondo di cui all'articolo 12 della legge 18 marzo 2008, n. 48

1 La Polizia postale e delle comunicazioni relazione con cadenza annuale al tavolo tecnico di cui all'articolo 3, comma 1, sugli esiti delle misure di contrasto al fenomeno del cyberbullismo. La relazione è pubblicata in formato di tipo aperto ai sensi dell'articolo 68, comma 3, lettera a), del codice dell'amministrazione digitale, di cui al decreto legislativo 7 marzo 2005, n. 82

2 Per le esigenze connesse allo svolgimento delle attività di formazione in ambito scolastico e territoriale finalizzate alla sicurezza dell'utilizzo della rete internet e alla prevenzione e al contrasto del cyberbullismo sono stanziati ulteriori risorse pari a 203 000 euro per ciascuno degli anni 2017, 2018 e 2019, in favore del fondo di cui all'articolo 12 della legge 18 marzo 2008, n. 48

3 Agli oneri derivanti dal comma 2 del presente articolo, pari a 203 000 euro per ciascuno degli anni 2017, 2018 e 2019, si provvede mediante corrispondente riduzione dello stanziamento del fondo speciale di parte corrente iscritto, ai fini del bilancio triennale 2017-2019, nell'ambito del programma «Fondi di riserva e speciali» della missione «Fondi da ripartire» dello stato di previsione del Ministero dell'economia e delle finanze per l'anno 2017, allo scopo parzialmente utilizzando l'accantonamento relativo al medesimo Ministero

4 Il Ministro dell'economia e delle finanze è autorizzato ad apportare, con propri decreti, le occorrenti variazioni di bilancio

Art 7

Ammonimento

1 Fino a quando non è proposta querela o non è presentata denuncia per taluno dei reati di cui agli articoli 594, 595 e 612 del codice penale e all'articolo 167 del codice per la protezione dei dati personali, di cui al decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196, commessi, mediante la rete *internet*, da minorenni di età superiore agli anni quattordici nei confronti di altro minorenne, è applicabile la procedura di ammonimento di cui all'articolo 8, commi 1 e 2, del decreto-legge 23 febbraio 2009, n. 11, convertito, con modificazioni, dalla legge 23 aprile 2009, n. 38, e successive modificazioni

2 Ai fini dell'ammonimento, il questore convoca il minore, unitamente ad almeno un genitore o ad altra persona esercente la responsabilità genitoriale

3 Gli effetti dell'ammonimento di cui al comma 1 cessano al compimento della maggiore età

La presente legge, munita del sigillo dello Stato, sarà inserita nella Raccolta ufficiale degli atti normativi della Repubblica italiana. È fatto obbligo a chiunque spetti di osservarla e di farla osservare come legge dello Stato

Data a Roma, addì 29 maggio 2017

MATTARELLA

GENTILONI SILVERI, *Presidente del Consiglio dei ministri*

Visto, il Guardasigilli: ORLANDO

LAVORI PREPARATORI

Senato della Repubblica (atto n. 1261):

Presentato dall'on. Elena Ferrera e altri, in data 27 gennaio 2014

Assegnato alla 1ª commissione (affari costituzionali), in sede referente, il 27 marzo 2014, con pareri delle commissioni 2ª (giustizia), 5ª (bilancio), 7ª (istruzione pubblica, beni culturali), 8ª (lavori pubblici, comunicazioni), 14ª (politiche dell'Unione europea) e questioni regionali

Esaminato dalla 1ª commissione (affari costituzionali), in sede referente, il 29 luglio 2014; il 24 settembre 2014; il 28 e 29 ottobre 2014, l'11 novembre 2014; il 13 e 15 gennaio 2015; il 24 febbraio 2015, il 4 e 5 marzo 2015

Esaminato in aula il 28 aprile 2015; il 14 maggio 2015 e approvato, con modificazioni, il 20 maggio 2015

Camera dei deputati (atto n. 3139):

Assegnato alla XII commissione (affari sociali), in sede referente, il 3 giugno 2015, con pareri delle commissioni I (affari costituzionali), II (giustizia), V (bilancio), VII (cultura, scienza e istruzione), IX (trasporti, poste e telecomunicazioni), XI (lavoro pubblico e privato), XIV (politiche dell'Unione europea) e questioni regionali

Nuovamente assegnato alle commissioni riunite II (giustizia) e XII (affari sociali), in sede referente, il 12 giugno 2015, con pareri delle commissioni I (affari costituzionali), V (bilancio), VII (cultura, scienza e istruzione), IX (trasporti, poste e telecomunicazioni), XI (lavoro pubblico e privato), XIV (politiche dell'Unione europea) e questioni regionali

Esaminato dalle commissioni riunite II (giustizia) e XII (affari sociali), in sede referente, il 25 giugno 2015; il 2 febbraio 2016; il 22 marzo 2016; il 20 giugno 2016; il 27 luglio 2016; il 3 agosto 2016; l'8 settembre 2016

— 3 —



Esaminato in aula il 12, 15 settembre 2016 e approvato, con modificazioni, il 20 settembre 2016

Senato della Repubblica (atto n. 1261 - B):

Assegnato alla 1ª commissione (affari costituzionali), in sede referente, il 27 settembre 2016, con pareri delle commissioni 2ª (giustizia), 5ª (bilancio), 7ª (istruzione pubblica, beni culturali), 8ª (lavori pubblici, comunicazioni), 14ª (politiche dell'Unione europea) e questioni regionali

Esaminato dalla 1ª commissione (affari costituzionali), in sede referente, il 25 e 26 ottobre 2016; il 3 e 15 novembre 2016; il 6 dicembre 2016; il 25 gennaio 2017

Esaminato in aula il 25, 26 gennaio 2017 e approvato, con modificazioni, il 31 gennaio 2017

Camera dei deputati (atto n. 3139 - B):

Assegnato alle commissioni riunite II (giustizia) e XII commissione (affari sociali), in sede referente, il 3 febbraio 2017, con pareri delle commissioni I (affari costituzionali), V (bilancio), VII (cultura, scienza e istruzione), IX (trasporti, poste e telecomunicazioni), XIV (politiche dell'Unione europea) e questioni regionali

Esaminato dalle commissioni riunite II (giustizia) e XII (affari sociali), in sede referente, il 21 e 30 marzo 2017; il 12 aprile 2017; il 3 e 11 maggio 2017

Esaminato in aula il 15 maggio 2017 e approvato definitivamente il 17 maggio 2017

NOTE

AVVERTENZA:

Il testo delle note qui pubblicato è stato redatto dall'amministrazione competente per materia ai sensi dell'art. 10, comma 3, del testo unico delle disposizioni sulla promulgazione delle leggi, sull'emanazione dei decreti del Presidente della Repubblica e sulle pubblicazioni ufficiali della Repubblica italiana, approvato con decreto del Presidente della Repubblica 28 dicembre 1985, n. 1092, al solo fine di facilitare la lettura delle disposizioni di legge alle quali è operato il rinvio. Restano invariati il valore e l'efficacia degli atti legislativi qui trascritti.

Per gli atti dell'Unione europea vengono forniti gli estremi di pubblicazione nella *Gazzetta Ufficiale* dell'Unione europea (GUUE)

Note all'art. 1:

— Si riporta il testo degli articoli 14, 15 e 16 del decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70 (Attuazione della direttiva 2000/31/CE relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione nel mercato interno, con particolare riferimento al commercio elettronico), pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* n. 87 del 14 marzo 2003, S.O.:

«Art. 14 (*Responsabilità nell'attività di semplice trasporto - Mere conduit*) — 1 Nella prestazione di un servizio della società dell'informazione consistente nel trasmettere, su una rete di comunicazione, informazioni fornite da un destinatario del servizio, o nel fornire un accesso alla rete di comunicazione, il prestatore non è responsabile delle informazioni trasmesse a condizione che:

- non dia origine alla trasmissione;
- non selezioni il destinatario della trasmissione;
- non selezioni né modifichi le informazioni trasmesse

2 Le attività di trasmissione e di fornitura di accesso, di cui al comma 1, includono la memorizzazione automatica, intermedia e transitoria delle informazioni trasmesse, a condizione che questa serva solo alla trasmissione sulla rete di comunicazione e che la sua durata non ecceda il tempo ragionevolmente necessario a tale scopo

3 L'autorità giudiziaria o quella amministrativa avente funzioni di vigilanza può esigere, anche in via d'urgenza, che il prestatore, nell'esercizio delle attività di cui al comma 2, impedisca o ponga fine alle violazioni commesse »

«Art. 15 (*Responsabilità nell'attività di memorizzazione temporanea - caching*) — 1 Nella prestazione di un servizio della società dell'informazione, consistente nel trasmettere, su una rete di comunicazione, informazioni fornite da un destinatario del servizio, il prestatore non è responsabile della memorizzazione automatica, intermedia e temporanea di tali informazioni effettuata al solo scopo di rendere più efficace il successivo inoltro ad altri destinatari a loro richiesta, a condizione che:

- non modifichi le informazioni;
- si conformi alle condizioni di accesso alle informazioni;
- si conformi alle norme di aggiornamento delle informazioni, indicate in un modo ampiamente riconosciuto e utilizzato dalle imprese del settore;
- non interferisca con l'uso lecito di tecnologia ampiamente riconosciuta e utilizzata nel settore per ottenere dati sull'impiego delle informazioni;

e) agisca prontamente per rimuovere le informazioni che ha memorizzato, o per disabilitare l'accesso, non appena venga effettivamente a conoscenza del fatto che le informazioni sono state rimosse dal luogo dove si trovavano inizialmente sulla rete o che l'accesso alle informazioni è stato disabilitato oppure che un organo giurisdizionale o un'autorità amministrativa ne ha disposto la rimozione o la disabilitazione

2 L'autorità giudiziaria o quella amministrativa avente funzioni di vigilanza può esigere, anche in via d'urgenza, che il prestatore, nell'esercizio delle attività di cui al comma 1, impedisca o ponga fine alle violazioni commesse »

«Art. 16 (*Responsabilità nell'attività di memorizzazione di informazioni - hosting*) — 1 Nella prestazione di un servizio della società dell'informazione consistente nella memorizzazione di informazioni fornite da un destinatario del servizio, il prestatore non è responsabile delle informazioni memorizzate a richiesta di un destinatario del servizio, a condizione che detto prestatore:

a) non sia effettivamente a conoscenza del fatto che l'attività o l'informazione è illecita e, per quanto attiene ad azioni risarcitorie, non sia al corrente di fatti o di circostanze che rendono manifesta l'illiceità dell'attività o dell'informazione;

b) non appena a conoscenza di tali fatti, su comunicazione delle autorità competenti, agisca immediatamente per rimuovere le informazioni o per disabilitarne l'accesso

2 Le disposizioni di cui al comma 1 non si applicano se il destinatario del servizio agisce sotto l'autorità o il controllo del prestatore

3 L'autorità giudiziaria o quella amministrativa competente può esigere, anche in via d'urgenza, che il prestatore, nell'esercizio delle attività di cui al comma 1, impedisca o ponga fine alle violazioni commesse »

Note all'art. 2:

— Si riporta il testo dell'articolo 167 del decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196, (Codice in materia di protezione dei dati personali), pubblicato nella GU n. 174 del 29 luglio 2003, S.O.:

«Art. 167 (*Trattamento illecito di dati*) — 1 Salvo che il fatto costituisca più grave reato, chiunque, al fine di trarne per sé o per altri profitto o di recare ad altri un danno, procede al trattamento di dati personali in violazione di quanto disposto dagli articoli 18, 19, 23, 123, 126 e 130, ovvero in applicazione dell'articolo 129, è punito, se dal fatto deriva un documento, con la reclusione da sei a diciotto mesi o, se il fatto consiste nella comunicazione o diffusione, con la reclusione da sei a ventiquattro mesi

2 Salvo che il fatto costituisca più grave reato, chiunque, al fine di trarne per sé o per altri profitto o di recare ad altri un danno, procede al trattamento di dati personali in violazione di quanto disposto dagli articoli 17, 20, 21, 22, commi 8 e 11, 25, 26, 27 e 45, è punito, se dal fatto deriva un documento, con la reclusione da uno a tre anni »

— Si riporta il testo degli articoli 143 e 144 del citato decreto legislativo n. 196 del 2003:

«Art. 143 (*Procedimento per i reclami*) — 1 Esaurita l'istruttoria preliminare, se il reclamo non è manifestamente infondato e sussistono i presupposti per adottare un provvedimento, il Garante, anche prima della definizione del procedimento:

a) prima di prescrivere le misure di cui alla lettera b), ovvero il divieto o il blocco ai sensi della lettera c), può invitare il titolare, anche in contraddittorio con l'interessato, ad effettuare il blocco spontaneamente;



b) prescrive al titolare le misure opportune o necessarie per rendere il trattamento conforme alle disposizioni vigenti;

c) dispone il blocco o vieta, in tutto o in parte, il trattamento che risulta illecito o non corretto anche per effetto della mancata adozione delle misure necessarie di cui alla lettera b), oppure quando, in considerazione della natura dei dati o, comunque, delle modalità del trattamento o degli effetti che esso può determinare, vi è il concreto rischio del verificarsi di un pregiudizio rilevante per uno o più interessati;

d) può vietare in tutto o in parte il trattamento di dati relativi a singoli soggetti o a categorie di soggetti che si pone in contrasto con rilevanti interessi della collettività

2 I provvedimenti di cui al comma 1 sono pubblicati nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana se i relativi destinatari non sono facilmente identificabili per il numero o per la complessità degli accertamenti »

«Art 144 (Segnalazioni) — I I provvedimenti di cui all'articolo 143 possono essere adottati anche a seguito delle segnalazioni di cui all'articolo 141, comma 1, lettera b), se è avviata un'istruttoria preliminare e anche prima della definizione del procedimento »

Nota all'art. 3:

— Si riporta il testo dell'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281 (Definizione ed ampliamento delle attribuzioni della Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato, le regioni e le province autonome di Trento e Bolzano ed unificazione, per le materie ed i compiti di interesse comune delle regioni, delle province e dei comuni, con la Conferenza Stato-città ed autonomie locali), pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* n. 202 del 30 agosto 1997:

«Art 8 (Conferenza Stato-città ed autonomie locali e Conferenza unificata) — 1 La Conferenza Stato-città ed autonomie locali è unificata per le materie ed i compiti di interesse comune delle regioni, delle province, dei comuni e delle comunità montane, con la Conferenza Stato-regioni

2 La Conferenza Stato-città ed autonomie locali è presieduta dal Presidente del Consiglio dei Ministri o, per sua delega, dal Ministro dell'interno o dal Ministro per gli affari regionali nella materia di rispettiva competenza; ne fanno parte altresì il Ministro del tesoro e del bilancio e della programmazione economica, il Ministro delle finanze, il Ministro dei lavori pubblici, il Ministro della sanità, il presidente dell'Associazione nazionale dei comuni d'Italia - ANCI, il presidente dell'Unione province d'Italia - UPI ed il presidente dell'Unione nazionale comuni, comunità ed enti montani - UNCEM. Ne fanno parte inoltre quattordici sindaci designati dall'ANCI e sei presidenti di provincia designati dall'UPI. Dei quattordici sindaci designati dall'ANCI cinque rappresentano le città individuate dall'articolo 17 della legge 8 giugno 1990, n. 142. Alle riunioni possono essere invitati altri membri del Governo, nonché rappresentanti di amministrazioni statali, locali o di enti pubblici

3 La Conferenza Stato-città ed autonomie locali è convocata almeno ogni tre mesi, e comunque in tutti i casi il presidente ne ravvisa la necessità o qualora ne faccia richiesta il presidente dell'ANCI, dell'UPI o dell'UNCEM

4 La Conferenza unificata di cui al comma 1 è convocata dal Presidente del Consiglio dei Ministri. Le sedute sono presiedute dal Presidente del Consiglio dei Ministri o, su sua delega, dal Ministro per gli affari regionali o, se tale incarico non è conferito, dal Ministro dell'interno »

— La decisione 1351/2008/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 16 dicembre 2008 (Decisione del Parlamento europeo e del Consiglio relativa a un programma comunitario pluriennale per la protezione dei bambini che usano internet e altre tecnologie di comunicazione (testo rilevante ai fini del SEE), è pubblicata nella G U E n. L 348/118 del 24 dicembre 2008

Nota all'art. 4:

— Si riporta il testo dell'articolo 1, comma 7, della legge 13 luglio 2015, n. 107 (Riforma del sistema nazionale di istruzione e formazione e delega per il riordino delle disposizioni legislative vigenti), pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* n. 162 del 15 luglio 2015:

«Art 1 (omissis)

7 Le istituzioni scolastiche, nei limiti delle risorse umane, finanziarie e strumentali disponibili a legislazione vigente e, comunque, senza nuovi o maggiori oneri per la finanza pubblica, individuano il fab-

bisogno di posti dell'organico dell'autonomia, in relazione all'offerta formativa che intendono realizzare, nel rispetto del monte orario degli insegnamenti e tenuto conto della quota di autonomia dei curricula e degli spazi di flessibilità, nonché in riferimento a iniziative di potenziamento dell'offerta formativa e delle attività progettuali, per il raggiungimento degli obiettivi formativi individuati come prioritari tra i seguenti:

a) valorizzazione e potenziamento delle competenze linguistiche, con particolare riferimento all'italiano nonché alla lingua inglese e ad altre lingue dell'Unione europea, anche mediante l'utilizzo della metodologia Content language integrated learning;

b) potenziamento delle competenze matematico-logiche e scientifiche;

c) potenziamento delle competenze nella pratica e nella cultura musicali, nell'arte e nella storia dell'arte, nel cinema, nelle tecniche e nei media di produzione e di diffusione delle immagini e dei suoni, anche mediante il coinvolgimento dei musei e degli altri istituti pubblici e privati operanti in tali settori;

d) sviluppo delle competenze in materia di cittadinanza attiva e democratica attraverso la valorizzazione dell'educazione interculturale e alla pace, il rispetto delle differenze e il dialogo tra le culture, il sostegno dell'assunzione di responsabilità nonché della solidarietà e della cura dei beni comuni e della consapevolezza dei diritti e dei doveri; potenziamento delle conoscenze in materia giuridica ed economico-finanziaria e di educazione all'autoimprenditorialità;

e) sviluppo di comportamenti responsabili ispirati alla conoscenza e al rispetto della legalità, della sostenibilità ambientale, dei beni paesaggistici, del patrimonio e delle attività culturali;

f) alfabetizzazione all'arte, alle tecniche e ai media di produzione e diffusione delle immagini;

g) potenziamento delle discipline motorie e sviluppo di comportamenti ispirati a uno stile di vita sano, con particolare riferimento all'alimentazione, all'educazione fisica e allo sport, e attenzione alla tutela dello studio degli studenti praticanti attività sportiva agonistica;

h) sviluppo delle competenze digitali degli studenti, con particolare riguardo al pensiero computazionale, all'utilizzo critico e consapevole dei social network e dei media nonché alla produzione e ai legami con il mondo del lavoro;

i) potenziamento delle metodologie laboratoriali e delle attività di laboratorio;

l) prevenzione e contrasto della dispersione scolastica, di ogni forma di discriminazione e del bullismo, anche informatico; potenziamento dell'inclusione scolastica e del diritto allo studio degli alunni con bisogni educativi speciali attraverso percorsi individualizzati e personalizzati anche con il supporto e la collaborazione dei servizi socio-sanitari ed educativi del territorio e delle associazioni di settore e l'applicazione delle linee di indirizzo per favorire il diritto allo studio degli alunni adottati, emanate dal Ministero dell'istruzione, dell'università e della ricerca il 18 dicembre 2014;

m) valorizzazione della scuola intesa come comunità attiva, aperta al territorio e in grado di sviluppare e aumentare l'interazione con le famiglie e con la comunità locale, comprese le organizzazioni del terzo settore e le imprese;

n) apertura pomeridiana delle scuole e riduzione del numero di alunni e di studenti per classe o per articolazioni di gruppi di classi, anche con potenziamento del tempo scolastico o rimodulazione del monte orario rispetto a quanto indicato dal regolamento di cui al decreto del Presidente della Repubblica 20 marzo 2009, n. 89;

o) incremento dell'alternanza scuola-lavoro nel secondo ciclo di istruzione;

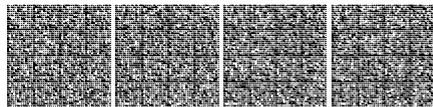
p) valorizzazione di percorsi formativi individualizzati e coinvolgimento degli alunni e degli studenti;

q) individuazione di percorsi e di sistemi funzionali alla premialità e alla valorizzazione del merito degli alunni e degli studenti;

r) alfabetizzazione e perfezionamento dell'italiano come lingua seconda attraverso corsi e laboratori per studenti di cittadinanza o di lingua non italiana, da organizzare anche in collaborazione con gli enti locali e il terzo settore, con l'apporto delle comunità di origine, delle famiglie e dei mediatori culturali;

s) definizione di un sistema di orientamento

(omissis) »



Note all'art. 5:

— Si riporta il testo degli articoli 4, comma 1, e 5-bis, del decreto del Presidente della Repubblica 24 giugno 1998, n. 249 (Regolamento recante lo statuto delle studentesse e degli studenti della scuola secondaria), pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* n. 175 del 29 luglio 1998:

«Art 4 (*Disciplina*) — I regolamenti delle singole istituzioni scolastiche individuano i comportamenti che configurano mancanze disciplinari con riferimento ai doveri elencati nell'articolo 3, al corretto svolgimento dei rapporti all'interno della comunità scolastica e alle situazioni specifiche di ogni singola scuola, le relative sanzioni, gli organi competenti ad irrogarle e il relativo procedimento, secondo i criteri di seguito indicati

(omissis)»

«Art 5-bis (*Patto educativo di corresponsabilità*) — 1 Contestualmente all'iscrizione alla singola istituzione scolastica, è richiesta la sottoscrizione da parte dei genitori e degli studenti di un Patto educativo di corresponsabilità, finalizzato a definire in maniera dettagliata e condivisa diritti e doveri nel rapporto tra istituzione scolastica autonoma, studenti e famiglie

2 I singoli regolamenti di istituto disciplinano le procedure di sottoscrizione nonché di elaborazione e revisione condivisa, del patto di cui al comma 1

3 Nell'ambito delle prime due settimane di inizio delle attività didattiche, ciascuna istituzione scolastica pone in essere le iniziative più idonee per le opportune attività di accoglienza dei nuovi studenti, per la presentazione e la condivisione dello statuto delle studentesse e degli studenti, del piano dell'offerta formativa, dei regolamenti di istituto e del patto educativo di corresponsabilità»

Note all'art. 6:

— Si riporta il testo dell'articolo 12 della legge 18 marzo 2008, n. 48 (Ratifica ed esecuzione della Convenzione del Consiglio d'Europa sulla criminalità informatica, fatta a Budapest il 23 novembre 2001, e norme di adeguamento dell'ordinamento interno), pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* n. 80 del 4 aprile 2008, S O:

«Art 12 (*Fondo per il contrasto della pedopornografia su internet e per la protezione delle infrastrutture informatiche di interesse nazionale*) — 1 Per le esigenze connesse al funzionamento del Centro nazionale per il contrasto della pedopornografia sulla rete INTERNET, di cui all'articolo 14-bis della legge 3 agosto 1998, n. 269, e dell'organo del Ministero dell'interno per la sicurezza e per la regolarità dei servizi di telecomunicazione per le esigenze relative alla protezione informatica delle infrastrutture critiche informatizzate di interesse nazionale, di cui all'articolo 7-bis del decreto-legge 27 luglio 2005, n. 144, convertito, con modificazioni, dalla legge 31 luglio 2005, n. 155, è istituito, nello stato di previsione del Ministero dell'interno, un fondo con una dotazione di 2 milioni di euro annui a decorrere dall'anno 2008

2 Agli oneri derivanti dal presente articolo, pari a 2 milioni di euro annui a decorrere dall'anno 2008, si provvede mediante corrispondente riduzione dello stanziamento iscritto, ai fini del bilancio triennale 2008-2010, nell'ambito del fondo speciale di parte corrente dello stato di previsione del Ministero dell'economia e delle finanze per l'anno 2008, allo scopo parzialmente utilizzando l'accantonamento relativo al Ministero della giustizia

3 Il Ministro dell'economia e delle finanze è autorizzato ad apportare, con propri decreti, le occorrenti variazioni di bilancio»

— Si riporta il testo dell'articolo 68, comma 3, del decreto legislativo 7 marzo 2005, n. 82, (Codice dell'amministrazione digitale), pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* n. 112 del 16 maggio 2005, S O:

«Art 68 (*Analisi comparativa delle soluzioni*)

(omissis)

3 Agli effetti del presente Codice si intende per:

a) formato dei dati di tipo aperto, un formato di dati reso pubblico, documentato esaurientemente e neutro rispetto agli strumenti tecnologici necessari per la fruizione dei dati stessi;

b) dati di tipo aperto, i dati che presentano le seguenti caratteristiche:

1) sono disponibili secondo i termini di una licenza che ne permetta l'utilizzo da parte di chiunque, anche per finalità commerciali, in formato disaggregato;

2) sono accessibili attraverso le tecnologie dell'informazione e della comunicazione, ivi comprese le reti telematiche pubbliche e private, in formati aperti ai sensi della lettera a), sono adatti all'utilizzo automatico da parte di programmi per elaboratori e sono provvisti dei relativi metadati;

3) sono resi disponibili gratuitamente attraverso le tecnologie dell'informazione e della comunicazione, ivi comprese le reti telematiche pubbliche e private, oppure sono resi disponibili ai costi marginali sostenuti per la loro riproduzione e divulgazione, salvo i casi previsti dall'articolo 7 del decreto legislativo 24 gennaio 2006, n. 36, e secondo le tariffe determinate con le modalità di cui al medesimo articolo»

Note all'art. 7:

— Si riporta il testo degli articoli 594, 595 e 612 del codice penale:

«Art 594 (abrogato)»

«Art 595 (*Diffamazione*) — Chiunque, fuori dei casi indicati nell'articolo precedente, comunicando con più persone, offende l'altra reputazione, è punito con la reclusione fino a un anno o con la multa fino a euro 1 032

Se l'offesa consiste nell'attribuzione di un fatto determinato, la pena è della reclusione fino a due anni, ovvero della multa fino a euro 2 065

Se l'offesa è recata col mezzo della stampa o con qualsiasi altro mezzo di pubblicità, ovvero in atto pubblico, la pena è della reclusione da sei mesi a tre anni o della multa non inferiore a euro 516

Se l'offesa è recata a un Corpo politico, amministrativo o giudiziario, o ad una sua rappresentanza o ad una autorità costituita in collegio, le pene sono aumentate»

«Art 612 (*Minaccia*) — Chiunque minaccia ad altri un ingiusto danno è punito, a querela della persona offesa, con la multa fino a euro 1 032

Se la minaccia è grave, o è fatta in uno dei modi indicati nell'articolo 339, la pena è della reclusione fino a un anno e si procede d'ufficio»

— Per il testo dell'articolo 167 del citato decreto legislativo n. 196 del 2003, si veda nelle note all'art. 2

— Si riporta il testo dell'articolo 8 del decreto-legge 23 febbraio 2009, n. 11 (Misure urgenti in materia di sicurezza pubblica e di contrasto alla violenza sessuale, nonché in tema di atti persecutori), pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* n. 45 del 24 febbraio 2009, convertito, con modificazioni, dalla legge 23 aprile 2009, n. 38, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* n. 95 del 24 aprile 2009:

«Art 8 (*Ammonizione*) — 1 Fino a quando non è proposta querela per il reato di cui all'articolo 612-bis del codice penale, introdotto dall'articolo 7, la persona offesa può esporre i fatti all'autorità di pubblica sicurezza avanzando richiesta al questore di ammonizione nei confronti dell'autore della condotta. La richiesta è trasmessa senza ritardo al questore

2 Il questore, assunte se necessario informazioni dagli organi investigativi e sentite le persone informate dei fatti, ove ritenga fondata l'istanza, ammonisce oralmente il soggetto nei cui confronti è stato richiesto il provvedimento, invitandolo a tenere una condotta conforme alla legge e redigendo processo verbale. Copia del processo verbale è rilasciata al richiedente l'ammonizione e al soggetto ammonito. Il questore adotta i provvedimenti in materia di armi e munizioni

3 La pena per il delitto di cui all'articolo 612-bis del codice penale è aumentata se il fatto è commesso da soggetto già ammonito ai sensi del presente articolo

4 Si procede d'ufficio per il delitto previsto dall'articolo 612-bis del codice penale quando il fatto è commesso da soggetto ammonito ai sensi del presente articolo»

17G00085

— 6 —



La Web Reputation in Lombardia

Presentazione dei risultati della ricerca
Maggio 2014



per:



2



Obiettivi e metodologia



Obiettivi di ricerca

Conoscere i comportamenti e gli atteggiamenti degli internauti lombardi - e in particolare dei giovani lombardi - nell'uso del web, al fine di comprendere il loro grado di consapevolezza rispetto alle conseguenze che possono derivarne da un approccio non appropriato.

Più in particolare l'indagine ha affrontato le seguenti tematiche:

Conoscenza e livello di preoccupazione

- la conoscenza di cosa sia la Web Reputation;
- la consapevolezza della potenzialità della rete e dei possibili rischi;
- il posizionamento della Web Reputation rispetto ai diversi rischi della rete;
- le esperienze personali o la conoscenza di esperienze negative.

Prevenzione

- come ci si protegge preventivamente, quali sono gli accorgimenti più efficaci per evitare problemi;
- le opinioni su quale debba essere il ruolo delle istituzioni in merito;
- i giudizi su una formazione nelle scuole relativa al cyber bullismo e alla Web Reputation.

Aiuto

- i comportamenti adottati in caso si debba rimediare ad un danno alla propria reputazione online;
- figure/istituzioni di riferimento oggi per un aiuto nella risoluzione dei problemi;
- i giudizi sull'apertura dello Sportello Web Reputation di CoReCom Lombardia.



Metodologia



**INTERVISTE ONLINE IN MODALITA' CAWI
CON INVITO ALLA PARTECIPAZIONE AD UN PANEL**

Sono state realizzate **700 interviste** ripartite in:



500 casi, rappresentativi della **popolazione internauta lombarda maggiorenne dai 18 ai 40 anni** per genere, età e provincia di residenza. Universo di riferimento pari a circa **2.663.000 lombardi**



200 casi, a scopo di sovracampionamento, rappresentativi dei **giovani internauti lombardi dai 15 ai 24 anni**, per genere e provincia di residenza. Universo di riferimento pari a circa **890.000 lombardi**

I giovani 18-24 anni reperiti nel campione degli internauti adulti lombardi sono stati poi integrati nel campione dei 15-24enni per poter disporre di una base più consistente e significativa di giovani internauti lombardi.

Le interviste sono state **realizzate dal 16 al 23 maggio 2014**.



5

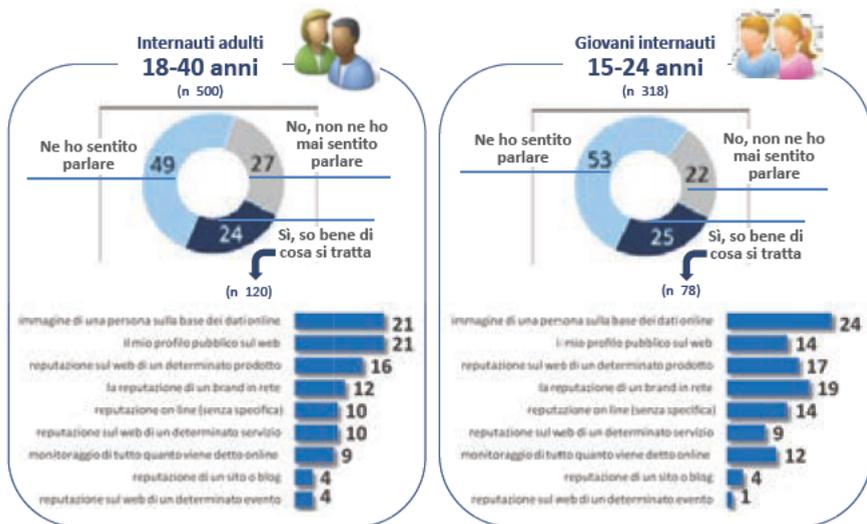


I risultati della ricerca



«Web Reputation»: 1 internauta lombardo su 4 sa indicare di cosa si tratta. Le definizioni spontanee sono prevalentemente rivolte alla persona ma si estendono anche ad aziende, marchi e prodotti

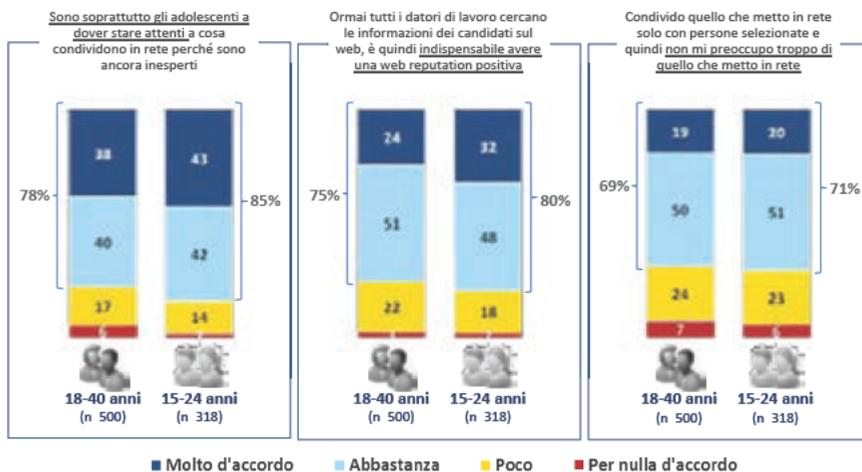
D1 – Parliamo di web e, in particolare, di web reputation o reputazione digitale. Lei ne ha mai sentito parlare? E saprebbe dire di cosa si tratta?
 BASE totale intervistati - Valori %



C'è un buon livello di consapevolezza in merito al fatto che gli adolescenti siano i soggetti più a rischio perché ancora inesperti. Ed è piuttosto importante salvaguardare la propria immagine nell'ambito del lavoro, più tra i 15-24enni che tra gli adulti

D2 - La web reputation, o reputazione digitale, è la «traccia» che ciascuno di noi lascia sulla rete, ovvero le informazioni personali, le foto e i video condivisi pubblicamente sui canali di comunicazione messi a disposizione del web 2.0, come ad esempio i social network. Alcuni intervistati prima di lei hanno letto la definizione di web reputation e hanno espresso i commenti che troverà di seguito. Indichi per favore quanto si trova d'accordo con ciascuno di essi?

BASE totale intervistati - Valori %

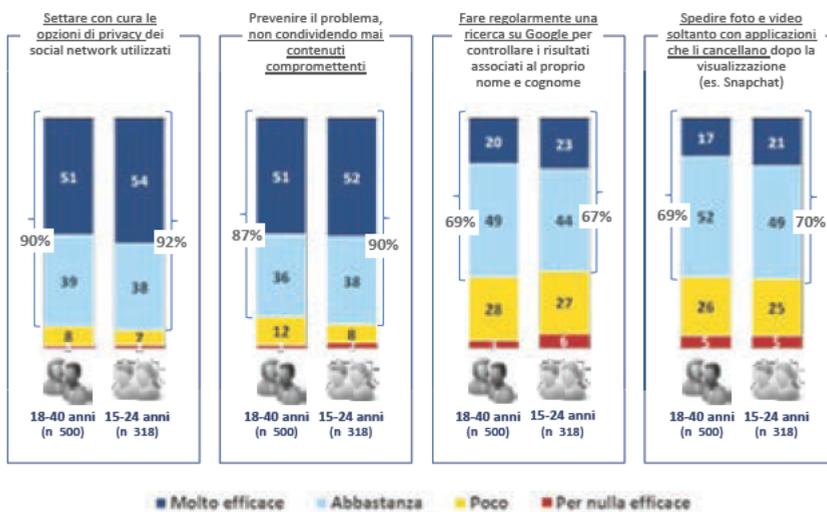




In via preventiva, l'attenzione alle opzioni di privacy e la non condivisione di contenuti compromettenti sono gli accorgimenti ritenuti più efficaci per proteggere la propria reputazione online

D3 – Esistono diversi accorgimenti utilizzati per salvaguardare la propria web reputation, di seguito ne troverà alcuni. Secondo Lei, quanto ciascuno di essi può essere efficace?

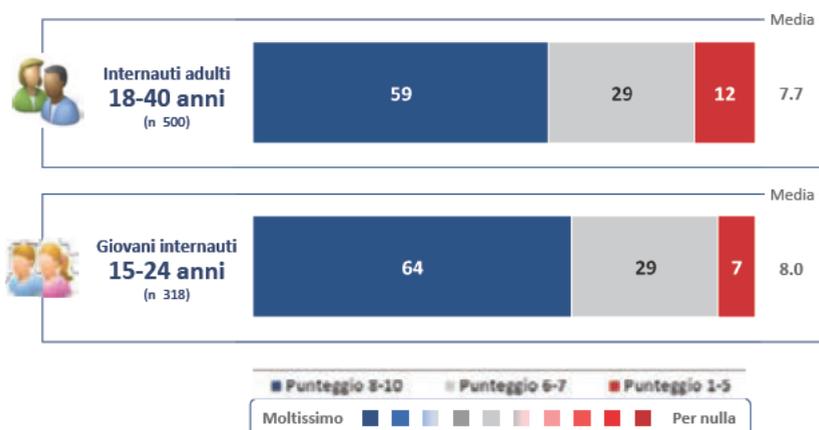
BASE: totale intervistati - Valori %



Pensando solo agli adolescenti, per esperienza personale o per quanto sentito dire, 6 lombardi su 10 ritengono che sia oggi molto importante per un adolescente curare la propria immagine in rete

D4 – Secondo la sua esperienza personale o per quanto ha sentito, quanto è importante oggi per un adolescente curare la propria reputazione digitale?

BASE totale intervistati - Valori %

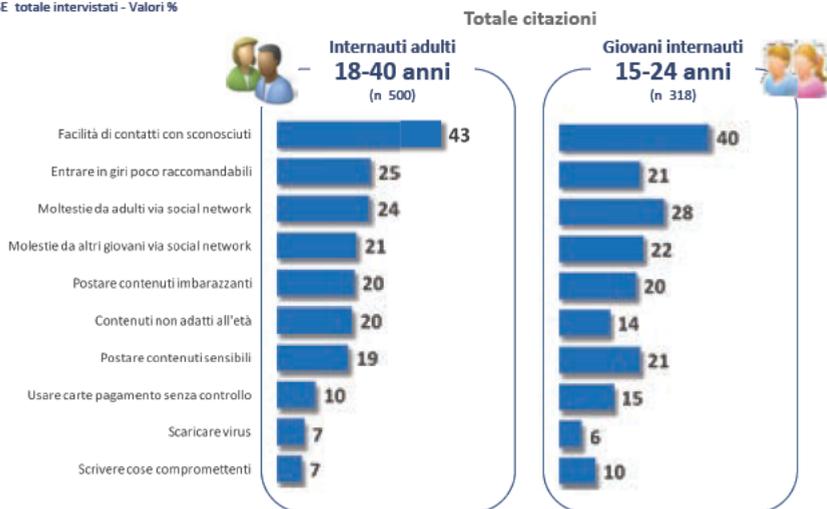


La Web Reputation non è tuttavia tra i rischi più temuti per un giovane che naviga in rete. La paura degli sconosciuti o di entrare in giri potenzialmente pericolosi così come la paura delle molestie supera la preoccupazione di proteggere la propria immagine online

D5 – In confronto ad altri rischi presenti in rete, come si posiziona la web reputation?

Indichi quali sono, secondo Lei, i primi 2 rischi a cui un giovane va incontro navigando sul web.

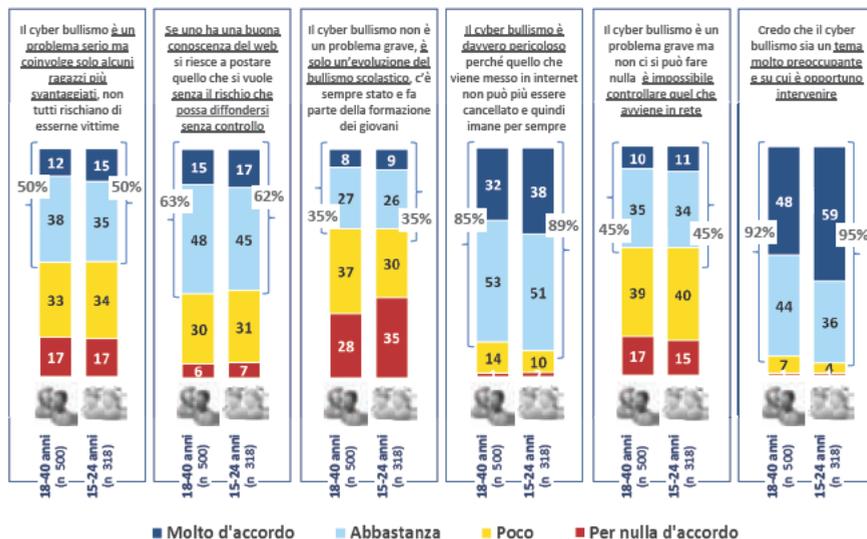
BASE totale intervistati - Valori %



Sul tema del Cyber Bullismo il livello di apprensione è molto più elevato e tutti condividono la necessità di intervenire

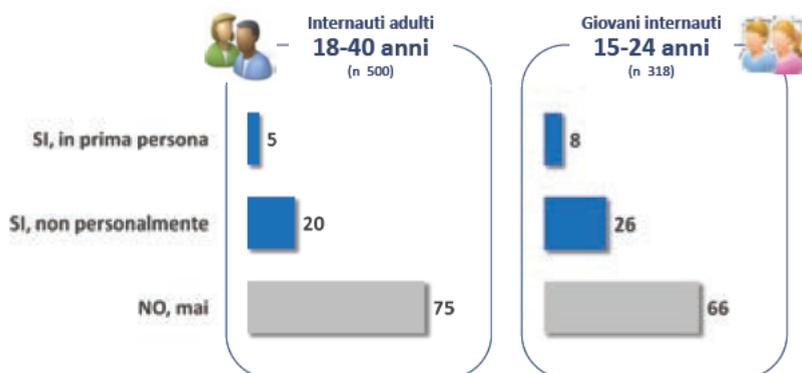
D6 – Sempre pensando alla web reputation dei giovani – e in particolare al cyber bullismo – abbiamo raccolto le seguenti dichiarazioni. Indichi per favore quanto si trova d'accordo con ciascuna di esse.

BASE totale intervistati - Valori %



L'8% dei giovanissimi lombardi (oltre 70.000 adolescenti) ha già avuto in prima persona esperienza di cyber bullismo o cattiva web reputation

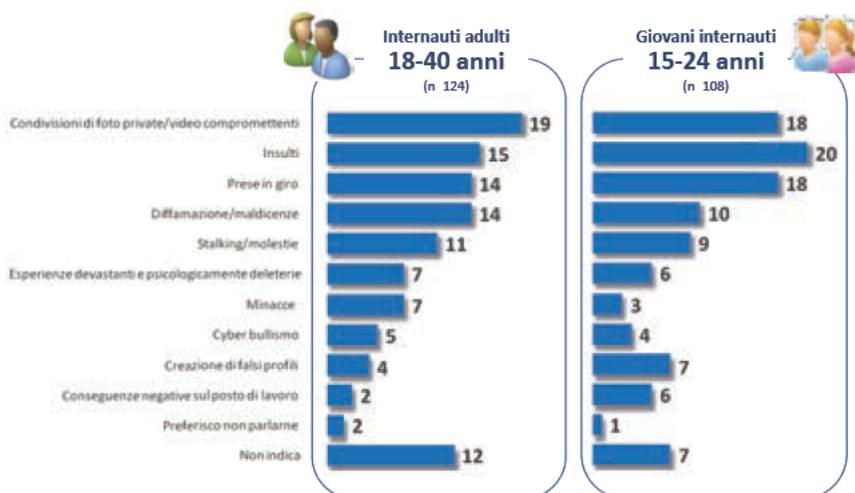
D7 – Ha mai avuto – o sentito da qualcuno dei suoi amici e conoscenti – esperienze di problemi relativi al cyber bullismo o cattiva web reputation?
BASE totale intervistati - Valori %



E si tratta spesso di insulti, diffamazioni e molestie con effetti allarmanti

D8 - E quali sono state queste esperienze?

BASE hanno avuto esperienza diretta/indiretta di cyber bullismo/bad web reputation - Valori % - Citazioni spontanee

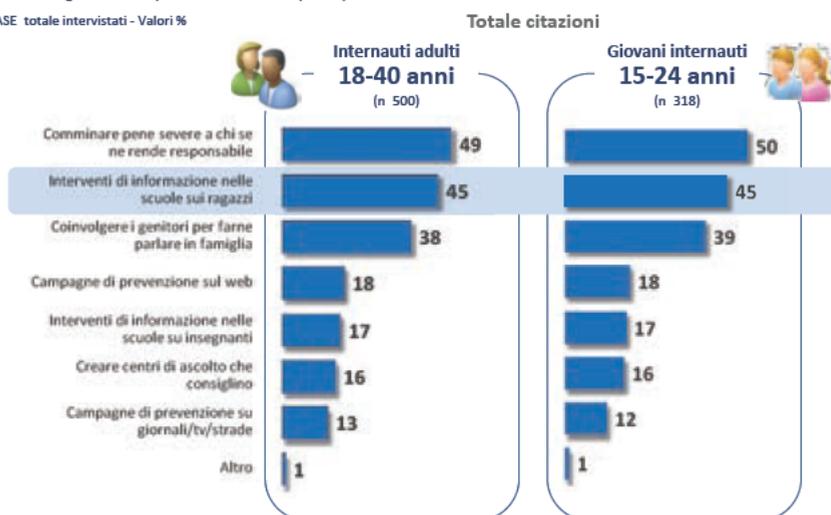




Per arginare il problema del cyber bullismo, oltre al ruolo della giustizia nei confronti dei responsabili, gli interventi di informazione nelle scuole (in particolare sui ragazzi) sono ritenuti tra i metodi più efficaci

D9 – E secondo Lei, come si può fare per arginare il problema del cyber bullismo e dei rischi relativi alla web reputation? Indichi gentilmente le prime due misure a suo parere più efficaci.

BASE totale intervistati - Valori %

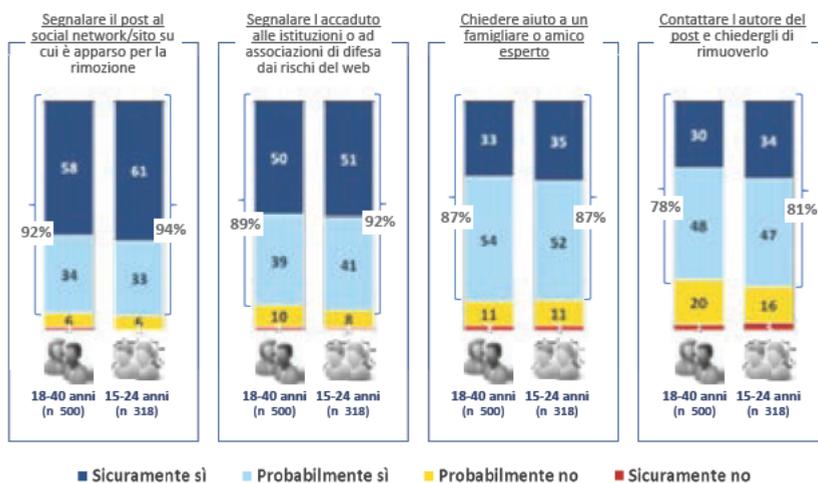




A sostegno degli adolescenti che hanno avuto problemi di reputazione online, gli stessi social network/siti e le istituzioni/associazioni potrebbero avere un ruolo importante di aiuto nella risoluzione dei problemi...

D10 – Immagini ora che un suo familiare adolescente abbia avuto problemi relativi alla propria reputazione online, come la comparsa di notizie/foto/video diffamanti in rete o di status offensivi sui social network, e le chieda aiuto. Cosa gli consiglierebbe di fare?

BASE totale intervistati - Valori %

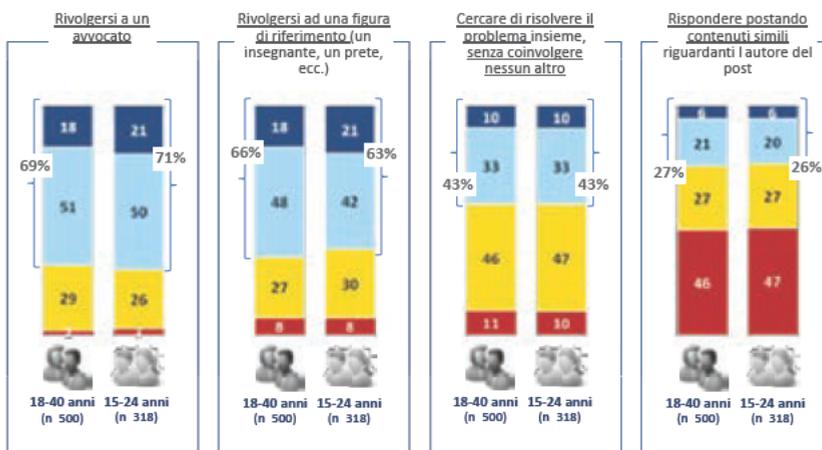




...ancor più di quello riconosciuto ad altre figure

D10 – Immagini ora che un suo familiare adolescente abbia avuto problemi relativi alla propria reputazione online, come la comparsa di notizie/foto/video diffamanti in rete o di status offensivi sui social network, e le chiedi aiuto. Cosa gli consiglierebbe di fare?

BASE: totale intervistati - Valori %



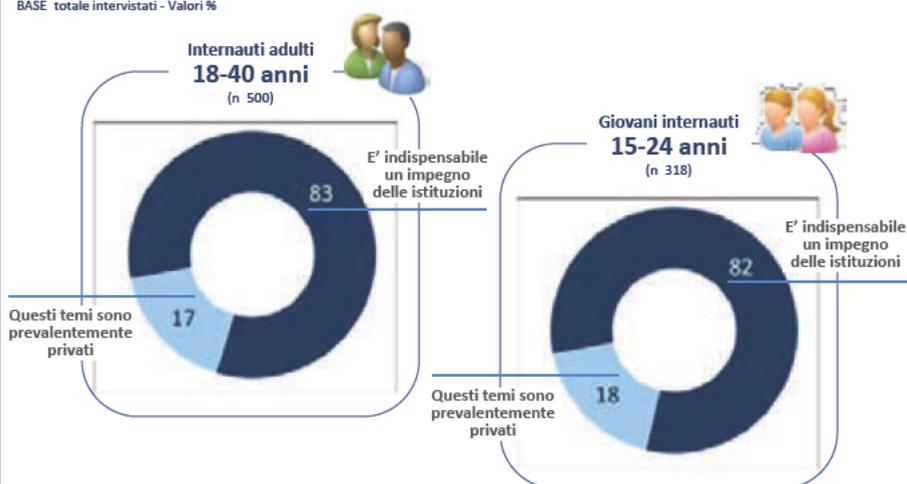
■ Sicuramente sì ■ Probabilmente sì ■ Probabilmente no ■ Sicuramente no



Oltre l'80% degli internauti lombardi è convinto che sia indispensabile un impegno delle istituzioni nella prevenzione e divulgazione dei rischi della web reputazione e del bullismo online

D11 – Alcuni intervistati ci hanno detto che secondo loro è indispensabile che le istituzioni si interessino della prevenzione e della divulgazione dei rischi della web reputazione e del bullismo online. Altri invece sostengono che le istituzioni abbiano altro di cui occuparsi e che questi temi siano prevalentemente privati. Lei con chi si trova più d'accordo?

BASE totale intervistati - Valori %

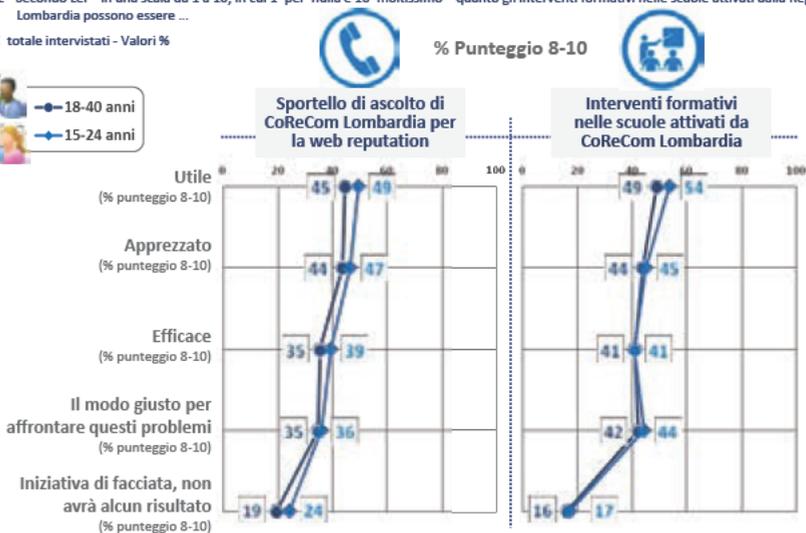


Sia lo sportello di ascolto sia gli interventi formativi nelle scuole di CoReCom Lombardia sono ben accolti, e soprattutto gli interventi formativi sono ritenuti il modo giusto per affrontare questi problemi

D12.1 - Secondo Lei - in una scala da 1 a 10, in cui 1 per nulla e 10 moltissimo - quanto uno sportello di ascolto della Regione Lombardia per la web reputation può essere ...

D12.2 - Secondo Lei - in una scala da 1 a 10, in cui 1 per nulla e 10 moltissimo - quanto gli interventi formativi nelle scuole attivati dalla Regione Lombardia possono essere ...

BASE totale intervistati - Valori %





Così come si registra un buon livello di interesse per tutti gli ambiti di attività proposti per lo Sportello di CoReCom

D13 – Sempre pensando allo sportello di aiuto e prevenzione che verrà aperto, quali sono secondo Lei gli ambiti su cui l'attività si dovrà maggiormente concentrare? Utilizzi sempre una scala da 1 a 10 in cui 1 per nulla e 10 moltissimo.

BASE totale intervistati - Valori %



% Punteggio 8-10



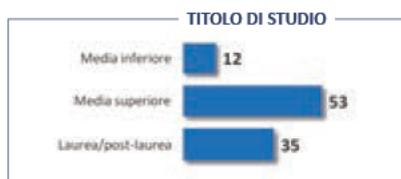


Profilo del campione intervistato



Profilo del campione

BASE totale intervistati (n 700) - Valori %



Internauti lombardi

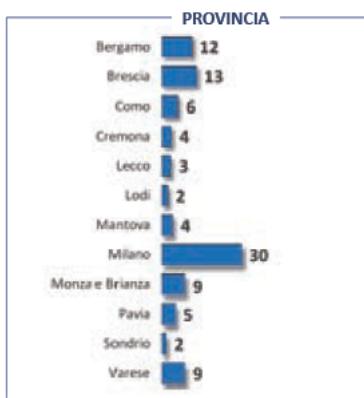
| Adulti 18-40 anni (n 500) | Giovani 15-24 anni (n 318) |
|---------------------------------|----------------------------------|
| 6 | 11 |
| 56 | 65 |
| 38 | 25 |

| | |
|----|----|
| 9 | 2 |
| 6 | 4 |
| 47 | 20 |
| 12 | 7 |
| 3 | 1 |
| 15 | 54 |
| 8 | 12 |



Profilo del campione

BASE: totale intervistati (n=700) - Valori %



Internauti lombardi

| Adulti 18-40 anni (n=500) | Giovani 15-24 anni (n=318) |
|---------------------------------|----------------------------------|
| 51 | 40 |
| 49 | 60 |

| | |
|----|----|
| 12 | 11 |
| 12 | 8 |
| 6 | 5 |
| 4 | 3 |
| 4 | 4 |
| 2 | 2 |
| 4 | 2 |
| 32 | 44 |
| 9 | 6 |
| 5 | 3 |
| 2 | 1 |
| 9 | 11 |



Web Reputation e comportamenti rischiosi online. L'esperienza dei giovani lombardi

Piermarco Aroldi, Giovanna Mascheroni, Nicoletta Vittadini



***Web Reputation* e comportamenti rischiosi online. L'esperienza dei giovani lombardi**

Piermarco Aroldi, Giovanna Mascheroni, Nicoletta Vittadini

Citare come:

Aroldi, P., Mascheroni, G., Vittadini, N. (2016), *Web Reputation e comportamenti rischiosi online. L'esperienza dei giovani lombardi*. Milano, OssCom – Centro di Ricerca sui Media e la Comunicazione dell'Università Cattolica

La ricerca è stata condotta grazie al contributo del Comitato Regionale per le Comunicazioni della Regione Lombardia

Contatti e download:

www.corecomlombardia.it

<http://centridiricerca.unicatt.it/osscom>

Il Corecom Lombardia da anni pone particolare attenzione alla tutela dei minori e alla dignità della persona declinata sui new media. Sulla base delle esperienze maturate e grazie alla sua particolare funzione di prossimità territoriale, il Corecom Lombardia ha recepito la cogenza di un'azione significativa e la necessità di trovare soluzioni concrete per aiutare i cittadini, con particolare attenzione ai più deboli, in un ambito così sensibile.

Il primo luglio 2014 il Corecom Lombardia ha quindi istituito lo Sportello Help Web Reputation Giovani, servizio unico a livello europeo per i cittadini, nell'ambito della sua delega Agcom relativa alla tutela dei minori e sulla scorta delle iniziative della stessa Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni che negli ultimi anni ha esteso la propria attività di sensibilizzazione e analisi anche al Web, data la pervasività e rilevanza che ormai i new media rivestono, specialmente tra i giovani.

Al fine di fare il punto nel modo più circostanziato possibile sullo stato dell'arte della web reputation tra i cittadini lombardi, così da poter anche parametrare e aggiornare i propri interventi alle esigenze in continuo mutamento dei giovani alle prese con il web, il Corecom Lombardia ha chiesto ad OssCom di realizzare questa ricerca.

Partendo anche da tale analisi e quindi da un solido supporto scientifico si intende sensibilizzare sulla tematica e rafforzare sempre più le azioni di intervento a livello regionale e nazionale. L'auspicio è che questo modello possa essere mutuato come best practice dal maggior numero di regioni possibile, così da coprire quanto più possibile il territorio nazionale.

Queste le ragioni principali che hanno indotto il Corecom Lombardia, a due anni dall'apertura dello Sportello Help Web Reputation Giovani, ha realizzare una ricerca puntuale al fine di ribadire l'impellenza di interventi, sul modello di questo progetto pilota di successo, contro il cyber bullismo e a tutela dei minori sul web a beneficio dei cittadini che devono sempre rappresentare la stella polare per le istituzioni.

La Presidente
Federica Zanella

Rapporto di ricerca

Web Reputation e comportamenti rischiosi online. L'esperienza dei giovani lombardi

Introduzione: esperienza online e web reputation dei più giovani

I maggiori progetti di ricerca sviluppati in Europa nel corso degli ultimi sei anni sull'uso delle tecnologie digitali da parte di bambini e adolescenti (EU Kids Online e Net Children Go Mobile) concordano nell'individuare alcuni punti di attenzione. L'esperienza di bambini e adolescenti è caratterizzata, innanzitutto, dal fatto di crescere in ambienti medialmente convergenti che forniscono loro risorse per la costruzione identitaria, la socializzazione, l'apprendimento e la partecipazione. I siti di Social Network (SNS) e la più ampia categoria dei *social media* costituiscono, in questa prospettiva, le piattaforme web privilegiate dai preadolescenti e dagli adolescenti.

L'accesso a queste risorse è, però, sempre più spesso reso possibile da tecnologie personali e mobili come i tablet e gli smartphone, e di conseguenza è fortemente individualizzato. Questa 'individualizzazione mobile' dell'esperienza online intensifica e trasforma alcuni tipici rischi di internet (cyberbullismo, sexting, violazione della privacy) che i ragazzi percepiscono come particolarmente minacciosi per la loro *web reputation*; in particolare, non è infrequente che lo smartphone sia usato per accedere a profili e dati personali, per appropriarsi delle identità digitali altrui, danneggiandone l'immagine online, o per scattare foto inappropriate poi condivise sui *social media* per ridicolizzare, offendere o ricattare le vittime.

In questo contesto la *web reputation* costituisce un tema rilevante anche per i più giovani. Se, infatti, il termine *web reputation* viene abitualmente utilizzato nei dibattiti sull'impatto dei social network nella comunicazione di aziende, istituzioni, personaggi pubblici – per i quali la reputazione costituisce un aspetto importante da cui possono dipendere gli esiti delle attività economiche, politiche e istituzionali – bisogna riconoscere che, nella fase di passaggio dall'infanzia all'adolescenza, la reputazione rappresenta un elemento importantissimo.

Se sostituiamo il termine reputazione con la sua definizione di «stima e considerazione in cui si è tenuti dagli altri» (Treccani) appare più evidente come l'interesse per la propria reputazione sia presente fin dai primi momenti di socializzazione, anche in quegli spazi di aggregazione e relazione mediati dalla tecnologia che definiamo *social media*. La reputazione online, infatti, è innanzitutto una componente della costruzione della propria 'identità-in-relazione': quella parte di identità che chiede il riconoscimento da parte degli altri e implica l'attribuzione di una valutazione condivisa, fatta di rappresentazioni positive e negative che influenzano le interazioni con la rete sociale in cui si è immersi (Donatiello 2015). Questa valutazione ha effetti

importanti sull'equilibrio delle relazioni sociali e, in particolare, sull'inclusione o esclusione dal gruppo.

La gestione di tale immagine da parte dei più giovani è particolarmente rilevante proprio perché, all'interno dei *social media*, essi si muovono in quello che è stato definito l'*expressive internet* (Tufecki 2007): quella parte della rete in cui le attività dominanti sono di tipo espressivo e relazionale, e non funzionale o informativo.

La costruzione della propria immagine online è, quindi, importante, e i preadolescenti e gli adolescenti – magari senza la consapevolezza di stare curando la propria *web reputation* – le dedicano molta attenzione.

Si tratta, inoltre, di una gestione particolarmente complessa e difficile perché tale immagine si compone di tracce *volontarie* (quanto i minori scrivono online), *involontarie* (le tracce lasciate dai loro passaggi su siti web, ad esempio) e *subite* (quanto gli altri scrivono di loro sui loro profili). In questo territorio espressivo mediato, l'identità digitale è stata, infatti definita una forma di *wiki identity* (Mallan, Giardina 2009; Papacharissi 2011).

Il controllo della propria immagine digitale deve comprendere, dunque, anche il monitoraggio delle azioni degli altri: per esempio, di quei contatti che contribuiscono in modo attivo alla reputazione altrui postando contenuti sui loro profili, oppure attraverso il *tagging* o, ancora, attraverso commenti ai singoli post. Questa necessità di controllo impone non soltanto una particolare attenzione 'preventiva' rispetto alle proprie attività online, ma soprattutto azioni di tipo 'reattivo', come la cancellazione di amici o l'eliminazione di commenti e *tag* a tutela di quella che possiamo definire *expressive privacy* (Vittadini 2012).

Obiettivi e metodologia della ricerca

In questo scenario, la ricerca denominata '*Web Reputation e comportamenti rischiosi online. L'esperienza dei giovani lombardi*', realizzata da OssCom – Centro di ricerca sui media e la comunicazione dell'Università Cattolica – per il Corecom Lombardia, ha inteso aumentare la conoscenza dell'esperienza che i giovani lombardi realizzano quotidianamente online concentrando l'attenzione sulle piattaforme di *social media* più frequentate e sulle pratiche comunicative più diffuse, anche al fine di individuare i comportamenti più rischiosi e le strategie più efficaci nella gestione della reputazione online.

La ricerca ha adottato una metodologia quantitativa sulla base di un campione di 500 intervistati, rappresentativi, dal punto di vista sociodemografico, della popolazione lombarda tra gli 11 e i 18 anni, utente abituale di Internet.

La survey è stata condotta mediante interviste online (CAWI) e integrata con interviste *face to face* (CAPI) mediante un questionario volto a rilevare le pratiche d'uso dei *social media*, le modalità di costruzione del proprio profilo, le informazioni personali condivise, i rischi incontrati nel corso dei 12 mesi precedenti, le forme di intervento e di mediazione sociale cui si fa ricorso per far fronte alle minacce nei confronti della propria *web reputation*.

La traccia del questionario e lo schema di campionamento sono riportati integralmente in appendice a questo rapporto.

Oltre alla variabile sociodemografica dell'età e del genere, il campionamento ha tenuto conto della distribuzione territoriale e della stratificazione sociale, così da restituire una fotografia attendibile dell'intera regione nelle sue diversità territoriali su base provinciale così come dei diversi contesti sociali, rilevati attraverso gli indicatori del titolo di studio e della condizione lavorativa del capofamiglia e del tipo di scuola frequentato.

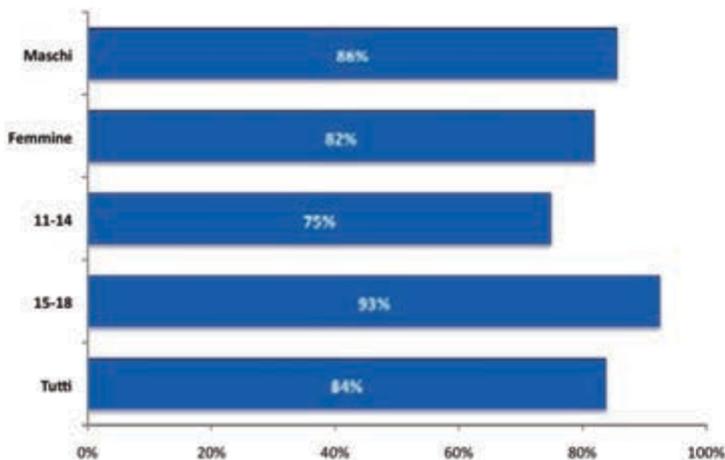
Ciononostante, le variabili che si sono rilevate più significative nel contribuire a dare forma ai comportamenti online dei giovani lombardi e della qualità della loro esperienza sul web sono fondamentalmente quelle di genere e di età, cui si farà principalmente riferimento nell'esposizione dei dati.

Per brevità e chiarezza, nel corso di questo report il sottocampione dei ragazzi tra gli 11 e i 14 anni sarà definito come 'preadolescenti', mentre il sottocampione compreso tra i 15 e i 18 anni sarà definito 'adolescenti'.

L'uso dei social media

L'uso dei *social media* è particolarmente diffuso tra i giovani lombardi che accedono a Internet; infatti, l'84% degli utenti tra gli 11 e i 18 anni ha un profilo su un sito di social network, con una percentuale maggiore fra gli adolescenti (93%, contro il 75% dei preadolescenti), e fra i maschi (86%, contro il 82% delle ragazze).

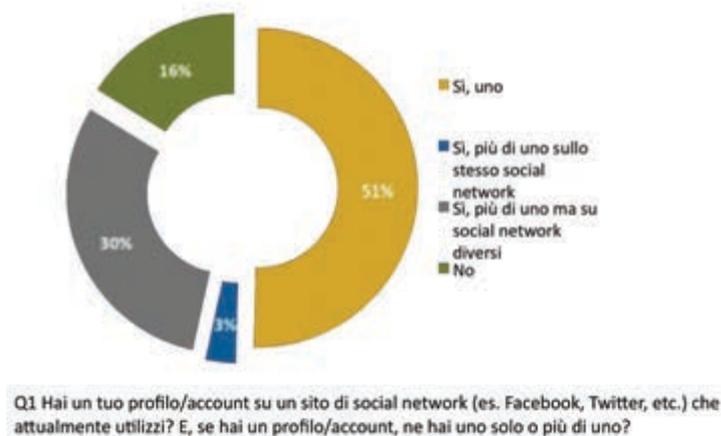
Grafico 1: Diffusione dei SNS presso i giovani lombardi



Q1 Hai un tuo profilo/account su un sito di social network (es. Facebook, Twitter, etc.) che attualmente utilizzi? E, se hai un profilo/account, ne hai uno solo o più di uno?

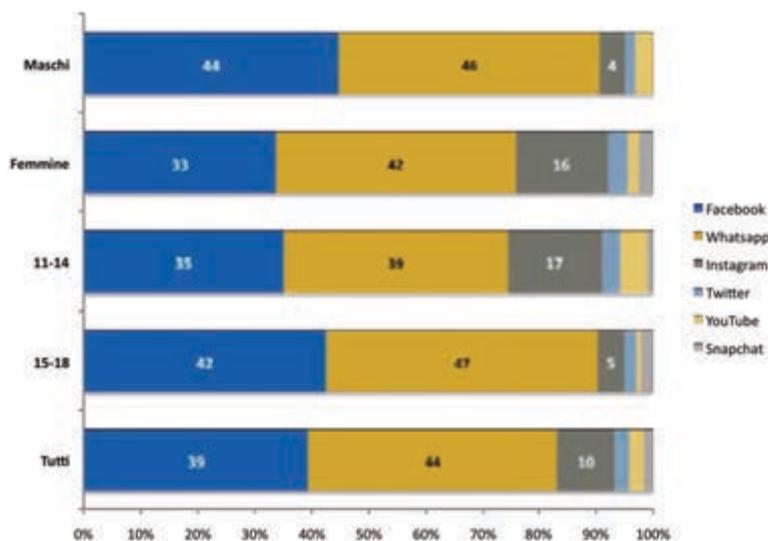
La maggior parte degli utenti (51%) ha un solo profilo, ma quasi un terzo ha più profili su diverse piattaforme (30%), a testimonianza della rilevanza di questi ambienti digitali per i giovani e della pluralità di forme che assume la loro esperienza online. Bisogna, per contro, osservare che solo il 3% afferma di avere più profili diversi sullo stesso SNS, a riprova che il profilo online tende a rispecchiare l'identità personale offline, e che è molto più frequente replicare tale identità in ambienti digitali diversi piuttosto che moltiplicare più identità – eventualmente fittizie – in un medesimo ambiente.

Grafico 2: Numero di profili/account su diversi SNS



I tre social network più diffusi sono WhatsApp (44%), Facebook (39%) e Instagram (10%), ma la loro preferenza risente di alcune variabili socio-demografiche. Se WhatsApp è comunque l'applicazione social più utilizzata in assoluto, Facebook resta ancora molto popolare fra i maschi (44% lo indica come il profilo usato più spesso, contro il 33% delle femmine) e gli adolescenti (42%, contro il 35% di chi ha meno di 14 anni). Instagram invece è più frequente fra le femmine (16%) e i preadolescenti (17%).

Grafico 3: Le piattaforme di Social Network più diffuse



Q2 Su quale social media è il profilo/account che usi più spesso?

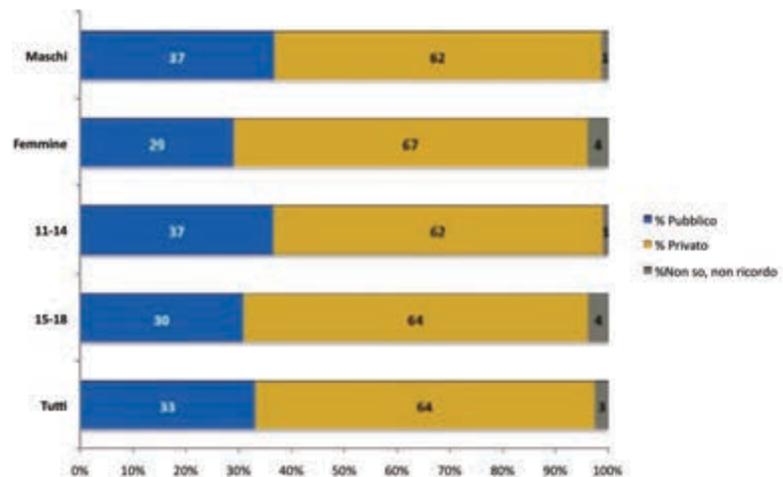
Il profilo: pubblico o privato?

Le modalità di impostazione del profilo individuale su una piattaforma di SNS costituiscono una variabile fondamentale nel qualificare l'esperienza online dell'utente, in modo particolare per quanto riguarda l'opzione tra 'pubblico' (visibile a tutti gli altri utenti) e 'privato' (visibile ai soli 'amici') e la tipologia delle informazioni personali messe a disposizione (Livingstone, Mascheroni, Murru 2011).

Nel caso dei giovani lombardi utenti di Internet, quasi due terzi degli intervistati hanno un profilo privato (64%), mentre il restante terzo ha un profilo pubblico (33%); pochi sono invece coloro che dimostrano scarsa consapevolezza rispetto a questo tema, al punto di non sapere o non ricordarsi come è stato impostato il profilo (3%).

Anche in questo caso età e genere costituiscono un elemento di differenziazione, dal momento che la percentuale di chi ha un profilo pubblico è maggiore fra i maschi (37%) e i preadolescenti (37%).

Grafico 4: Impostazione pubblica o privata del profilo



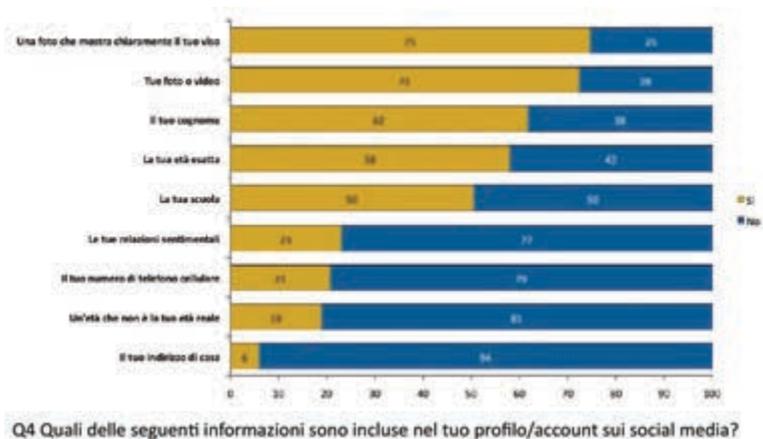
Q3 Pensando ai social network che utilizzi, il tuo profilo è impostato come...?

Le informazioni condivise sul profilo dalla maggioranza degli intervistati includono: una foto che mostra chiaramente il proprio volto (75%), foto o video personali (72%), il cognome (62%), l'età vera (58%). La metà degli intervistati condivide la scuola frequentata.

I giovani lombardi sembrano più riservati e prudenti rispetto ad altre informazioni, come le relazioni sentimentali (solo il 23% di intervistati include questa informazione nel proprio profilo), il numero di telefono cellulare (21%), e l'indirizzo di casa (6%).

Tendenzialmente gli adolescenti mostrano una maggiore propensione alla *self-disclosure*, con la significativa eccezione del numero di cellulare (18% contro la media del 21%), mentre i preadolescenti si rivelano un po' più prudenti (con la rilevante circostanza del dato relativo alla propria età, che è apertamente dichiarata solo dal 43% degli intervistati contro la media del 58%, probabilmente anche per aggirare il limite dei 13 anni richiesto all'iscrizione dei SNS). In modo analogo le ragazze tendono a condividere meno informazioni personali rispetto ai loro coetanei maschi.

Grafico 5: Informazioni presenti nel profilo personale



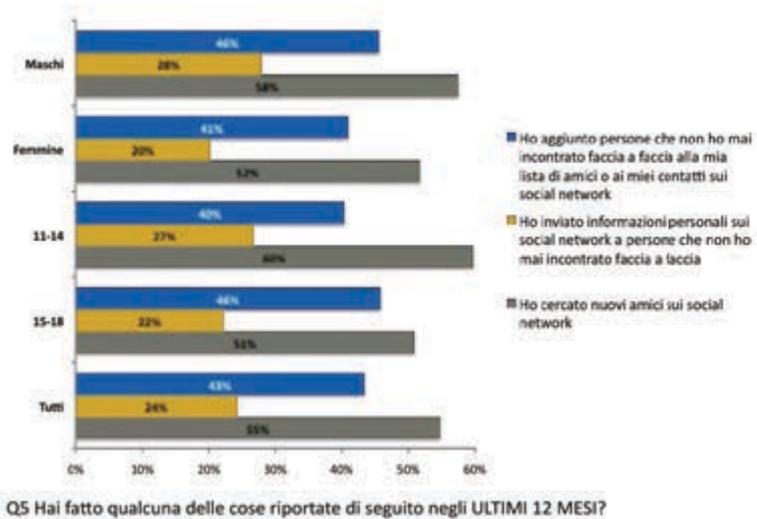
Usi relazionali dei *social media* e *risky communication*

Tra gli usi relazionali dei *social media* maggiormente testimoniati in letteratura, due sono le funzioni generali più frequenti: per mantenere e consolidare le relazioni già esistenti offline o per ampliare ed estendere la propria rete di relazioni (sia online che offline); se entrambe sono molto diffuse tra i giovani, le pratiche ispirate alla seconda funzione possono esporre più facilmente a rischi (Livingstone, Mascheroni, Murru 2011; Mascheroni, Ólafsson 2015).

È dunque interessante il grado di diffusione di tali pratiche (definibili come *risky communication*) tra i giovani lombardi; in particolare risulta che nel corso dell'ultimo anno il 55% degli intervistati ha cercato nuovi amici sui social network, poco meno della metà (43%) ha aggiunto alla propria lista di contatti persone che non avevano incontrato faccia a faccia (tipicamente non si tratta propriamente di sconosciuti ma di 'amici di amici'), mentre un quarto dei giovani (24%) ha inviato informazioni personali a persone che non avevano mai incontrato faccia a faccia.

I maschi e i preadolescenti sono più propensi a usare i social network per allargare la propria cerchia di amicizie, mentre le ragazze sono più riservate e più prudenti. Come risulta evidente dal grafico seguente, infatti, la *risky communication* è leggermente più diffusa tra i preadolescenti rispetto agli adolescenti e tra i maschi rispetto alle femmine.

Grafico 6: Diffusione delle forme di *risky communication*



La gestione della *web reputation*:

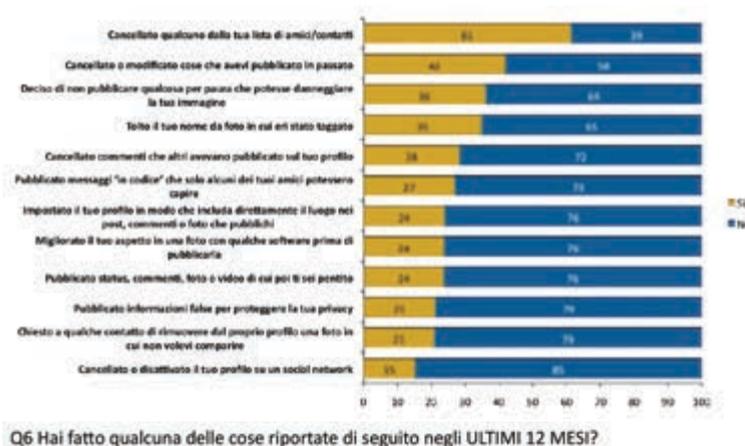
Alla costituzione della propria reputazione sul web concorrono sia informazioni direttamente messe a disposizione dall'utente, sia informazioni che lo riguardano condivise pubblicamente da altri utenti, anche a sua insaputa. La gestione di tale reputazione (definibile come *web reputation management*) implica dunque sia l'esercizio di un controllo strategico sulle informazioni che l'utente decide di condividere, sia il monitoraggio e l'intervento nei confronti delle informazioni messe a disposizione da altri utenti. La gestione della propria *web reputation* può avere, inoltre, carattere preventivo, finalizzata a produrre una buona impressione di sé (per esempio, intervenire con il fotoritocco sulle proprie immagini fotografiche, ma anche autocensurare o nascondere qualche informazione), sia carattere correttivo o reattivo (per esempio la cancellazione di commenti lasciati da altri utenti o, in modo ancora più drastico, la cancellazione di uno o più contatti).

In generale i giovani lombardi si dimostrano abbastanza attivi nella gestione 'correttiva' della propria *web reputation*: la pratica più diffusa riguarda la gestione della propria lista di contatti, con la cancellazione di amici o contatti non più desiderabili (61%); il 42% degli intervistati ha cancellato o modificato cose che aveva pubblicato in passato, il 35% ha tolto il suo nome da foto in cui era stato *taggato* da altri, e il 26% ha cancellato commenti che altri avevano pubblicato sul suo profilo.

Per quanto riguarda la gestione della reputazione attraverso l'adozione di misure preventive, vale la pena notare che il 36% degli intervistati ha deciso di non pubblicare qualcosa per paura che potesse danneggiare la sua immagine, il

27% ha pubblicato messaggi in codice che solo alcuni amici potessero capire e il 24% ha migliorato il proprio aspetto in una foto con qualche software. Più rare altre pratiche, fino alla decisione di disattivare il profilo sul SNS (15%).

Grafico 7: Diffusione delle pratiche di *web reputation management*



Ancora una volta, le differenze di età e di genere consentono di articolare meglio il dato; le ragazze tendono a mettere in atto un management più attento alla propria immagine rispetto ai ragazzi, soprattutto per quanto riguarda attività quali la modifica di contenuti già pubblicati (46% vs. 38%), la cancellazione di contatti indesiderati (64% vs. 59%), il miglioramento del proprio aspetto col fotoritocco (28% vs. 20%); i preadolescenti, d'altro canto, si dimostrano più attenti degli adolescenti alle gestione della propria immagine migliorando le fotografie (30% vs. 19%), ma anche pubblicando messaggi in codice (30% vs. 25%) o pubblicando informazioni false (come un'età non vera) per proteggere la propria privacy (26% vs. 17%).

I rischi: bullismo, sexting, abuso dei dati personali

La tradizione di ricerca sulla qualità dell'esperienza online dei più giovani si è concentrata in modo particolare sulla dimensione del rischio; la letteratura, come è noto, evidenzia una tipologia di rischi particolarmente diffusi tra cui, in genere, predominano il cyberbullying, il sexting e l'abuso dei propri dati personali (a partire dal furto di identità).

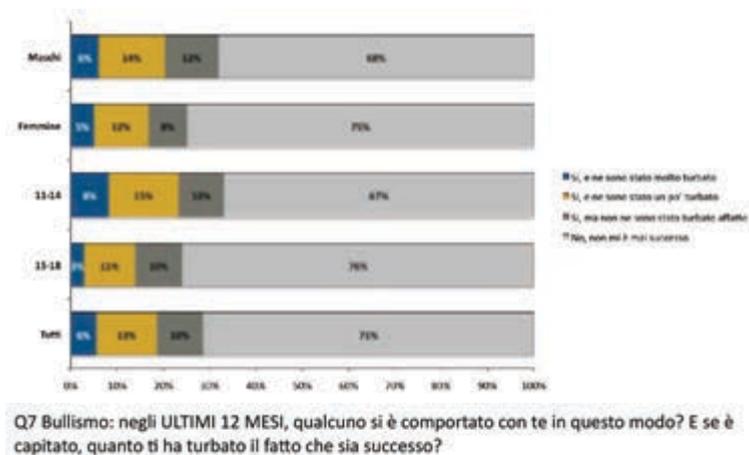
Tra la dimensione del rischio online e la *web reputation* il legame è particolarmente significativo; da una parte, infatti, uno dei principali danni che l'utente può subire da pratiche di cyberbullying, sexting o furto di identità è

esattamente un danno di immagine pubblica che può compromettere seriamente sia la sua *web reputation* che la sua reputazione personale; dall'altra, è ipotizzabile che determinate strategie di gestione della propria *web reputation* possano influire, negativamente o positivamente, sul grado di rischio cui l'utente va incontro; le strategie correttive, infine, possono facilmente essere indotte da una reazione (individuale o contestuale) al rischio percepito o sperimentato online.

In questa sezione del rapporto si restituiscono i dati relativi ai rischi maggiormente sperimentati, anche in base alle principali differenze sociodemografiche. In sintesi, il rischio più diffuso è rappresentato dal bullismo (sia offline che online), sperimentato nell'anno precedente l'intervista dal 29% degli intervistati, seguito dal sexting (23%) e dall'abuso dei dati personali, con percentuali variabili a seconda delle sue diverse forme (da un massimo di 25% a un minimo di 3%).

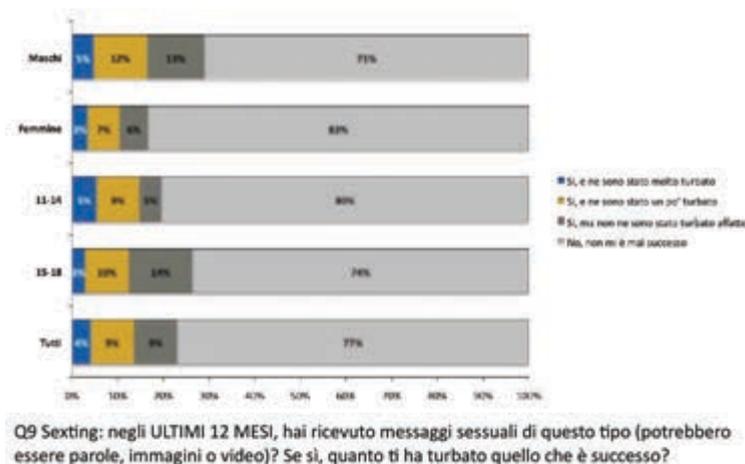
Il bullismo offline è ancora più diffuso di quello online, dal momento che il 46% delle vittime (pari al 13% degli intervistati) indica questa modalità, ma va notato che il cyberbullying è diffuso su tutte le piattaforme di SNS, seppure con percentuali differenti: il 36% delle vittime lo ha sperimentato su Facebook, il 27% su WhatsApp e il 19% tramite chiamate e SMS sul proprio cellulare. Il bullismo continua a essere il rischio più dannoso: i due terzi delle vittime (pari al 19% degli intervistati) si dicono 'abbastanza' o 'molto' turbati da quest'esperienza, e - come si vedrà - queste percentuali sono particolarmente rilevanti tra i preadolescenti.

Grafico 8: Diffusione del rischio di bullismo



Per quanto riguarda il sexting, le piattaforme più pericolose sono Facebook (53% delle vittime pari al 12% degli intervistati) e WhatsApp (rispettivamente 35% e 9%); seguono, a distanza, le altre piattaforme (Instagram, 11% e 3%) o dispositivi (cellulare 9% e 2%). Poco meno dei due terzi delle vittime di sexting (pari al 13% degli intervistati) si dichiarano 'abbastanza' o 'molto' turbati dall'esperienza.

Grafico 9: Diffusione del rischio di sexting



Tra le forme di abuso dei dati personali quella più diffusa è la *tag* indesiderato su foto rese pubbliche da altri utenti (25%) e, a scarse, la pubblicazione indesiderata di proprie immagini fotografiche (12%), l'uso o la diffusione di informazioni personali da parte di altri (rispettivamente 9% e 6%), il furto di identità (6% su smartphone, 4% su SNS). Infine, una minoranza di intervistati dichiara anche di aver avuto problemi a scuola (5%) o in famiglia (3%) a causa di informazioni condivise imprudentemente con altri.

Tabella 1: Diffusione e incidenza del rischio di abuso di dati personali

| | Tutti | 15-18 | 11-14 | Femmine | Maschi |
|---|-------|-------|-------|---------|--------|
| Sei stato taggato in una foto in cui non volevi comparire | 25% | 30% | 20% | 26% | 25% |
| Hai trovato online una tua foto che non volevi che fosse pubblicata | 12% | 14% | 11% | 13% | 12% |
| Qualcuno ha utilizzato le tue informazioni personali in un modo che ti ha dato fastidio | 9% | 7% | 11% | 8% | 10% |
| Qualcuno ha fatto circolare sui social media delle false informazioni sul tuo conto | 6% | 6% | 6% | 6% | 7% |
| Qualcuno ha utilizzato la tua password/ha usato il tuo telefono per accedere alle tue informazioni o per prendere il tuo posto/ fingersi te | 6% | 6% | 7% | 5% | 7% |
| Qualcuno ha creato un falso profilo a tuo nome fingendo di essere te | 4% | 2% | 5% | 3% | 4% |
| Hai pubblicato qualcosa che ti ha creato problemi a scuola | 5% | 5% | 5% | 3% | 7% |
| Hai condiviso informazioni sensibili causando problemi a te o alla tua famiglia | 3% | 3% | 2% | 2% | 4% |

Q11 Negli ULTIMI 12 MESI, quale di queste cose ti è capitata su internet/sul tuo smartphone?

Dal punto di vista delle principali variabili sociodemografiche, gli episodi di bullismo sono più frequenti fra i maschi (32% contro il 25% delle femmine) e fra i preadolescenti (33% contro il 24% degli adolescenti); se in generale due vittime su tre si dichiarano molto o abbastanza turbate, è da segnalare che questa proporzione è anche maggiore tra i preadolescenti e tra le femmine.

Anche gli stili d'uso della rete influiscono su questo dato, dal momento che i maschi hanno più probabilità delle femmine di essere vittime di bullismo faccia a faccia (51% vs. 40% delle vittime) o su Facebook (39% vs. 32% delle vittime), mentre le femmine risultano più esposte al rischio sulle altre piattaforme come WhatsApp (28% delle vittime rispetto al 26% dei maschi), tramite chiamate o SMS sul proprio cellulare (22% vs. 16% delle vittime), Instagram (10% vs. 6%) e Ask.fm (8% vs. 4%).

In modo analogo, i preadolescenti sono particolarmente esposti al bullismo offline, agito faccia a faccia (59% delle vittime di questo tipo di bullismo rispetto al 29% degli adolescenti), a riprova di una particolare sensibilità dei ragazzi di questa classe di età alla dimensione dell'aggressività e della conflittualità. La diversa penetrazione delle piattaforme vista precedentemente si conferma, poi, nella distribuzione degli episodi di cyberbullying, che per gli adolescenti si concentrano su Facebook (41% delle vittime vs. 32% registrato dai preadolescenti), mentre per i preadolescenti WhatsApp si rivela una piattaforma quasi altrettanto pericolosa (30% delle vittime vs. 24% degli adolescenti).

Tabella 2: Incidenza del rischio di bullismo sui principali SNS

| | Maschi | Femmine | 11-14 | 15-18 | Tutti coloro che hanno subito bullismo |
|---|--------|---------|-------|-------|--|
| Di persona faccia a faccia | 51% | 40% | 59% | 29% | 46% |
| Su Facebook | 39% | 32% | 32% | 41% | 36% |
| Su Whatsapp | 26% | 28% | 30% | 24% | 27% |
| Con chiamate o messaggi di testo (SMS) al mio cellulare | 16% | 22% | 22% | 14% | 19% |
| Su Instagram | 6% | 10% | 7% | 8% | 8% |
| Su Ask.fm | 4% | 8% | 4% | 8% | 6% |
| Su Twitter | 5% | 2% | 2% | 5% | 4% |
| Su YouTube | 5% | 2% | 4% | 3% | 4% |
| In un sito web di giochi | 5% | | 4% | 2% | 3% |
| Su Snapchat | 3% | 2% | 2% | 2% | 2% |
| Su Tumblr | 1% | | 1% | | 1% |

Q8 Bullismo: se qualcuno si è comportato con te in questo modo, dove è successo?

Base: Tutti gli intervistati che hanno subito bullismo

Tabella 3: Incidenza del rischio di sexting sui principali SNS

| | Maschi | Femmine | 11-14 | 15-18 | tutti i ragazzi che hanno ricevuto sexting |
|---|--------|---------|-------|-------|--|
| Su Facebook | 54% | 50% | 50% | 55% | 53% |
| Su Whatsapp | 34% | 38% | 31% | 38% | 35% |
| Su Instagram | 11% | 13% | 25% | 2% | 11% |
| Su Ask.fm | 7% | 8% | 6% | 8% | 7% |
| In un sito web di giochi | 5% | 5% | 4% | 6% | 5% |
| Con chiamate o messaggi di testo (SMS) al mio cellulare | 12% | 3% | 13% | 6% | 9% |
| Su Snapchat | 3% | 3% | 2% | 3% | 3% |
| Su Twitter | 8% | 3% | 4% | 8% | 6% |
| Su YouTube | 1% | | 2% | | 1% |
| Su Tumblr | 1% | | 2% | | 1% |

Q10 Sexting: e se hai ricevuto messaggi di questo genere, come è successo?

Base: Tutti gli intervistati che hanno subito sexting

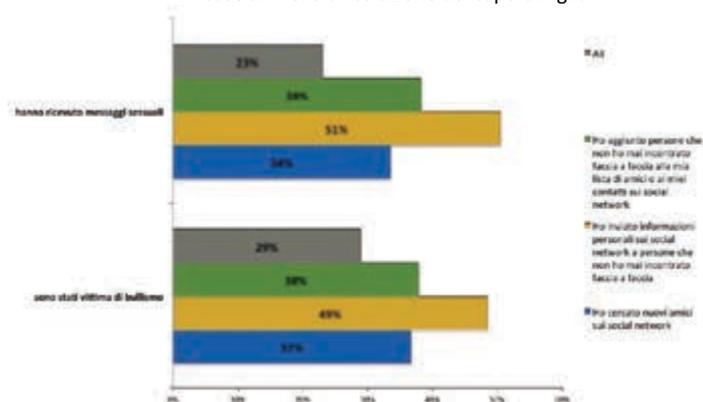
Per quanto riguarda il rischio sexting, esso è più diffuso tra i maschi (29%) che tra le femmine (17%) e tra gli adolescenti (26%) che tra i preadolescenti (20%); vale però la pena notare che, tra le vittime, quelle che dichiarano di essere rimaste molto o un po' turbate sono in percentuale maggiore tra i preadolescenti (quasi tre su quattro) e tra le femmine (quasi due su tre), mentre

i maschi e gli adolescenti sembrano essere rimasti meno turbati. Infine, le piattaforme più pericolose sono Facebook e WhatsApp (con, rispettivamente, il 53% e il 35% delle vittime).

Per quanto riguarda l'abuso dei dati personali, nella Tabella 1 di p. 12 è opportuno osservare anche che la variabile di genere non sembra particolarmente significativa, se non per l'indicatore relativo alla pubblicazione online di contenuti che hanno creato problemi a scuola (in questo caso la percentuale è del 7% per i maschi contro il 3% per le femmine). Più significativa, invece, è la variabile d'età, dal momento che le due forme di abuso più diffuse, peraltro entrambe connesse all'uso delle fotografie, vedono gli adolescenti più esposti dei preadolescenti (rispettivamente 30% vs. 20% per il *tagging* indesiderato e il 14% vs. 11% per la pubblicazione indesiderata di una propria foto); viceversa, l'uso negativo delle proprie informazioni personali da parte di altri utenti riguarda l'11% dei preadolescenti contro solo il 7% degli adolescenti.

Infine, per quanto riguarda le altre variabili socio demografiche, varrà la pena notare come, a conferma di quanto emerso nelle ricerche di EU Kids Online, le condizioni socioeconomiche - rilevate in questa survey solo indirettamente attraverso l'indicatore del titolo di studio del capofamiglia e il tipo di scuola frequentata dall'intervistato - sembrano incidere poco sulla probabilità di rischio.

Grafico 10: Diffusione del rischio di bullismo e sexting in base al livello di istruzione del capofamiglia



Q7 Bullismo: negli ULTIMI 12 MESI, qualcuno si è comportato con te in questo modo? E se è capitato, quanto ti ha turbato il fatto che sia successo?

Q9 Sexting: negli ULTIMI 12 MESI, hai ricevuto messaggi sessuali di questo tipo (potrebbero essere parole, immagini o video)? Se sì, quanto ti ha turbato quello che è successo?

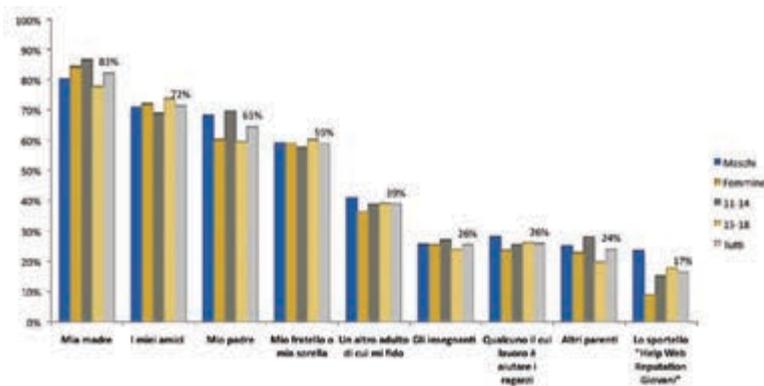
Tale incidenza, inoltre, pare minore per i giovani appartenenti alle fasce medie, di poco maggiore per i giovani di status più basso, e più elevata per coloro che appartengono agli strati più alti: così i figli di genitori con livello di istruzione alto sono anche quelli più spesso vittime di bullismo, insieme agli studenti delle scuole medie, dell'istituto tecnico e a quelli che non vanno più a scuola. Sempre i figli di genitori con un elevato titolo di studio hanno più probabilità di ricevere sexting.

Il coping: le risposte sociali

Quando hanno esperienze negative su internet, i ragazzi adottano una combinazione di strategie per far fronte alla situazione problematica e ridurre lo stress emotivo e psicologico (Vandoninck et al., 2013). «Fra queste, le risposte sociali, vale a dire la richiesta di aiuto e sostegno da altri, è ritenuta una delle strategie più efficaci» (Mascheroni, Ólafsson, 2015: 44).

Se dovessero fare un'esperienza su internet che li infastidisce o li turba, i giovani lombardi si rivolgerebbero alla madre (83%), agli amici (72%), al padre (65%), a fratelli e sorelle (59%). Seguono altri adulti significativi (39%), gli insegnanti o altri adulti incaricati di aiutare i giovani (26%), altri parenti (24%) e infine lo sportello Help Web Reputation Giovani (17%).

Grafico 11: Coping e risposte sociali



Q12 Se dovessi fare un'esperienza su internet o quando sei online con lo smartphone che ti infastidisce o che ti turba, quanto è probabile o improbabile che ne parli con le seguenti persone? (solo «molto» e «abbastanza»)

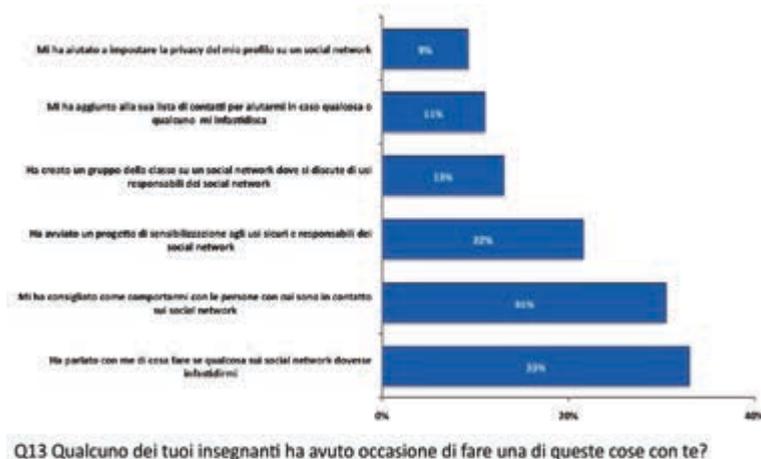
Anche in questo caso le variabili sociodemografiche risultano poco significative, fatto salvo per una maggiore predisposizione delle femmine a rivolgersi alla madre e dei maschi a rivolgersi al padre, pur nel medesimo ordine di preferenza. È interessante notare, però, una maggiore disponibilità dei maschi rispetto alle femmine a cercare aiuto al di fuori della famiglia, poco rilevante per quanto riguarda gli insegnanti ma molto più sensibile nei confronti di altri adulti di fiducia e, in modo particolare, di una realtà istituzionale come lo sportello Help Web Reputation Giovani, dove il valore percentuale (24%) è quasi il triplo rispetto a quello fatto segnare dalle femmine (9%).

La mediazione e la prevenzione scolastica

Come è stato osservato dalla letteratura scientifica in merito, «le esperienze online dei ragazzi sono sempre situate in un contesto sociale, dove la dimensione socio-culturale, tecnologica e politico-economica si intersecano e interagiscono» (Mascheroni, Ólafsson, 2015: 51). In questa prospettiva, oltre alla famiglia e al gruppo dei pari, è la scuola a rappresentare un ambito importante di mediazione dell'esperienza online dei ragazzi. Nello stesso tempo, l'accentuata individualizzazione e privatizzazione dell'accesso a Internet in mobilità hanno reso più difficile questa mediazione.

Gli insegnanti – seppure non costituiscano il primo punto di riferimento dei giovani per quanto riguarda la loro esperienza online – hanno la possibilità di influire preventivamente o in modo correttivo sulla qualità di tale esperienza e, di conseguenza, sono investiti di responsabilità crescenti.

Grafico 12: Mediazione scolastica



In questo quadro è interessante rilevare che i giovani rendono conto della presenza (seppur limitata) degli insegnanti lombardi su questo fronte: un terzo degli intervistati dichiara di aver ricevuto consigli dai propri insegnanti su come comportarsi con i contatti online (31%) e su cosa fare nel caso in cui qualcosa li turbasse o fastidisse su internet (33%), mentre più contenute sono le percentuali di chi riferisce di un progetto di sensibilizzazione sugli usi sicuri e responsabili dei SNS (22%) o di un lavoro – di gruppo o personalizzato – a supporto degli utenti meno consapevoli (dal 13% al 9%).

È inoltre possibile cogliere una correlazione positiva tra tutti gli indicatori relativi alla mediazione degli insegnanti e la probabilità di rischio sperimentata online; in altre parole, tra gli intervistati che dichiarano di aver subito un rischio online è maggiore la percentuale di chi ha ricevuto una forma di mediazione volta all'*internet safety* da parte degli insegnanti. Come già osservato in altre ricerche a proposito della mediazione genitoriale (Dürager, Livingstone 2012), è facile che queste forme di mediazione finalizzate alla sicurezza intervengano a posteriori, per ridurre il danno.

Per quel che riguarda il rischio di bullismo, le correlazioni più evidenti sono quelle con l'aiuto a impostare la privacy del profilo SNS e con la creazione di un gruppo classe in cui discutere di usi responsabili dei social network (rispettivamente il 63% e il 59% vs. 29% di media); per il sexting, l'aiuto a impostare la privacy del profilo e l'aggiunta alla propria lista di contatti (53% e 52% vs. 23% di media); infine, per ciò che concerne l'abuso dei dati personali, la sua forma più diffusa – relativa al *tagging* indesiderato su foto altrui – è correlata più facilmente con l'aggiunta alla propria lista di contatti (42% vs. 25% di media). Occorre anche notare che le correlazioni più evidenti sono quelle con le forme di mediazione meno diffuse, quasi che queste ultime fossero davvero delle risposte contingenti a casi specifici.

Il dato, che può sembrare paradossale – dal momento che associa un maggior grado di rischio a una maggiore mediazione scolastica – è probabilmente da leggere nella prospettiva di un intervento a posteriori da parte degli insegnanti a vantaggio di coloro che, sia a titolo individuale che in una dimensione contestuale, sono (stati) maggiormente esposti ai rischi online.

Pratiche online, rischi e *web reputation management*

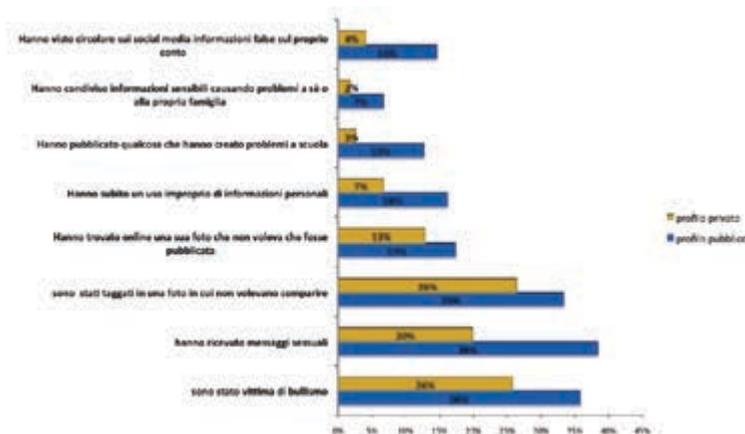
Per quanto riguarda i principali rischi rilevati – bullismo, sexting e abuso dei dati personali – è possibile osservare anche come l'assunzione di diversi comportamenti in termini di *self disclosure*, di *risky communication* e di *web reputation management* sia significativamente correlata con la sicurezza online. Seppure non sia possibile, a causa delle dimensioni del campione, individuare precisi nessi causali diretti (causa-effetto), è utile segnalare le principali correlazioni individuate, che sono comunque in grado di descrivere contestualmente la maggiore o minore probabilità di rischio incontrata dai diversi utenti. Sarà così possibile indicare le pratiche online che maggiormente espongono ai rischi, così come le strategie più diffuse per prevenirli o per porvi rimedio.

Rischi e self disclosure

Come è facile immaginare, c'è una correlazione positiva tra grado di pubblicità del proprio profilo e grado di rischio cui si va incontro, confermata da tutti gli indicatori usati dalla ricerca. All'impostazione 'pubblica' del profilo si accompagna una maggiore probabilità di aver sperimentato il rischio di bullismo (36% vs. 26% dell'impostazione 'privata'), di sexting (38% vs. 20% dell'impostazione 'privata') e di abuso dei dati personali, quest'ultimo in misura diversa a seconda della tipologia di abuso. Per esempio, il *tagging* indesiderato sale dal 26% di coloro che hanno un profilo privato al 33% di coloro che hanno un profilo pubblico; la pubblicazione indesiderata di una propria fotografia passa dal 13% al 17%; l'uso improprio e negativo delle informazioni personali da parte di altri utenti dal 7% al 16%.

In alcuni casi, il rischio è addirittura quasi cinque volte superiore, come per la pubblicazione di contenuti online che hanno creato problemi a scuola (13% vs. 2,6% dell'impostazione 'privata') o quasi quattro volte superiore, come nel caso di informazioni condivise che hanno creato problemi in famiglia (15% vs. 4%).

Grafico 13: Incidenza dei diversi tipi di rischio in base alla natura privata o pubblica del profilo



Q3 Pensando ai social network che utilizzi, il tuo profilo è impostato come...?

Q7 Bullismo: negli ULTIMI 12 MESI, qualcuno si è comportato con te in questo modo? E se è capitato, quanto ti ha turbato il fatto che sia successo?

Q9 Sexting: negli ULTIMI 12 MESI, hai ricevuto messaggi sessuali di questo tipo (potrebbero essere parole, immagini o video)? Se sì, quanto ti ha turbato quello che è successo?

Q11 Negli ULTIMI 12 MESI, quale di queste cose ti è capitata su internet/sul tuo smartphone?

Anche l'ampiezza e la tipologia delle informazioni presenti sul profilo sono correlate positivamente col grado di rischio sperimentato; se in generale vale la logica che la presenza di un'informazione personale aumenta il rischio, il dato più evidente è quello relativo all'indirizzo di casa, che si accompagna a una percentuale di rischio bullismo di quasi 30 punti superiore (56,5% vs. 27%) e a una percentuale di rischio sexting superiore di ben 45 punti percentuali (67% vs. 22,5%) rispetto a coloro il cui profilo non riporta tale informazione; un altro dato interessante, in questa medesima prospettiva, è quello relativo alla condivisione di informazioni sulle proprie relazioni sentimentali, la cui presenza nel profilo si accompagna a un rischio di bullismo pari al 42% e a un rischio sexting pari al 40% dei casi, contro – rispettivamente – il 24% e il 20% di coloro che non hanno riportato tali informazioni nel proprio profilo. Sempre rispetto al bullismo e al sexting, altri dati 'sensibili' – seppure in misura minore – sono le informazioni relative al proprio numero di cellulare e alla scuola frequentata, o la presenza di una foto che illustri chiaramente il viso, mentre i dati relativi all'età dichiarata sembrano meno rilevanti.

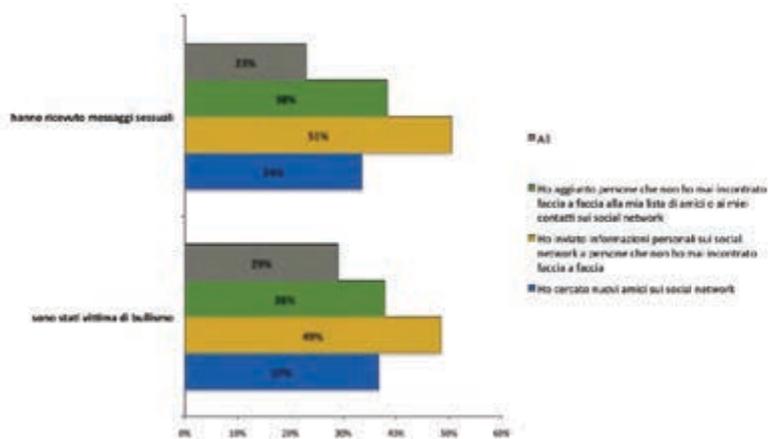
Per quanto riguarda l'abuso dei dati personali, la situazione è più articolata e rispecchia la specificità dei dati resi pubblici; così a una maggiore *openness* sul piano delle proprie immagini fotografiche si accompagna un maggior rischio generalizzato di *tagging* o di pubblicazione di immagini indesiderati, mentre la presenza dell'indirizzo di casa è correlata positivamente, e in modo rilevante, con il furto di identità (37,5% vs. 5%), la circolazione nel web di notizie false sul proprio conto (36% vs. 6%), la pubblicazione di contenuti che hanno creato problemi a scuola (29% vs. 4%), la creazione di un falso profilo (29% vs. 3%) e la condivisione di informazioni che hanno creato problemi alla famiglia (25% vs. 2%).

Rischi e *risky communication*

In modo analogo (e prevedibile), anche le pratiche di *risky communication* si accompagnano a un grado maggiore di rischio sperimentato; questo vale per il bullismo, il cui rischio si attesta al 49% di coloro che hanno condiviso informazioni personali online con utenti mai incontrati prima di persona (vs. il 23% di coloro che non lo hanno fatto), al 38% di coloro che hanno aggiunto alla propria lista di amici persone mai incontrate prima faccia a faccia (vs. il 23% di coloro che non lo hanno fatto) e al 37% di coloro che hanno cercato nuovi amici sui SNS (vs. il 20% di coloro che non lo hanno fatto).

Questo vale anche per il sexting: la condivisione di informazioni personali con sconosciuti è correlata a una esposizione al rischio pari al 51% (vs. 18%), la ricerca di nuovi amici sui SNS si correla positivamente nel 34% dei casi (vs. 17%) e il *friending* con persone mai incontrate prima fa registrare percentuali di rischio pari al 38% (vs. 17%).

Gráfico 14: Incidenza dei diversi tipi di rischio in base alle pratiche di *risky communication*



Q6 Hai fatto qualcuna delle cose riportate di seguito negli ULTIMI 12 MESI?

Q7 Bullismo: negli ULTIMI 12 MESI, qualcuno si è comportato con te in questo modo? E se è capitato, quanto ti ha turbato il fatto che sia successo?

Q9 Sexting: negli ULTIMI 12 MESI, hai ricevuto messaggi sessuali di questo tipo (potrebbero essere parole, immagini o video)? Se sì, quanto ti ha turbato quello che è successo?

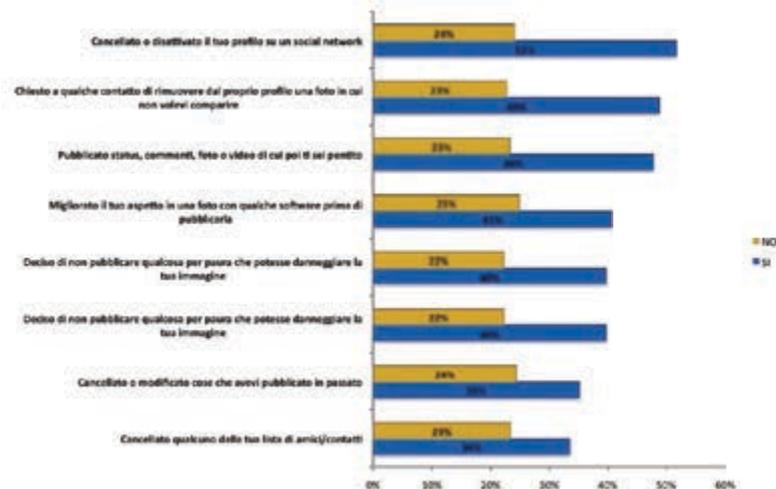
La medesima logica vale, infine, in misura variabile, per l'abuso dei dati personali, con punte significative per la condivisione di informazioni con sconosciuti che hanno creato problemi familiari (11% vs. 1%) o consentito il furto di identità sui SNS (12% vs. 2%) o via cellulare (18% vs. 4%).

Rischi e *web reputation management*

Un'ulteriore correlazione positiva è quella rilevabile tra pratiche di *web reputation management* ed esperienza dei rischi online. Anche in questo caso non è possibile cogliere una relazione diretta di causa-effetto, ma è significativo osservare che tra coloro che hanno subito bullismo, sexting o abuso di dati personali l'attività di gestione della propria reputazione online è più intensa rispetto a quella di chi non ha sperimentato tali rischi.

Questa correlazione è particolarmente evidente se si guarda ad alcuni indicatori come, per esempio, nel caso delle vittime del bullismo, tra le quali la percentuale di coloro che hanno cancellato o disattivato un profilo SNS o hanno chiesto di rimuovere una foto in cui non si voleva comparire è pari, rispettivamente, al 52% e al 49, in entrambi i casi più del doppio rispetto a coloro che non hanno incontrato tale rischio.

Grafico 15: Incidenza delle diverse forme di *web reputation management* tra le vittime di bullismo



Q7 Bullismo: negli ULTIMI 12 MESI, qualcuno si è comportato con te in questo modo? E se è capitato, quanto ti ha turbato il fatto che sia successo?

Q6 Hai fatto qualcuna delle cose riportate di seguito negli ULTIMI 12 MESI?

Se, da una parte, solo un approfondimento dell'indagine con strumenti qualitativi potrebbe aiutare a comprendere eventuali nessi di causa-effetto, dall'altra è possibile avanzare alcune ipotesi esplicative. La prima attribuisce alle pratiche di *web reputation management* una funzione che abbiamo già definito 'reattiva', in risposta sia a precedenti esperienze negative personali, sia alla percezione contestuale di un ambiente online pericoloso; la seconda attribuisce ai soggetti tendenzialmente più attenti alla propria reputazione online una maggiore sensibilità ai rischi (potenziali) o ai danni (effettivamente subiti) sul web.

In complesso, si può azzardare l'interpretazione che se un *management* consapevole e articolato della propria reputazione online non è sufficiente, di per sé, a escludere i rischi di Internet, esso costituisce comunque una forma di reazione in grado di capitalizzare l'esperienza negativa e tradurla - in un secondo momento - in comportamenti più consapevoli e prudenti.

Conclusioni

Sulla base delle evidenze della ricerca è ora possibile fare alcune considerazioni generali sui comportamenti online assunti dai giovani lombardi; più in particolare, poi, si potrà osservare quali siano i comportamenti più pericolosi nel web e quali le strategie più efficaci di gestione della propria reputazione online; quali siano i giovani più esposti ai rischi e ai danni dei *social media*; quali siano, infine, le responsabilità degli adulti e il compito delle Istituzioni.

Come si è visto, per la stragrande maggioranza dei giovani lombardi che usano Internet, la presenza su uno o più siti di social network costituisce la norma. Secondo un modello ampiamente diffuso di continuità e integrazione fra dimensioni offline e online, si registra una significativa coerenza tra identità personale e profili attivati sulle piattaforme dei *social media*: per la maggior parte degli intervistati, infatti, è altrettanto normale che il profilo riporti una foto in cui si è chiaramente riconoscibili, contenga immagini e video personali, espliciti cognome, età e spesso anche la scuola frequentata. L'intenzione comunicativa è esattamente quella di rendersi riconoscibile online, prima di tutto nei confronti dei propri contatti offline.

Questa necessaria e volontaria *self disclosure* non significa, però, inconsapevolezza dei rischi potenzialmente insiti nei *social media*; in generale gli intervistati dimostrano una discreta capacità di gestire la propria privacy su tali piattaforme. Lo testimoniano l'opzione per un profilo 'privato' esercitata dai due terzi del campione e il fatto che i comportamenti più ingenui o più rischiosi caratterizzino solo una minoranza – per quanto consistente – degli utenti.

I risultati della ricerca confermano l'esistenza di una correlazione positiva tra l'assunzione di alcuni di questi comportanti potenzialmente rischiosi e una maggiore probabilità di fare concreta esperienza dei principali rischi online: bullismo, sexting e abuso dei dati personali. Come si è visto, l'impostazione del proprio profilo in modalità 'pubblica' si accompagna a una maggiore probabilità di sperimentare il rischio di bullismo (36% vs. 26% dell'impostazione 'privata'), di sexting (38% vs. 20% dell'impostazione 'privata') e di abuso dei dati personali. Inoltre, maggiore è la quantità e più vasta la tipologia delle informazioni personali presenti sul profilo, maggiore è anche la probabilità di rischio. In modo analogo, la predisposizione a intraprendere forme di *risky communication* – come nel caso di contatti e di condivisione di informazioni personali con gli sconosciuti – si accompagna a un maggior grado di rischi sperimentati online.

La maggiore esposizione al rischio sembra inoltre caratterizzare alcune categorie di utenti. In generale, i maschi risultano più esposti rispetto alle femmine; dal punto di vista dell'età, inoltre, bisogna probabilmente distinguere tra comportamenti imprudenti o ingenui, connessi alla mancanza di competenze digitali, propri dei preadolescenti – più interessati a espandere la propria rete di relazioni amicali che a tutelare la propria privacy – e comportamenti

potenzialmente rischiosi, talvolta espressione di una tendenza ad accettare – quando non a cercare – il rischio, propri degli adolescenti.

Tuttavia, la distinzione tra ‘rischio’ e ‘danno’, chiaramente evidenziata dalla tradizione di ricerca del network EU Kids Online, costituisce un ulteriore elemento di riflessione: in questa prospettiva, infatti, una maggiore esposizione al rischio non implica sempre e necessariamente una maggiore probabilità di danno; anzi, proprio un comportamento più prudente (tipico, per esempio, delle femmine e – sotto alcuni aspetti – dei preadolescenti) si accompagna spesso con una maggiore probabilità di danno. Insomma, se maschi e adolescenti sono i soggetti più esposti al rischio, le femmine e i preadolescenti costituiscono i soggetti più vulnerabili, perché il danno che patiscono tende a essere maggiore.

A fronte di questa situazione, i giovani lombardi non rinunciano certo all’uso dei *social media* ma tendono, piuttosto, ad adottare strategie di gestione della propria reputazione al fine di minimizzarne i rischi o di ridurne i danni, sia in funzione correttiva, sia in funzione preventiva. Il management della propria *web reputation* conosce varie forme, ma quelle più diffuse sembrano essere quelle a carattere ‘reattivo’ – come la cancellazione di contatti o di contenuti indesiderati o non più ritenuti adeguati – piuttosto che ‘preventivo’. Non a caso, questa attività di *management* è più intensa tra coloro che hanno subito bullismo, sexting o abuso di dati personali rispetto a quella di chi non ha sperimentato tali rischi.

In complesso, due considerazioni si impongono: da un lato, i giovani lombardi sembrano dimostrare una buona capacità di resilienza e di apprendimento dall’esperienza, anche negativa; dall’altro, non si può nascondere che né una diffusa consapevolezza dei rischi potenziali, né un insieme di comportamenti online più prudenti e di gestione più accorta della privacy – per quanto utile a ridurre l’esposizione al rischio – è in grado di annullare completamente la probabilità di incontrare rischi durante la propria esperienza quotidiana sui *social media*.

Gli adulti significativi (genitori e insegnanti), insieme al gruppo dei pari, costituiscono utili risorse di mediazione sociale, anche se i dati sembrano indicare con maggiore probabilità un loro intervento a posteriori, a sostegno delle strategie di *coping* dei giovani, piuttosto che una capacità di prevenzione. Bisogna osservare che la tendenza a rivolgersi a figure istituzionali appare ancora ridotta rispetto al ruolo di supporto della famiglia, che costituisce nella grande maggioranza dei casi il punto di riferimento principale per quanto riguarda l’esperienza online. Ciononostante, il ruolo degli insegnanti, che si dimostrano mediamente in grado di intercettare le situazioni più problematiche e rischiose e di rispondere a tali situazioni con diverse forme di supporto, sembra decisivo per accompagnare i più giovani all’acquisizione di maggiore consapevolezza dei rischi e di migliore gestione dei propri profili online.

In questo scenario, infine, è bene ricordare che né la responsabilità personale degli utenti né la presa in carico da parte della scuola possono, da sole, eliminare i potenziali rischi dei *social media* o garantire un’esperienza online

assolutamente priva di pericoli. Sviluppare forme di prevenzione, a carattere educativo o regolativo, costituisce una priorità di cui le Istituzioni potranno certamente farsi carico nei prossimi anni.

Riferimenti bibliografici

- Donatiello, D. (2015) Identità e reputazione dell'altro, *Rassegna Italiana di Sociologia* LVI(1) pp. 27-47.
- Dürager, A., Livingstone, S. (2012) How can parents support children's internet safety? EU Kids Online, London, UK, online all'url <http://eprints.lse.ac.uk/id/eprint/42872>.
- Livingstone, S., Mascheroni, G., Murru, M.F. (2011) Social networking among European children: new findings on privacy, identity and connection, *Hermès*, 59, pp. 89-98, online all'url <http://eprints.lse.ac.uk/59302/>.
- Mallan, K., Giardina, N. (2009) Wikidentities: Young people collaborating on virtual identities in social network sites, *First Monday*, 14(6).
- Mascheroni, G., Ólafsson, K. (2015). *Net Children Go Mobile: Il report italiano*, Milano, OssCom, Università Cattolica.
- Papacharissi, Z., Gibson, P. L. (2011) Fifteen minutes of privacy: Privacy, sociality, and publicity on social network sites, *Privacy Online* Springer Berlin Heidelberg, pp. 75-89.
- Tufecki, Z. (2007) «Can you see me now?» Audience and Disclosure Regulation in Social Networking Sites, *Bulletin of Science Technology and Society* 28(1), pp. 20-36.
- Vandoninck, S., d'Haenens, L., Roe, K. (2013) Online risks: Coping strategies of less resilient children and teenagers across Europe, *Journal of Children and Media*, 7(1), pp. 60-78
- Vittadini, N. (2012) Relazioni sociali, privacy e logiche di scambio, *Comunicazioni sociali* (2), pp. 213-230.

Appendice: campionamento e questionario

Struttura del campione

| Età bambino | Popolazione 1/1/2015 | % | Quota | % |
|---|----------------------|-----------------------|---------------------------|-----------------|
| 11-14 anni | 373354 | | 51% | 254 |
| 15-18 anni | 361766 | | 49% | 246 |
| TOTALE | 735120 | | 100% | 500 |
| Sexo bambino | | | | |
| | Popolazione 1/1/2015 | % | Quota | |
| Maschio | 380064 | | 52% | 259 |
| Femmina | 355056 | | 48% | 241 |
| TOTALE | 735120 | | 100% | 500 |
| Provincia bambino | | | | |
| | Popolazione 1/1/2015 | % | Quota | |
| Varese | 64638 | | 9% | 44 |
| Como | 44307 | | 6% | 30 |
| Sondrio | 14040 | | 2% | 9 |
| Milano | 225789 | | 31% | 154 |
| Bergamo | 89413 | | 12% | 61 |
| Brescia | 98838 | | 13% | 67 |
| Parma | 36112 | | 5% | 25 |
| Cremona | 25429 | | 3% | 17 |
| Mantova | 29115 | | 4% | 20 |
| Lecco | 23923 | | 3% | 18 |
| Lodi | 16737 | | 2% | 11 |
| Monza e della Brianza | 64750 | | 9% | 44 |
| TOTALE | 735120 | | 100% | 500 |
| TITOLO DI STUDIO (capofamiglia) | | | | |
| | Popolazione 25-64 | Low Riclassificazione | Popolazione 25-64 Lombard | % Quota |
| licenza di scuola elementare, nessun titolo di studio | 317453 | | | |
| licenza di scuola media | 176231 | Low | 2102704 | 38% 131 |
| diploma 2-3 anni (qualifica professionale) | 542944 | | | |
| diploma 4-5 anni (maturità) | 1863487 | Medium | 2406471 | 44% 219 |
| laurea e post-laurea | 962175 | High | 962175 | 18% 98 |
| TOTALE | 5492150 | | 5492150 | 100% 500 |

Traccia del questionario

La web reputation degli adolescenti lombardi

Buongiorno/ buona sera. Vorremmo chiedere il suo aiuto per un'importante indagine il cui scopo è la sicurezza dei ragazzi mentre utilizzano internet.

Ipsos e l'Università Cattolica del Sacro Cuore stanno conducendo un'indagine tra i giovani tra gli 11 e i 18 anni residenti in Lombardia. Al fine di comprendere come aiutare i ragazzi, l'indagine pone delle domande riguardo alle esperienze online dei giovani – dove e quando si connettono, cosa fanno in rete e inoltre gli eventuali contenuti dannosi o inappropriati che potrebbero aver incontrato (ad esempio contenuti che normalmente sarebbero solo per adulti).

S1. Lei vive nella provincia di:

1. Varese
2. Como
3. Sondrio
4. Milano
5. Bergamo
6. Brescia
7. Pavia
8. Cremona
9. Mantova
10. Lecco
11. Lodi
12. Monza e della Brianza

S2. Potrebbe dirmi qual è il titolo di studio conseguito dal capo famiglia?

| | |
|---|---|
| Elementari non completate | 1 |
| Elementari completate (fino a 10 anni) | 2 |
| Completato il primo ciclo di scuola secondaria (medie/ fino a 14 anni) | 3 |
| Completato il secondo ciclo di scuola secondaria (medie superiori/ fino a 16 o a 18 anni) | 4 |
| Istruzione e formazione professionale post-qualifica (dopo i 18 anni) | 5 |
| Completato il primo ciclo di corso universitario (laurea breve) | 6 |
| Completato l'università/corsi post-universitari | 7 |
| Non sa - Rifiuta | 8 |

S3. Qual è l'attuale occupazione del capofamiglia?

| | |
|---|----|
| INATTIVO | |
| Casalinga, responsabile della conduzione della casa e della spesa. | 1 |
| Studente | 2 |
| Disoccupato/ temporaneamente non lavora | 3 |
| Pensionato/inabile al lavoro | 4 |
| AUTONOMI | |
| Attività agricola | 5 |
| Attività di pesca | 6 |
| Libero professionista (avvocato, medico, commercialista, architetto, ecc.) | 7 |
| Commerciante, artigiano, o altro tipo di attività autonoma | 8 |
| Imprenditore, titolare (unico o socio) d'azienda | 9 |
| DIPENDENTI | |
| Professionista dipendente (avvocato, medico, commercialista, architetto, ecc.) | 10 |
| Manager ad alto livello (direttore generale, amministratore delegato, direttore commerciale, finanziario, ecc.) | 11 |
| Manager medio livello (direttore di divisione, insegnante, tecnico specializzato) | 12 |
| Dipendente, impiegato di concetto | 13 |
| Impiegato, con attività che richiedono spostamenti (conducente, venditore, ecc.) | 14 |
| Impiegato nel settore dei servizi (addetto ai servizi ospedalieri, di ristorazione, rappresentante delle forze dell'ordine, vigili del fuoco, ecc.) | 15 |
| Supervisore | 16 |
| Operaio specializzato | 17 |
| Operaio non specializzato, domestico | 18 |
| MAI FATTO LAVORO RETRIBUITO | 19 |
| (Non risponde - Rifiuta) | 20 |

S4 Quanti anni ha suo figlio/a?

|_|_|

RANGE 11-18

S5 Suo figlio/a è...

1. Maschio
2. Femmina

S6 Che scuola frequenta suo figlio?

Scuola media inferiore

Liceo

Istituto tecnico

Scuola professionale

Non va più a scuola

Ora vorremmo chiederle di far compilare la parte restante del questionario a suo figlio/a di [ETA'] anni.

Ora ti faremo alcune domande sull'utilizzo di diversi tipi di tecnologia e sull'utilizzo di internet, a casa o anche in altri posti, ad esempio a scuola o a casa di amici.

Q1 Hai un tuo profilo/account su un sito di social network (es. Facebook, Twitter, etc.) che attualmente utilizzi? E, se hai un profilo/account, ne hai uno solo o più di uno?

| | |
|---|--------------------------|
| Si, uno | <input type="checkbox"/> |
| Si, più di uno sullo stesso social network | <input type="checkbox"/> |
| Si, più di uno ma su social network diversi | <input type="checkbox"/> |
| No | <input type="checkbox"/> |

SE Q1=1,2,3 CHIEDERE Q1A

CHIEDERE Q2 PER I SNS INDICATI A Q1A

Q2 Su quale social media è il profilo/account che usi più spesso?

| | |
|--------------------------|--------------------------|
| Facebook | <input type="checkbox"/> |
| Whatsapp | <input type="checkbox"/> |
| Instagram | <input type="checkbox"/> |
| Snapchat | <input type="checkbox"/> |
| Twitter | <input type="checkbox"/> |
| YouTube | <input type="checkbox"/> |
| Ask.fm | <input type="checkbox"/> |
| Tumblr | <input type="checkbox"/> |
| Altro (specificare)..... | <input type="checkbox"/> |

SE Q1=1,2,3 CHIEDERE Q3, Q4, Q5, Q6

Q3 Pensando ai social network che utilizzi, il tuo profilo è impostato come...?

| | |
|---|--------------------------|
| Pubblico, così tutti mi possono vedere | <input type="checkbox"/> |
| Privato, così che ti possano vedere solo i tuoi amici | <input type="checkbox"/> |
| Non so/non ricordo | <input type="checkbox"/> |

Q4 Quali delle seguenti informazioni sono incluse nel tuo profilo/account sui social media?

| | Si | No | Non so | Preferisco non rispondere |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------------|
| A Una foto che mostra chiaramente il tuo viso | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| B Il tuo cognome | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| C Il tuo indirizzo di casa | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| D Il tuo numero di telefono cellulare | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| E La tua scuola | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| F La tua età esatta | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| G Un'età che non è la tua età reale | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| H Le tue relazioni sentimentali | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| B Tue foto o video | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Q5 Hai fatto qualcuna delle cose riportate di seguito negli ULTIMI 12 MESI? Se sì, quanto spesso?

| | Tutti i giorni o quasi | Almeno una volta alla settimana | Mai o quasi mai | Non so/preferisco non rispondere |
|--|--------------------------|---------------------------------|--------------------------|----------------------------------|
| Ho cercato nuovi amici sui social network | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ho inviato informazioni personali sui social network (ad es. il mio nome completo, indirizzo e numero di telefono) a qualcuno che non ho mai incontrato di persona | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ho aggiunto persone che non ho mai incontrato faccia a faccia alla mia lista di amici o ai miei contatti sui social network | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

PER FAVORE, METTI UNA SPUNTA SU UNA CASELLA PER OGNI RIGA

Q6 Hai fatto qualcuna delle cose riportate di seguito negli ULTIMI 12 MESI?

| | Si | No | Non so | Preferisco non rispondere |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------------|
| Cancellato qualcuno dalla tua lista di amici/contatti | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Tolto il tuo nome da foto in cui eri stato taggato | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cancellato commenti che altri avevano pubblicato sul tuo profilo | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cancellato o modificato cose che avevi pubblicato in passato | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Pubblicato status, commenti, foto o video di cui poi ti sei pentito | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Impostato il tuo profilo in modo che includa direttamente il luogo nei post, commenti o foto che pubblici | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Pubblicato informazioni false (un falso nome, un'età non corretta ecc.) per proteggere la tua privacy | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Migliorato il tuo aspetto in una foto con qualche software prima di pubblicarla | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cancellato o disattivato il tuo profilo su un social network | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Deciso di non pubblicare qualcosa per paura che potesse danneggiare la tua immagine | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Pubblicato messaggi 'in codice' che solo alcuni dei tuoi amici potessero capire | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Chiesto a qualche contatto di rimuovere dal proprio profilo una foto in cui non volevi comparire | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

A TUTTI

PER FAVORE, LEGGI: A volte capita che i ragazzi dicano o compiano ripetutamente azioni offensive o cattive verso altre persone. Questo comprende anche:

Prendere in giro ripetutamente qualcuno, in un modo che non gli/le piace

Picchiare, prendere a calci o costringere qualcuno a fare qualcosa

Escludere volutamente qualcuno da qualcosa

Quando le persone si comportano in modo offensivo o cattivo nei confronti di qualcun altro, può avvenire:

Di persona faccia a faccia (persona con una persona che si trova insieme a te nello stesso luogo e nello stesso momento)

Attraverso i telefoni cellulari (con messaggi, chiamate, video clip)

Su internet (email, messaggi istantanei, social network, chat) su qualsiasi dispositivo usi per andare online

Q7 Negli ULTIMI 12 MESI, qualcuno si è comportato con te in questo modo? E se è capitato, quanto ti ha turbato il fatto che sia successo?

PER FAVORE BARRA UNA SOLA CASELLA

| | |
|--|--------------------------|
| Sì, e ne sono stato molto turbato | <input type="checkbox"/> |
| Sì, e ne sono stato un po' turbato | <input type="checkbox"/> |
| Sì, ma non ne sono stato turbato affatto | <input type="checkbox"/> |
| No, non mi è mai successo | <input type="checkbox"/> |
| Non so | <input type="checkbox"/> |
| Preferisco non rispondere | <input type="checkbox"/> |

Q8 Se qualcuno si è comportato con te in questo modo, dove è successo?

BARRA TUTTE LE CASELLE NECESSARIE

| | |
|--|--------------------------|
| Di persona faccia a faccia (una persona che è con te nello stesso luogo) | <input type="checkbox"/> |
| Con chiamate o messaggi di testo (SMS) al mio cellulare | <input type="checkbox"/> |
| Su Facebook | <input type="checkbox"/> |
| Su Whatsapp | <input type="checkbox"/> |
| Su Instagram | <input type="checkbox"/> |
| Su Snapchat | <input type="checkbox"/> |
| Su Twitter | <input type="checkbox"/> |
| Su YouTube | <input type="checkbox"/> |
| Su Ask.fm | <input type="checkbox"/> |
| Su Tumblr | <input type="checkbox"/> |
| Su un altro social network (specificare)..... | <input type="checkbox"/> |
| In un sito web di giochi | <input type="checkbox"/> |
| Altro (specificare)..... | <input type="checkbox"/> |
| Non mi è mai successo | <input type="checkbox"/> |
| Non so | <input type="checkbox"/> |
| Preferisco non rispondere | <input type="checkbox"/> |

PER FAVORE LEGGI: Le persone fanno molte cose diverse su internet. A volte accade che inviino delle immagini o messaggi sessuali. Con questo intendiamo parlare di fare sesso o immagini di persone nude o che fanno sesso.

Di seguito trovi delle domande su queste cose. Prendi in considerazione TUTTE LE MODALITÀ con cui puoi usare internet e il tuo telefono cellulare/smartphone

Q9 Negli ULTIMI 12 MESI, hai ricevuto messaggi sessuali di questo tipo (potrebbero essere parole, immagini o video)? Se sì, quanto ti ha turbato quello che è successo?

PER FAVORE BARRA UNA SOLA CASELLA

| | |
|--|--------------------------|
| Sì, e ne sono stato molto turbato | <input type="checkbox"/> |
| Sì, e ne sono stato un po' turbato | <input type="checkbox"/> |
| Sì, ma non ne sono stato turbato affatto | <input type="checkbox"/> |
| No, non mi è mai successo | <input type="checkbox"/> |
| Non so | <input type="checkbox"/> |
| Preferisco non rispondere | <input type="checkbox"/> |

Q10 E se hai ricevuto messaggi di questo genere, come è successo?

BARRA TUTTE LE CASELLE NECESSARIE

| | |
|--|--------------------------|
| Di persona faccia a faccia (una persona che è con te nello stesso luogo) | <input type="checkbox"/> |
| Con chiamate o messaggi di testo (SMS) al mio cellulare | <input type="checkbox"/> |
| Su Facebook | <input type="checkbox"/> |
| Su Whatsapp | <input type="checkbox"/> |
| Su Instagram | <input type="checkbox"/> |
| Su Snapchat | <input type="checkbox"/> |
| Su Twitter | <input type="checkbox"/> |
| Su YouTube | <input type="checkbox"/> |
| Su Ask.fm | <input type="checkbox"/> |
| Su Tumblr | <input type="checkbox"/> |
| Su un altro social network (specificare)..... | <input type="checkbox"/> |
| In un sito web di giochi | <input type="checkbox"/> |
| Altro (specificare)..... | <input type="checkbox"/> |
| Non mi è mai successo | <input type="checkbox"/> |
| Non so | <input type="checkbox"/> |
| Preferisco non rispondere | <input type="checkbox"/> |

Q11 Negli ULTIMI 12 MESI, quale di queste cose ti è capitata su internet/sul tuo smartphone?

| | Si | No | Non so | Preferisco non rispondere |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------------|
| Qualcuno ha utilizzato le tue informazioni personali in un modo che ti ha dato fastidio | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Qualcuno ha utilizzato la tua password/ha usato il tuo telefono per accedere alle tue informazioni o per prendere il tuo posto/ fingersi te | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Sei stato taggato in una foto in cui non volevi comparire | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Hai trovato online una tua foto che non volevi che fosse pubblicata | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Qualcuno ha creato un falso profilo a tuo nome fingendo di essere te | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Hai condiviso informazioni sensibili causando problemi a te o alla tua famiglia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Hai pubblicato qualcosa che ti ha creato problemi a scuola | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Qualcuno ha fatto circolare sui social media delle false informazioni sul tuo conto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Q12 Se dovessi fare un'esperienza su internet o quando sei online con lo smartphone che ti infastidisce o che ti turba, quanto è probabile o improbabile che ne parli con le seguenti persone?

| | Molto probabile | Abbastanza probabile | Poco probabile | Molto improbabile | Non applicabile |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Mio padre | <input type="checkbox"/> |
| Mia madre | <input type="checkbox"/> |
| Mio fratello o mia sorella | <input type="checkbox"/> |
| Altri parenti | <input type="checkbox"/> |
| I miei amici | <input type="checkbox"/> |
| Gli insegnanti | <input type="checkbox"/> |
| Qualcuno il cui lavoro è aiutare i ragazzi (es. educatori o animatori, assistenti sociali telefono azzurro o simili, polizia) | <input type="checkbox"/> |
| Un altro adulto di cui mi fido | <input type="checkbox"/> |
| Lo sportello Corecom | <input type="checkbox"/> |

Q13 Qualcuno dei tuoi insegnanti ha avuto occasione di fare una di queste cose con te?

| | Si | No | Non so |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Mi ha aiutato a impostare la privacy del mio profilo su un social network | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Mi ha consigliato come comportarmi con le persone con cui sono in contatto sui social network | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ha parlato con me di cosa fare se qualcosa sui social network dovesse infastidirmi | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Mi ha aggiunto alla sua lista di contatti per aiutarmi in caso qualcosa o qualcuno mi infastidisca | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ha creato un gruppo della classe su un social network dove si discute di usi responsabili dei social network | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ha avviato un progetto di sensibilizzazione agli usi sicuri e responsabili dei social network | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Publicazione realizzata in occasione del Convegno

Tutela dei minori sul Web e Cyberbullismo
Work in progress e soluzioni istituzionali

Milano, 27 giugno 2016
Sala Pirelli del Consiglio Regionale della Lombardia





Web reputation e comportamenti a rischio online. L'esperienza dei giovani lombardi

Milano, 27 giugno 2016

Piermarco Aroldi, Giovanna Mascheroni, Nicoletta Vittadini (Università Cattolica di Milano)

Il disegno della ricerca: obiettivi

Approfondire la conoscenza dell'esperienza che i giovani lombardi realizzano quotidianamente online:

- Quali sono le piattaforme di social media più frequentate
- Come è gestita la privacy
- Quali sono le pratiche comunicative potenzialmente pericolose
- Quali rischi sono più comuni
- Quali sono le forme di gestione della propria *web reputation*
- Quali sono le forme di mediazione sociale e di *coping* di fronte ai rischi online



Il disegno della ricerca: metodologia e campionamento

La ricerca si è avvalsa di una metodologia quantitativa mista, articolata in due fasi di rilevazione:

1. Fase CAWI (Computer-assisted web interviewing), volta a raggiungere un massimo di 450 interviste;
2. Fase CAPI (Computer-assisted personal interviewing), volta a completare il numero di casi previsto nelle celle di quota non chiuse nella fase CAWI

Il campione totale è di 500 casi, rappresentativo della popolazione lombarda tra gli 11 e i 18 anni utente di Internet, segmentata per

- Sesso
- Provincia
- Livello di istruzione del capofamiglia (bassa/medio/alta)
- Condizione lavorativa del capofamiglia (lavora/non lavora)



Il disegno della ricerca: il questionario

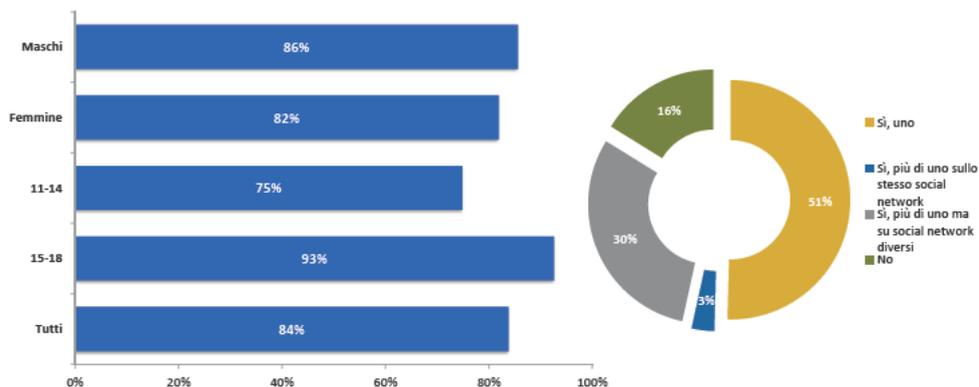
Il questionario online consta di una batteria di 13 domande a risposta chiusa volte a indagare i diversi aspetti dell'esperienza online dei ragazzi lombardi.

In particolare sono stati indagati:

- L'uso dei SNS e le condizioni di privacy dei profili dei ragazzi
- Le pratiche comunicative più frequenti realizzate sui SNS
- La frequenza di eventi collegati ai rischi più diffusi sulle piattaforme di SNS
- Gli strumenti di *coping* usati dai ragazzi per far fronte a questi eventi, con attenzione specifica allo sportello Help Web Reputation Giovani della Regione Lombardia

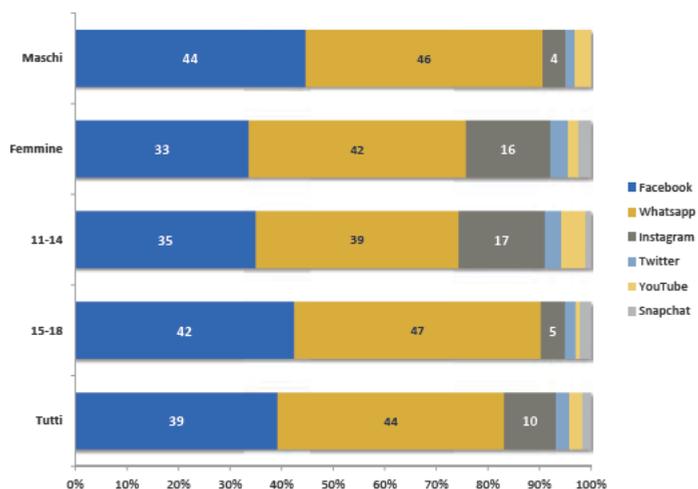
I risultati della ricerca: profili SNS

Q1 Hai un tuo profilo/account su un sito di social network (es. Facebook, Twitter, etc.) che attualmente utilizzi? E, se hai un profilo/account, ne hai uno solo o più di uno?



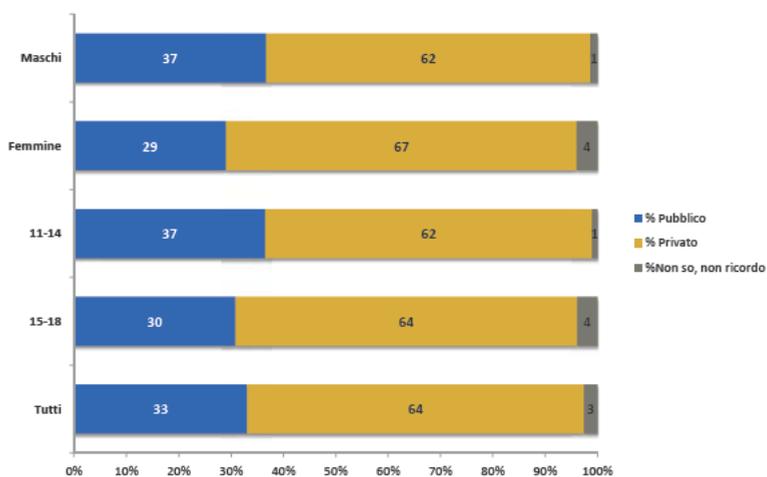
I risultati della ricerca: profili SNS

Q2 Su quale social media è il profilo/account che usi più spesso?



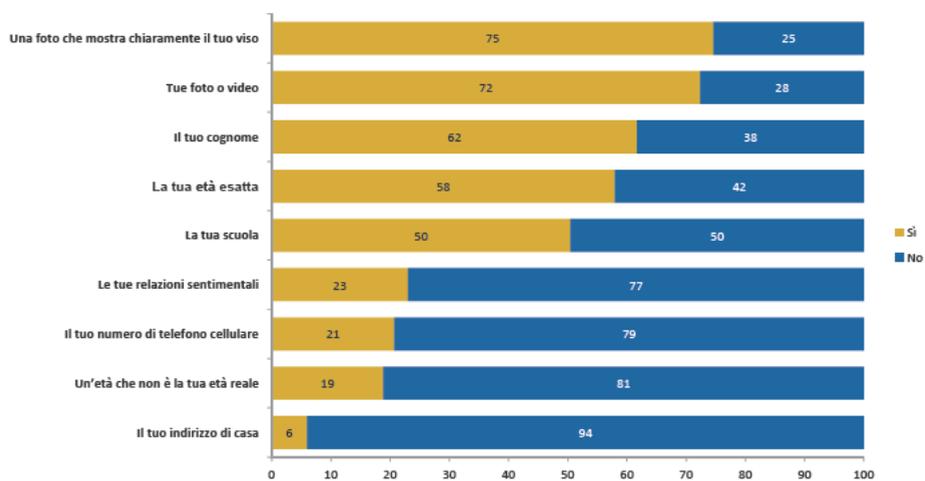
I risultati della ricerca: privacy

Q3 Pensando ai social network che utilizzi, il tuo profilo è impostato come...?



I risultati della ricerca: privacy

Q4 Quali delle seguenti informazioni sono incluse nel tuo profilo/account sui social media?



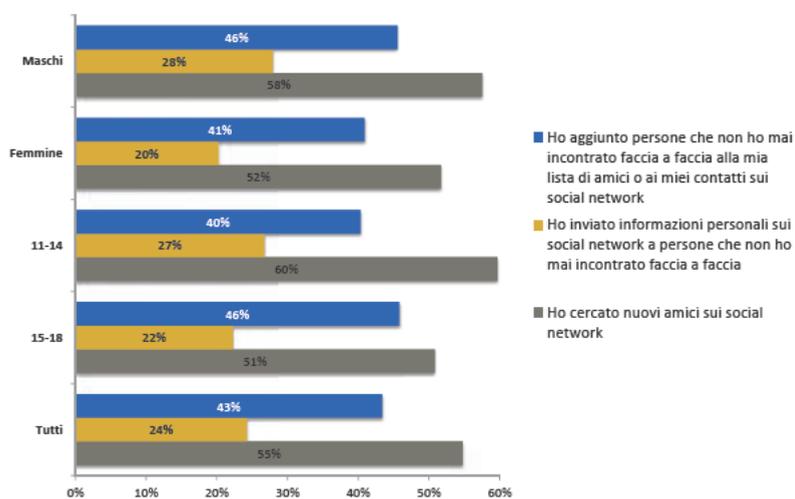
I risultati della ricerca: privacy

Q4 Quali delle seguenti informazioni sono incluse nel tuo profilo/account sui social media?

| | Tutti | 15-18 | 11-14 | Femmine | Maschi |
|---|-------|------------|------------|------------|--------|
| Una foto che mostra chiaramente il tuo viso | 75% | 78% | 71% | 75% | 75% |
| Il tuo cognome | 62% | 65% | 57% | 57% | 66% |
| Il tuo indirizzo di casa | 6% | 6% | 7% | 5% | 7% |
| Il tuo numero di telefono cellulare | 21% | 18% | 24% | 18% | 23% |
| La tua scuola | 50% | 59% | 39% | 46% | 54% |
| La tua età esatta | 58% | 69% | 43% | 57% | 59% |
| Un'età che non è la tua età reale | 19% | 13% | 26% | 16% | 21% |
| Le tue relazioni sentimentali | 23% | 27% | 18% | 22% | 24% |
| Tue foto o video | 72% | 78% | 65% | 72% | 73% |

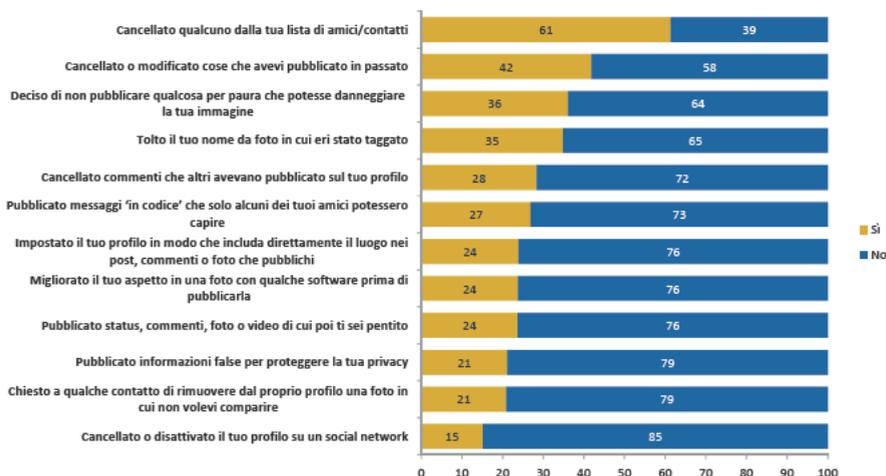
I risultati della ricerca: privacy e rischi

Q5 Hai fatto qualcuna delle cose riportate di seguito negli ULTIMI 12 MESI?



I risultati della ricerca: reputation management

Q6 Hai fatto qualcuna delle cose riportate di seguito negli ULTIMI 12 MESI?



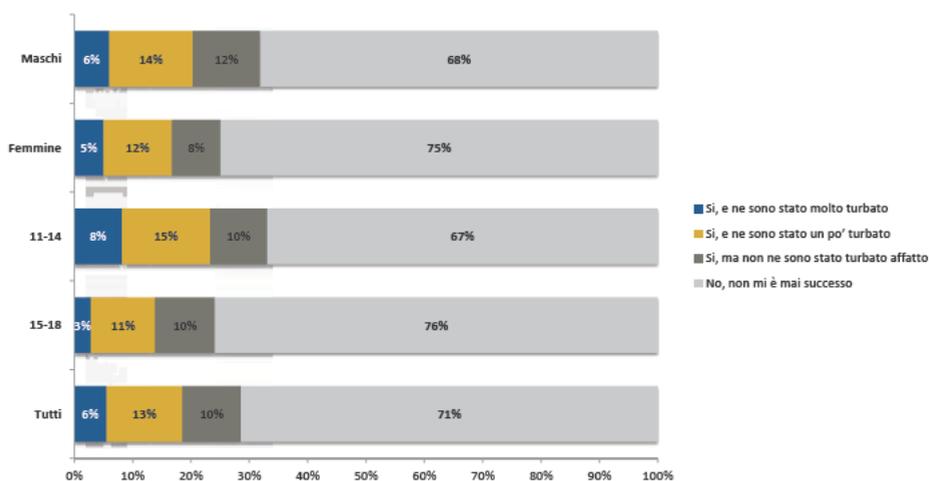
I risultati della ricerca: reputation management

Q6 Hai fatto qualcuna delle cose riportate di seguito negli ULTIMI 12 MESI?

| | Tutti | 15-18 | 11-14 | Femmine | Maschi |
|---|-------|------------|------------|------------|------------|
| Cancellato qualcuno dalla tua lista di amici/contatti | 61% | 61% | 62% | 64% | 59% |
| Cancellato o modificato cose che avevi pubblicato in passato | 42% | 45% | 38% | 46% | 38% |
| Deciso di non pubblicare qualcosa per paura che potesse danneggiare la tua immagine | 36% | 35% | 38% | 36% | 36% |
| Tolto il tuo nome da foto in cui eri stato taggato | 35% | 35% | 35% | 34% | 36% |
| Cancellato commenti che altri avevano pubblicato sul tuo profilo | 28% | 32% | 24% | 27% | 29% |
| Pubblicato messaggi 'in codice' che solo alcuni dei tuoi amici potessero capire | 27% | 25% | 30% | 28% | 26% |
| Impostato il tuo profilo in modo che includa direttamente il luogo nei post, commenti o foto che pubblici | 24% | 24% | 24% | 24% | 24% |
| Migliorato il tuo aspetto in una foto con qualche software prima di pubblicarla | 24% | 19% | 30% | 28% | 20% |
| Pubblicato status, commenti, foto o video di cui poi ti sei pentito | 24% | 23% | 25% | 22% | 25% |
| Pubblicato informazioni false per proteggere la tua privacy | 21% | 17% | 26% | 20% | 22% |
| Chiesto a qualche contatto di rimuovere dal proprio profilo una foto in cui non volevi comparire | 21% | 19% | 24% | 23% | 19% |
| Cancellato o disattivato il tuo profilo su un social network | 15% | 13% | 18% | 14% | 16% |

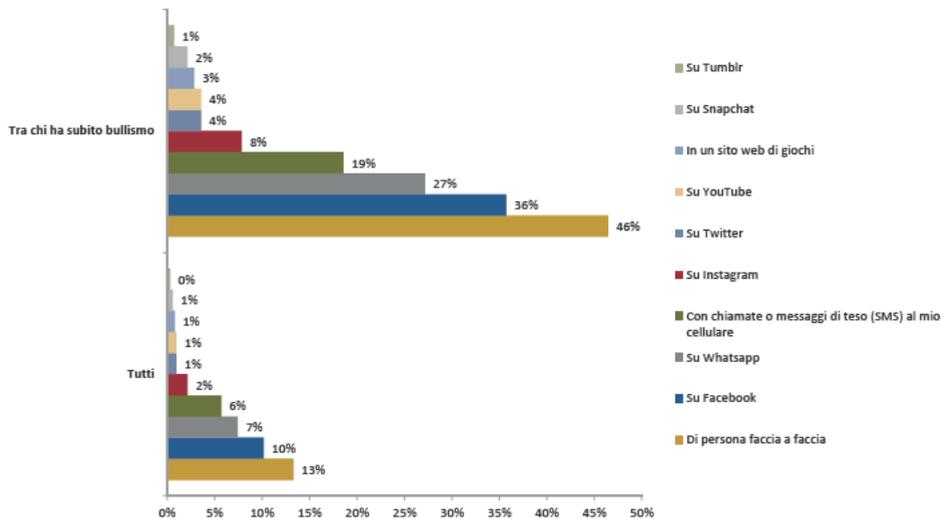
I risultati della ricerca: bullismo

Q7 Bullismo: negli ULTIMI 12 MESI, qualcuno si è comportato con te in questo modo? E se è capitato, quanto ti ha turbato il fatto che sia successo?



I risultati della ricerca: bullismo

Q8 Bullismo: se qualcuno si è comportato con te in questo modo, dove è successo?



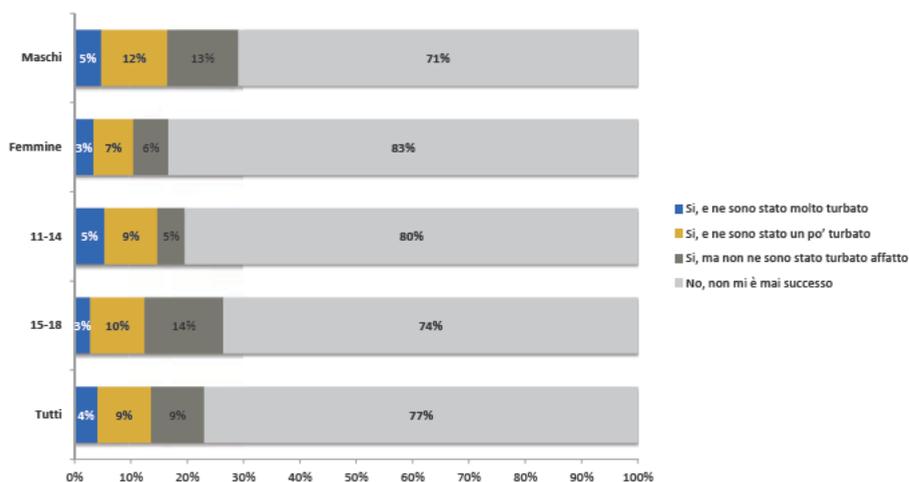
I risultati della ricerca: bullismo

Q8 Se qualcuno si è comportato con te in questo modo, dove è successo?

| | Maschi | Femmine | 11-14 | 15-18 | Tutti coloro che hanno subito bullismo |
|---|------------|------------|------------|------------|---|
| Di persona faccia a faccia | 51% | 40% | 59% | 29% | 46% |
| Su Facebook | 39% | 32% | 32% | 41% | 36% |
| Su Whatsapp | 26% | 28% | 30% | 24% | 27% |
| Con chiamate o messaggi di testo (SMS) al mio cellulare | 16% | 22% | 22% | 14% | 19% |
| Su Instagram | 6% | 10% | 7% | 8% | 8% |
| Su Ask.fm | 4% | 8% | 4% | 8% | 6% |
| Su Twitter | 5% | 2% | 2% | 5% | 4% |
| Su YouTube | 5% | 2% | 4% | 3% | 4% |
| In un sito web di giochi | 5% | | 4% | 2% | 3% |
| Su Snapchat | 3% | 2% | 2% | 2% | 2% |
| Su Tumblr | 1% | | 1% | | 1% |

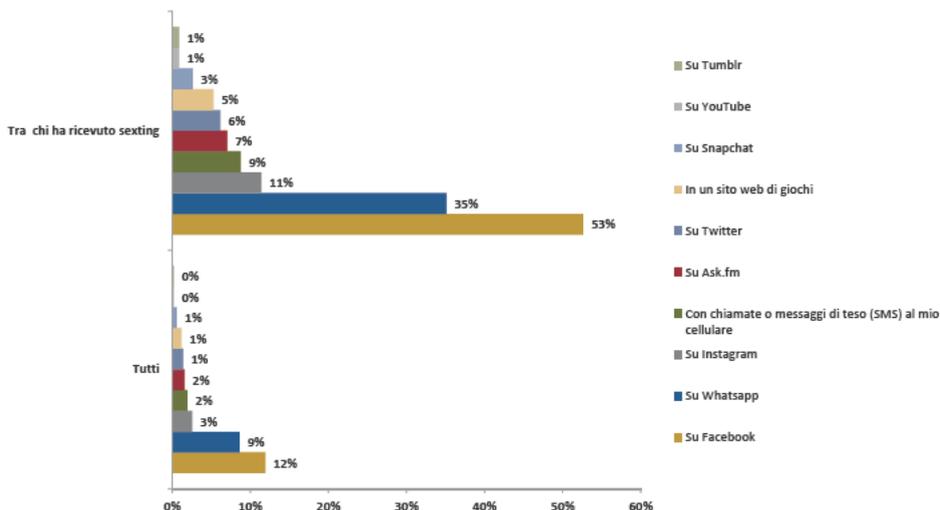
I risultati della ricerca: sexting

Q9 Sexting: negli ULTIMI 12 MESI, hai ricevuto messaggi sessuali di questo tipo (potrebbero essere parole, immagini o video)? Se sì, quanto ti ha turbato quello che è successo?



I risultati della ricerca: sexting

Q10 Sexting: e se hai ricevuto messaggi di questo genere, come è successo?



I risultati della ricerca: sexting

Q10 Sexting: e se hai ricevuto messaggi di questo genere, come è successo?

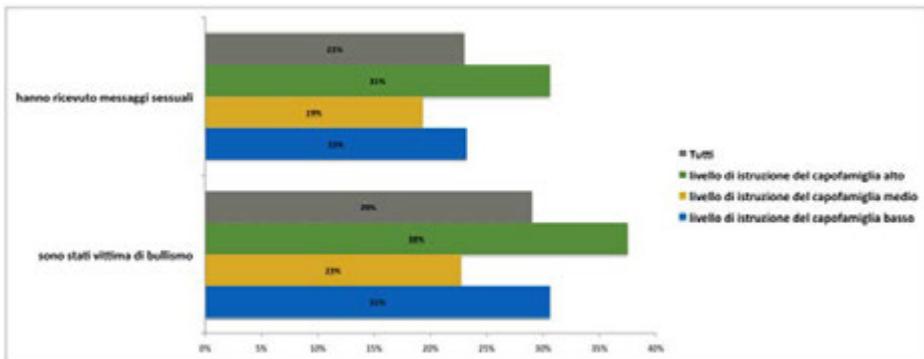
| | Maschi | Femmine | 11-14 | 15-18 | tutti i ragazzi che hanno ricevuto sexting |
|---|-----------|------------|------------|------------|---|
| Su Facebook | 54% | 50% | 50% | 55% | 53% |
| Su Whatsapp | 34% | 38% | 31% | 38% | 35% |
| Su Instagram | 11% | 13% | 25% | 2% | 11% |
| Su Ask.fm | 7% | 8% | 6% | 8% | 7% |
| In un sito web di giochi | 5% | 5% | 4% | 6% | 5% |
| Con chiamate o messaggi di testo (SMS) al telefono cellulare | 12% | 3% | 13% | 6% | 9% |
| Su Snapchat | 3% | 3% | 2% | 3% | 3% |
| Su Twitter | 8% | 3% | 4% | 8% | 6% |
| Su YouTube | 1% | | 2% | | 1% |
| Su Tumblr | 1% | | 2% | | 1% |

I risultati della ricerca: rischi e variabili socio-demografiche

S2. Potrebbe dirmi qual è il titolo di studio conseguito dal capo famiglia?

Q7 Bullismo: negli ULTIMI 12 MESI, qualcuno si è comportato con te in questo modo? E se è capitato, quanto ti ha turbato il fatto che sia successo?

Q9 Sexting: negli ULTIMI 12 MESI, hai ricevuto messaggi sessuali di questo tipo (potrebbero essere parole, immagini o video)? Se sì, quanto ti ha turbato quello che è successo?



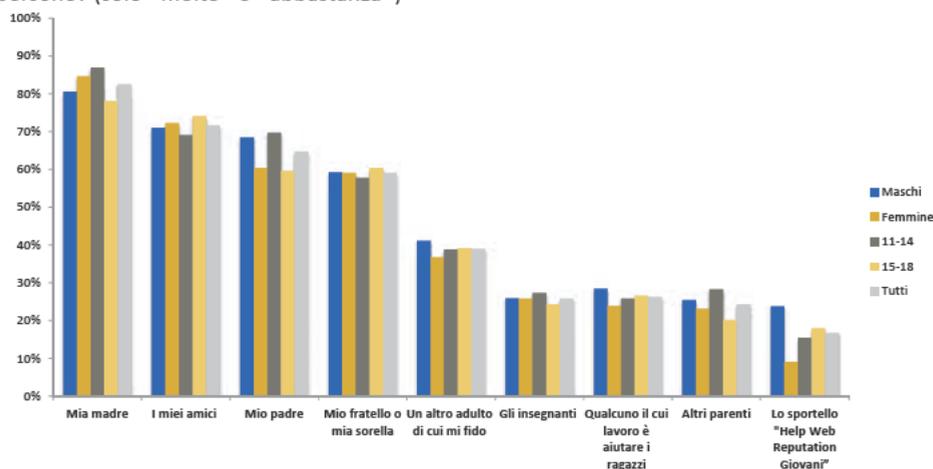
I risultati della ricerca: abuso dati personali

Q11 Negli ULTIMI 12 MESI, quale di queste cose ti è capitata su internet/sul tuo smartphone?

| | Tutti | 15-18 | 11-14 | Femmine | Maschi |
|---|-------|------------|------------|-----------|-----------|
| Sei stato taggato in una foto in cui non volevi comparire | 25% | 30% | 20% | 26% | 25% |
| Hai trovato online una tua foto che non volevi che fosse pubblicata | 12% | 14% | 11% | 13% | 12% |
| Qualcuno ha utilizzato le tue informazioni personali in un modo che ti ha dato fastidio | 9% | 7% | 11% | 8% | 10% |
| Qualcuno ha fatto circolare sui social media delle false informazioni sul tuo conto | 6% | 6% | 6% | 6% | 7% |
| Qualcuno ha utilizzato la tua password/ha usato il tuo telefono per accedere alle tue informazioni o per prendere il tuo posto/ fingersi te | 6% | 6% | 7% | 5% | 7% |
| Qualcuno ha creato un falso profilo a tuo nome fingendo di essere te | 4% | 2% | 5% | 3% | 4% |
| Hai pubblicato qualcosa che ti ha creato problemi a scuola | 5% | 5% | 5% | 3% | 7% |
| Hai condiviso informazioni sensibili causando problemi a te o alla tua famiglia | 3% | 3% | 2% | 2% | 4% |

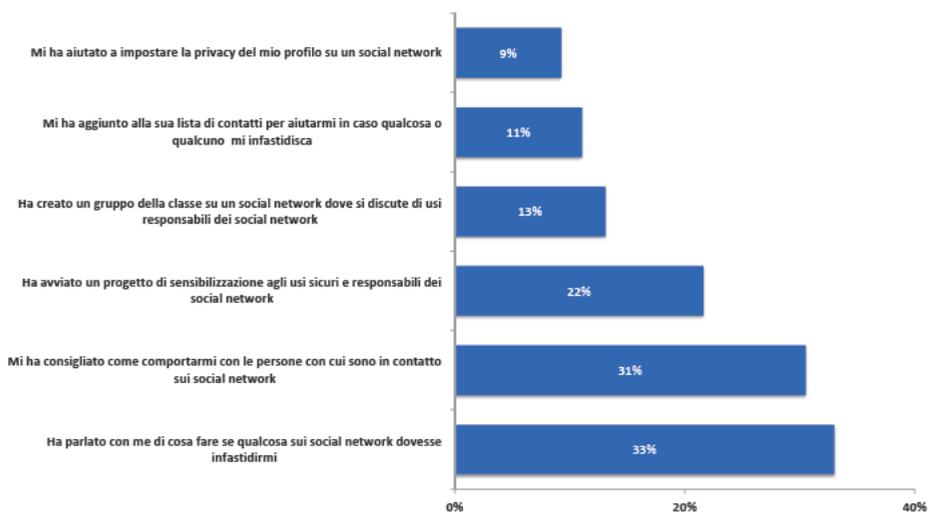
I risultati della ricerca: strategie di coping (risposte sociali)

Q12 Se dovessi fare un'esperienza su internet o quando sei online con lo smartphone che ti infastidisce o che ti turba, quanto è probabile o improbabile che ne parli con le seguenti persone? (solo «molto» e «abbastanza»)



I risultati della ricerca: mediazione e prevenzione scolastica

Q13 Qualcuno dei tuoi insegnanti ha avuto occasione di fare una di queste cose con te?



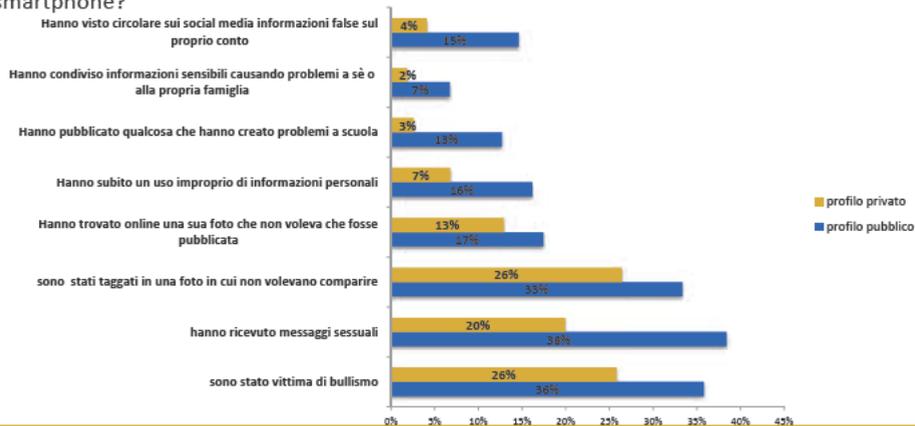
I risultati della ricerca: rischi e gestione pubblica del profilo

Q3 Pensando ai social network che utilizzi, il tuo profilo è impostato come...?

Q7 Bullismo: negli ULTIMI 12 MESI, qualcuno si è comportato con te in questo modo?

Q9 Sexting: negli ULTIMI 12 MESI, hai ricevuto messaggi sessuali di questo tipo?

Q11 Negli ULTIMI 12 MESI, quale di queste cose ti è capitata su internet/sul tuo smartphone?

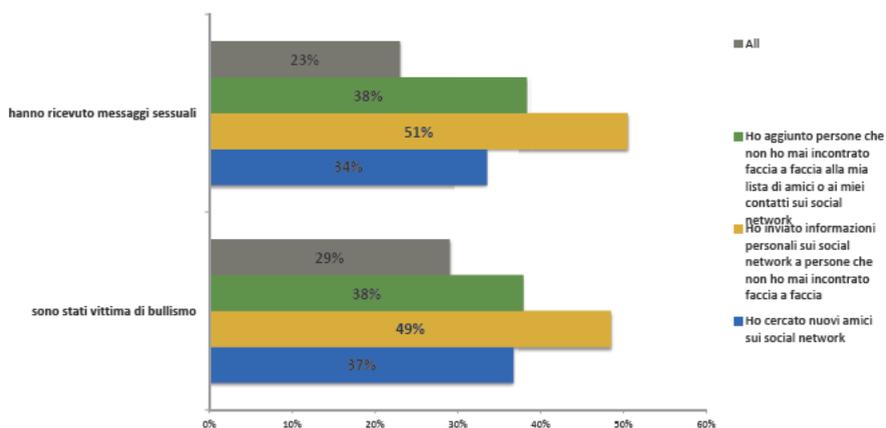


I risultati della ricerca: rischi e *risky communication*

Q5 Hai fatto qualcuna delle cose riportate di seguito negli ULTIMI 12 MESI?

Q7 Bullismo: negli ULTIMI 12 MESI, qualcuno si è comportato con te in questo modo?

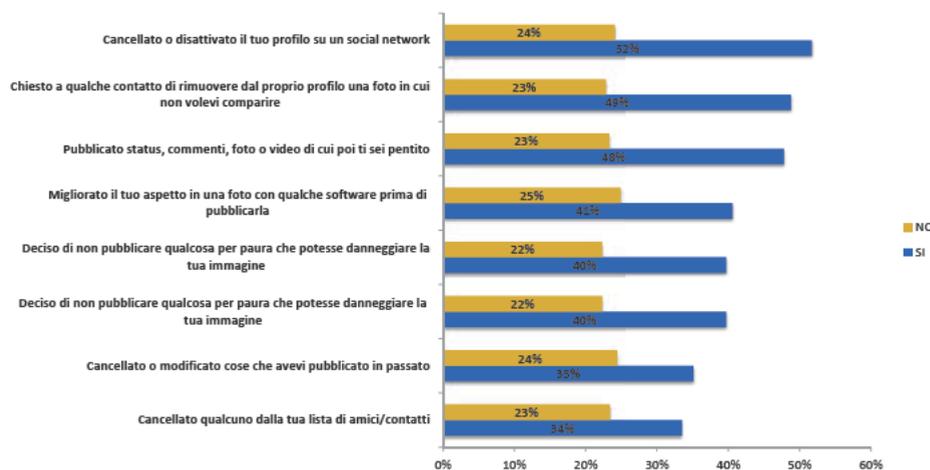
Q9 Sexting: negli ULTIMI 12 MESI, hai ricevuto messaggi sessuali di questo tipo?



I risultati della ricerca: bullismo e web reputation management

Q6 Hai fatto qualcuna delle cose riportate di seguito negli ULTIMI 12 MESI?

Q7 Bullismo: negli ULTIMI 12 MESI, qualcuno si è comportato con te in questo modo?



Appendice: il piano di campionamento

| | | | | |
|--|----------------------|-----------------------|---------------------------|-----------------|
| Età bambino | Popolazione 1/1/2011 | % | Quota | |
| 11-14 anni | 373354 | 51% | | 254 |
| 15-18 anni | 361766 | 49% | | 246 |
| TOTALE | 735120 | 100% | | 500 |
| Sesso bambino | Popolazione 1/1/2015 | % | Quota | |
| Maschio | 380064 | 52% | | 259 |
| Femmina | 355056 | 48% | | 241 |
| TOTALE | 735120 | 100% | | 500 |
| Provincia bambino | Popolazione 1/1/2015 | % | Quota | |
| Varese | 64638 | 9% | | 44 |
| Como | 44307 | 6% | | 30 |
| Sondrio | 14040 | 2% | | 9 |
| Milano | 225789 | 31% | | 154 |
| Bergamo | 89413 | 12% | | 61 |
| Brescia | 98858 | 13% | | 67 |
| Pavia | 36112 | 5% | | 25 |
| Cremona | 25429 | 3% | | 17 |
| Mantova | 29115 | 4% | | 20 |
| Lecco | 25923 | 4% | | 18 |
| Lodi | 16737 | 2% | | 11 |
| Monza e della Brianza | 64759 | 9% | | 44 |
| TOTALE | 735120 | 100% | | 500 |
| Titolo di studio capofamiglia | Popolazione 25-64 | Lon Riclassificazioni | Popolazione 25-64 Lombard | % Quota |
| licenza di scuola elementare, nessun titolo di studi | 337453 | | | |
| licenza di scuola media | 1765251 | Low | 2102704 | 38% 191 |
| diploma 2-3 anni (qualifica professionale) | 542984 | | | |
| diploma 4-5 anni (maturità) | 1863487 | Medium | 2406471 | 44% 219 |
| laurea e post-laurea | 982975 | High | 982975 | 18% 90 |
| TOTALE | 5492150 | | 5492150 | 100% 500 |



Aroldi, P., Mascheroni, G., Vittadini, N. (2016), Web Reputation e comportamenti rischiosi online. L'esperienza dei giovani lombardi. Milano, OssCom – Centro di Ricerca sui Media e la Comunicazione dell'Università Cattolica

La ricerca è stata condotta grazie al contributo del Comitato Regionale per le Comunicazioni della Regione Lombardia

Contatti e download:
www.corecomlombardia.it
<http://centridiricerca.unicatt.it/osscom>



***Web Reputation* e comportamenti rischiosi online. L'esperienza dei giovani lombardi (un anno dopo)**

Piermarco Aroldi, Giovanna Mascheroni, Nicoletta Vittadini



Web Reputation e comportamenti rischiosi online. L'esperienza dei giovani lombardi (un anno dopo)

Piermarco Aroldi, Giovanna Mascheroni, Nicoletta Vittadini

Citare come:

Aroldi, P., Mascheroni, G., Vittadini, N. (2017), *Web Reputation e comportamenti rischiosi online. L'esperienza dei giovani lombardi (un anno dopo)*. Milano, OssCom – Centro di Ricerca sui Media e la Comunicazione dell'Università Cattolica

La ricerca è stata condotta grazie al contributo del Comitato Regionale per le Comunicazioni della Regione Lombardia

Contatti:

www.corecomlombardia.it

<http://centridiricerca.unicatt.it/osscom>

Rapporto di ricerca

Web Reputation e comportamenti rischiosi online. L'esperienza dei giovani lombardi (un anno dopo)

Introduzione: la ricerca sulla web reputation in Regione Lombardia

All'inizio del 2016, il Corecom della Regione Lombardia ha commissionato a OssCom, Centro di ricerca sui media e la comunicazione dell'Università Cattolica, una ricerca sulla web reputation di preadolescenti e adolescenti residenti in Regione Lombardia; in quell'occasione sono stati raccolti circa 500 questionari finalizzati a rilevare le pratiche d'uso dei social network (SNS) sviluppate dai ragazzi, con particolare attenzione alle forme di gestione dei rischi cui è esposta la loro immagine pubblica online e alle strategie di coping e mediazione sociale che possono contribuire a ridurre l'impatto negativo di bullismo, sexting e abuso dei dati personali.

Gli esiti di quella prima ricerca, presentata il 27 giugno presso la Regione Lombardia, hanno rappresentato una prima fotografia, utile a circoscrivere i fenomeni più rilevanti, fornendone una stima quantitativa ed evidenziando alcune variabili che contribuiscono a rendere più o meno sicura l'esperienza online dei giovani lombardi.

Poco più di un anno dopo, nell'autunno del 2017, lo stesso disegno di ricerca è tornato a indagare tale esperienza; mentre la metodologia è stata replicata tale e quale, l'estensione del campione è aumentata grazie alla collaborazione con i Corecom del Lazio e della Campania e con le Università La Sapienza e LUMSA di Roma e Federico II di Napoli. Il presente rapporto di ricerca, che restituisce i dati del 2017, costituisce, così, uno strumento utile a contestualizzare la situazione lombarda nel quadro del territorio nazionale (o di una sua approssimazione con riferimento a tre delle maggiori Regioni italiane) e, nello stesso tempo, a registrare i principali cambiamenti in atto sul territorio regionale.

Obiettivi e metodologia della ricerca

La ricerca, in coerenza con la precedente edizione, ha dunque concentrato la sua attenzione sulle piattaforme di *social media* più frequentate e sulle pratiche comunicative più diffuse, al fine di individuare i comportamenti più rischiosi e le strategie più efficaci nella gestione della reputazione online.

La survey è stata condotta su un campione di 500 intervistati per ciascuna Regione, rappresentativo –dal punto di vista sociodemografico– della popolazione tra gli 11 e i 18 anni, utente abituale di Internet; i dati sono stati raccolti mediante interviste online (CAWI) integrate con interviste *face to face* (CAPI) grazie a un questionario volto a rilevare le pratiche d'uso dei *social media*, le modalità di costruzione del proprio profilo, le informazioni personali

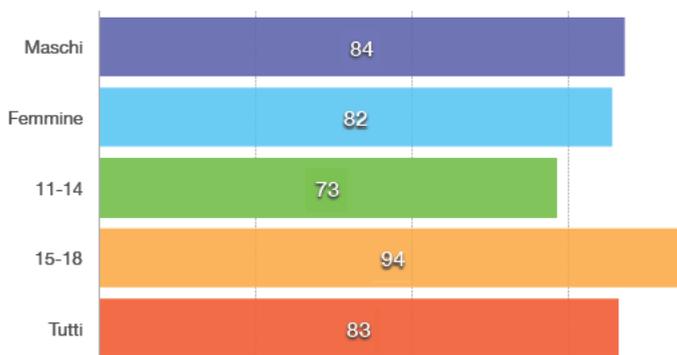
condivise, i rischi incontrati nel corso dei 12 mesi precedenti, le forme di intervento e di mediazione sociale cui si fa ricorso per far fronte alle minacce nei confronti della propria *web reputation*. La traccia del questionario e lo schema di campionamento sono riportati integralmente in appendice a questo rapporto.

Come nel caso della indagine del 2016, le variabili che si sono rilevate più significative nel contribuire a dare forma ai comportamenti online dei giovani lombardi e della qualità della loro esperienza sul web sono fondamentalmente quelle di genere e di età, cui si farà principalmente riferimento nell'esposizione dei dati. Per brevità e chiarezza, nel corso di questo report il sottocampione dei ragazzi tra gli 11 e i 14 anni sarà definito come 'preadolescenti', mentre il sottocampione compreso tra i 15 e i 18 anni sarà definito 'adolescenti'¹.

L'uso dei social media

L'uso dei *social media* è particolarmente diffuso tra i giovani lombardi che accedono a Internet; infatti, l'83% degli utenti tra gli 11 e i 18 anni ha un profilo su un sito di social network, con una percentuale maggiore fra gli adolescenti (94%, contro il 73% dei preadolescenti), e fra i maschi (84%, contro l'82% delle ragazze).

Grafico 1: Diffusione dei SNS presso i giovani lombardi



Q1 Hai un tuo profilo/account su un sito di social network (es. Facebook, Twitter, etc.) che attualmente utilizzi? E, se hai un profilo/account, ne hai uno solo o più di uno?

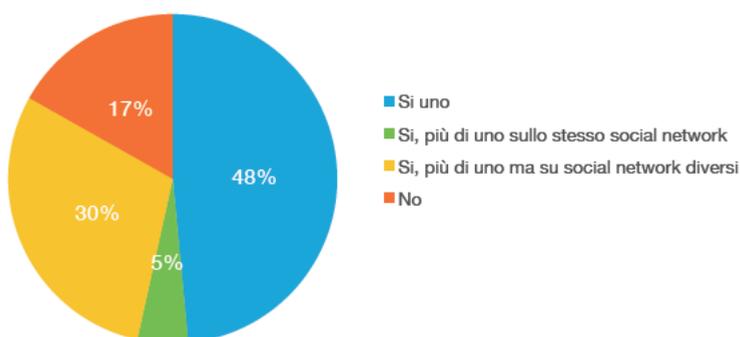
¹ Tutti i dati sono arrotondati all'unità; gli scarti decimali non vengono dunque presi in considerazione e il totale può essere diverso da 100.

² Dati del report Taking Stock with teens 2017 di Piper Jaffray

Circa la metà degli adolescenti (49%) ha un solo profilo. L'altra metà si divide tra una minoranza che ha più profili sul medesimo social network (5%) e quasi un terzo che ha più profili su diverse piattaforme (30%), a testimonianza della rilevanza di questi ambienti digitali per i giovani e della pluralità di forme che assume la loro esperienza online. La maggiore frequenza di ragazzi che moltiplicano la propria presenza su diverse piattaforme conferma l'idea che il profilo online tenda a rispecchiare l'identità personale offline, che viene replicata in ambienti digitali diversi piuttosto che nel medesimo ambiente. La presenza su molteplici social network con diversi profili è diffusa soprattutto tra le adolescenti (43%).

Contemporaneamente, la moltiplicazione della possibilità di aprire pagine personali o su temi di interesse fa sì che una percentuale dei ragazzi moltiplichi la propria presenza sul medesimo social network, senza necessariamente creare delle identità fittizie. Questa attività risulta particolarmente diffusa tra gli adolescenti maschi (8%).

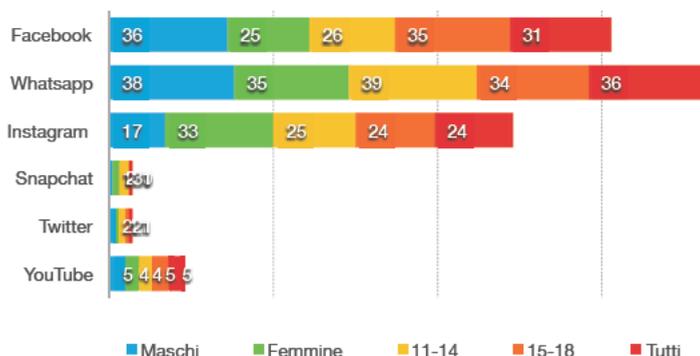
Grafico 2: Numero di profili/account su diversi SNS



Q1 Hai un tuo profilo/account su un sito di social network (es. Facebook, Twitter, etc.) che attualmente utilizzi? E, se hai un profilo/account, ne hai uno solo o più di uno?

I tre social network più diffusi sono WhatsApp (36%), Facebook (31%) e Instagram (24%), ma la loro preferenza risente di alcune variabili socio-demografiche. Se WhatsApp è comunque l'applicazione social più utilizzata in assoluto, la seconda piattaforma usata più spesso è differente per i maschi che preferiscono Facebook (36%) e le femmine che preferiscono Instagram (33% contro il 25% che indica invece Facebook). I pre-adolescenti si dividono in modo equilibrato tra Facebook (26%) e Instagram (25%), mentre gli adolescenti utilizzano prevalentemente Facebook (35%).

Grafico 3: Le piattaforme di Social Network più diffuse



Q2 Su quale social media è il profilo/account che usi più spesso?

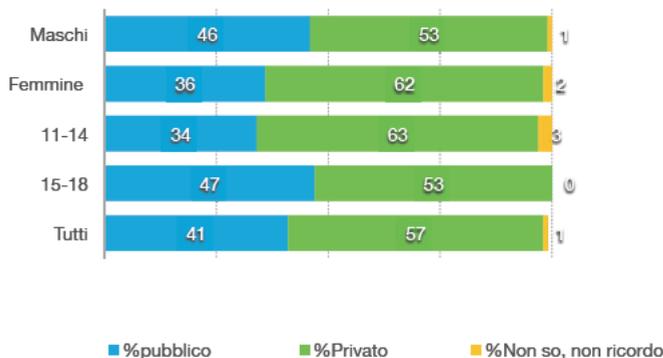
Il profilo: pubblico o privato?

Le modalità di impostazione del profilo individuale su una piattaforma di SNS costituiscono una variabile fondamentale nel qualificare l'esperienza online dell'utente, in modo particolare per quanto riguarda l'opzione tra 'pubblico' (visibile a tutti gli altri utenti) e 'privato' (visibile ai soli 'amici') e la tipologia delle informazioni personali messe a disposizione (Livingstone, Mascheroni, Murru 2011).

Nel caso dei giovani lombardi utenti di Internet, la suddivisione tra chi sceglie di impostare il proprio profilo come pubblico o privato è quasi alla pari. Poco più della metà degli intervistati ha un profilo privato (57%), mentre poco meno della metà ha un profilo pubblico (41%); pochi sono invece coloro che dimostrano scarsa consapevolezza rispetto a questo tema, al punto di non sapere o non ricordarsi come è stato impostato il profilo (1%).

Anche in questo caso età e genere costituiscono un elemento di differenziazione, dal momento che la percentuale di chi ha un profilo pubblico è maggiore fra i maschi (46%) e fra gli adolescenti (47%). Molto più attenti all'impostazione del proprio profilo come privato sono invece, i preadolescenti (63%) e le femmine (62%).

Grafico 4: Impostazione pubblica o privata del profilo



Q3 Pensando ai social network che utilizzi, il tuo profilo è impostato come...?

Le informazioni condivise sul profilo da oltre la metà degli intervistati includono: foto o video personali (75%), una foto che mostra chiaramente il proprio volto (72%), il proprio cognome (61%). Meno della metà degli intervistati condivide informazioni relative alla scuola frequentata (44%) e alla propria età esatta (44%).

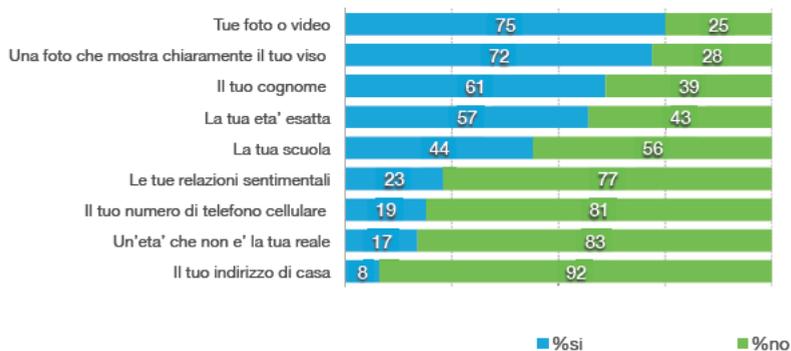
Vengono condivise informazioni che permettono la chiara identificazione dei giovani: il volto, il nome, l'età e l'istituto scolastico di riferimento.

I giovani lombardi sembrano più riservati e prudenti rispetto ad altre informazioni, come le relazioni sentimentali (solo il 23% di intervistati include questa informazione nel proprio profilo), il numero di telefono cellulare (19%), e l'indirizzo di casa (8%).

Tendenzialmente gli adolescenti mostrano una maggiore propensione alla *self-disclosure*, soprattutto per quanto riguarda la condivisione di fotografie (78%), del proprio cognome (64%) e della scuola frequentata (56%). I preadolescenti sono complessivamente più prudenti ad eccezione della condivisione del proprio numero di cellulare (23% contro la media del 19%), e dell'indirizzo di casa (9% contro la media dell'8%).

In modo analogo le ragazze tendono a condividere meno informazioni personali rispetto ai loro coetanei maschi tranne che nel caso delle immagini che le ritraggono e dei video personali (79% e 74% rispetto al 71% dei maschi in entrambi i casi).

Grafico 5: Informazioni presenti nel profilo personale



Q4 Quali delle seguenti informazioni sono incluse nel tuo profilo/account sui social media?

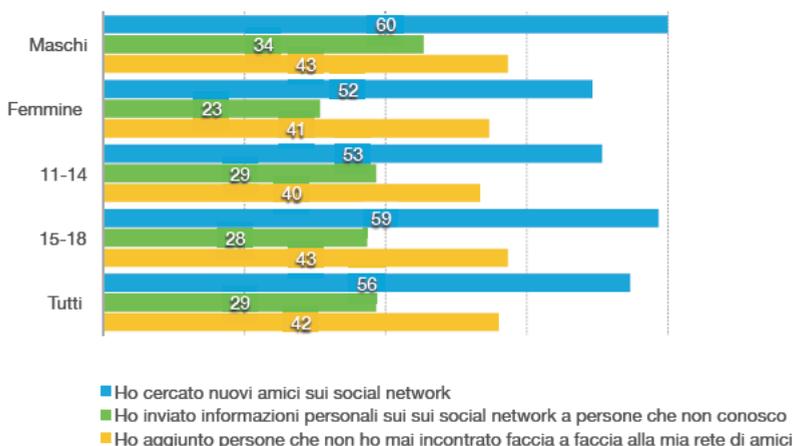
Usi relazionali dei *social media* e *risky communication*

Tra gli usi relazionali dei *social media* maggiormente testimoniati in letteratura, due sono le funzioni generali più frequenti: per mantenere e consolidare le relazioni già esistenti offline o per ampliare ed estendere la propria rete di relazioni (sia online che offline); se entrambe sono molto diffuse tra i giovani, le pratiche ispirate alla seconda funzione possono esporre più facilmente a rischi (Livingstone, Mascheroni, Murru 2011; Mascheroni, Ólafsson 2015).

È dunque interessante il grado di diffusione di tali pratiche (definibili come *risky communication*) tra i giovani lombardi; in particolare risulta che nel corso dell'ultimo anno il 56% degli intervistati ha cercato nuovi amici sui social network, poco meno della metà (42%) ha aggiunto alla propria lista di contatti persone che non avevano incontrato faccia a faccia (tipicamente non si tratta propriamente di sconosciuti ma di 'amici di amici'), mentre più di un quarto dei giovani (29%) ha inviato informazioni personali a persone che non avevano mai incontrato faccia a faccia.

I maschi e gli adolescenti sono più propensi a usare i social network per allargare la propria cerchia di amicizie, mentre le ragazze sono più riservate e più prudenti. Come risulta evidente dal grafico seguente, infatti, la *risky communication* è più diffusa tra gli adolescenti e tra i maschi rispetto alle femmine.

Grafico 6: Diffusione delle forme di risky communication



Q5 Hai fatto qualcuna delle cose riportate di seguito negli ULTIMI 12 MESI? (% di risposte tutti i giorni o almeno una volta alla settimana)

La gestione della web reputation:

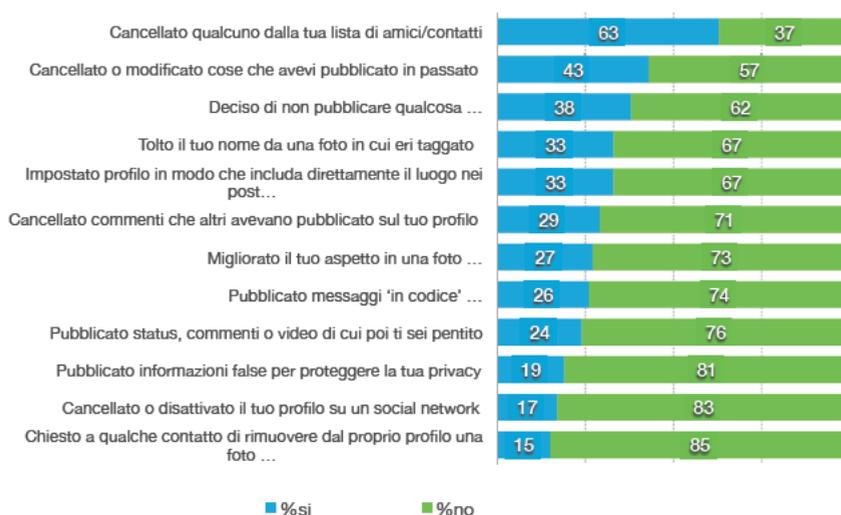
Alla costituzione della propria reputazione sul web concorrono sia informazioni direttamente messe a disposizione dall'utente, sia informazioni che lo riguardano condivise pubblicamente da altri utenti, anche a sua insaputa. La gestione di tale reputazione (definibile come *web reputation management*) implica dunque sia l'esercizio di un controllo strategico sulle informazioni che l'utente decide di condividere, sia il monitoraggio e l'intervento nei confronti delle informazioni messe a disposizione da altri utenti. La gestione della propria *web reputation* può avere, inoltre, carattere preventivo, finalizzata a produrre una buona impressione di sé (per esempio, intervenire con il fotoritocco sulle proprie immagini fotografiche, ma anche autocensurare o nascondere qualche informazione), sia carattere correttivo o reattivo (per esempio la cancellazione di commenti lasciati da altri utenti o, in modo ancora più drastico, la cancellazione di uno o più contatti).

In generale i giovani lombardi si dimostrano abbastanza attivi nella gestione 'correttiva' della propria *web reputation*: la pratica più diffusa riguarda la gestione della propria lista di contatti, con la cancellazione di amici o contatti non più desiderabili (63%); il 43% degli intervistati ha cancellato o modificato cose che aveva pubblicato in passato, il 33% ha tolto il suo nome da foto in cui era stato *taggato* da altri, e il 29% ha cancellato commenti che altri avevano pubblicato sul suo profilo.

Per quanto riguarda la gestione della reputazione attraverso l'adozione di misure preventive, vale la pena notare che il 38% degli intervistati ha deciso di

non pubblicare qualcosa per paura che potesse danneggiare la sua immagine, il 27% ha migliorato il proprio aspetto in una foto con qualche software e il 26% ha pubblicato messaggi in codice che solo alcuni amici potessero capire. Più rare altre pratiche, fino alla decisione di disattivare il profilo sul SNS.

Grafico 7: Diffusione delle pratiche di web reputation management



Q6 Hai fatto qualcuna delle cose riportate di seguito negli ULTIMI 12 MESI?

Ancora una volta, le differenze di età e di genere consentono di articolare meglio il dato; le ragazze tendono a mettere in atto un management più attento alla propria immagine rispetto ai ragazzi, sia per quanto riguarda attività di tipo reattivo quali la modifica di contenuti già pubblicati (46% vs. 39%) o la cancellazione di commenti pubblicati da altri (32% contro il 27% dei maschi), sia per quanto riguarda attività di tipo preventivo come la pubblicazione di messaggi "in codice" (29% vs 24%) o il miglioramento del proprio aspetto col fotoritocco (33% vs. 21%).

Gli adolescenti proteggono la propria reputazione in modo più reattivo arrivando anche a cancellare amici dalla propria rete sociale più dei preadolescenti (64% rispetto al 60%). I preadolescenti, invece, si dimostrano

più attenti anche a un controllo preventivo della propria reputazione migliorando le fotografie (29% rispetto al 25% degli adolescenti), ma anche pubblicando messaggi in codice (28% vs. 25%). I preadolescenti sono, contemporaneamente, quelli meno prudenti rispetto alla comunicazione della propria posizione nello spazio attraverso l'impostazione del profilo in modo che pubblici il luogo in cui ci si trova (37% vs 30%).

I rischi: bullismo, sexting, abuso dei dati personali

La tradizione di ricerca sulla qualità dell'esperienza online dei più giovani si è concentrata in modo particolare sulla dimensione del rischio; la letteratura, come è noto, evidenzia una tipologia di rischi particolarmente diffusi tra cui, in genere, predominano il cyberbullying, il sexting e l'abuso dei propri dati personali (a partire dal furto di identità).

Tra la dimensione del rischio online e la *web reputation* il legame è particolarmente significativo; da una parte, infatti, uno dei principali danni che l'utente può subire da pratiche di cyberbullying, sexting o furto di identità è esattamente un danno di immagine pubblica che può compromettere seriamente sia la sua *web reputation* che la sua reputazione personale; dall'altra, è ipotizzabile che determinate strategie di gestione della propria *web reputation* possano influire, negativamente o positivamente, sul grado di rischio cui l'utente va incontro; le strategie correttive, infine, possono facilmente essere indotte da una reazione (individuale o contestuale) al rischio percepito o sperimentato online.

In questa sezione del rapporto si restituiscono i dati relativi ai rischi maggiormente sperimentati, anche in base alle principali differenze sociodemografiche. In sintesi, il rischio più diffuso è rappresentato dal bullismo (sia offline che online), sperimentato nell'anno precedente l'intervista dal 27% degli intervistati, seguito dall'abuso dei dati personali, con percentuali variabili a seconda delle sue diverse forme (da un massimo di 20% a un minimo di 4%) e dal sexting (19%).

Il bullismo offline è ancora più diffuso di quello online, dal momento che il 62% delle vittime, pari al 17% degli intervistati indica questa modalità, ma va notato che il cyberbullying è diffuso su tutte le piattaforme di SNS, seppure con percentuali differenti: il 44% delle vittime lo ha sperimentato su Facebook, il 44% su WhatsApp e il 22% tramite chiamate e SMS sul proprio cellulare.

Il bullismo continua a essere il rischio più dannoso: i due terzi delle vittime (pari al 18% degli intervistati) si dicono turbati da quest'esperienza. Sono in particolare i preadolescenti ad essere i più turbati da questi episodi (21%) e i maschi (20%) che ne sono anche le vittime più frequenti (29%).

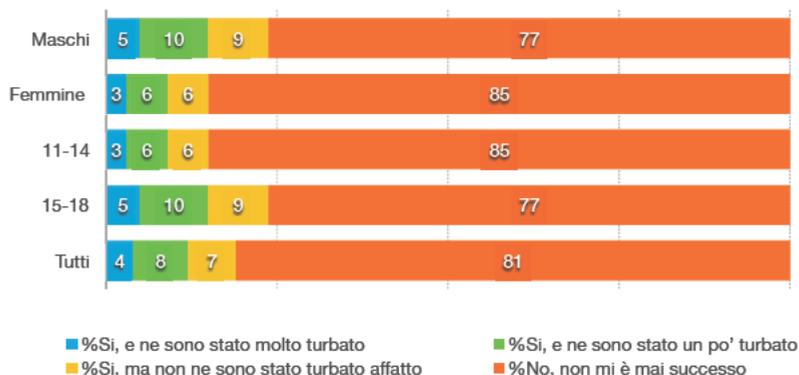
Grafico 8: Diffusione del rischio di bullismo



Q7 Bullismo: negli ULTIMI 12 MESI, qualcuno si è comportato con te in questo modo? E se è capitato, quanto ti ha turbato il fatto che sia successo?

Anche il sexting appare diffuso soprattutto tra gli adolescenti (24%) e tra i maschi (24%). Per quanto riguarda il sexting, le piattaforme più pericolose sono WhatsApp (63% delle vittime pari al 12% degli intervistati) e Facebook (rispettivamente 52% e 10%); seguono, a distanza, le altre piattaforme (Instagram, 16% e 3%) o dispositivi (cellulare 16% e 3%). Poco meno dei due terzi delle vittime di sexting (pari al 12% degli intervistati) si dichiarano 'abbastanza' o 'molto' turbati dall'esperienza

Grafico 9: Diffusione del rischio di sexting



Q9 Sexting: negli ULTIMI 12 MESI, hai ricevuto messaggi sessuali di questo tipo? Se sì, quanto ti ha turbato quello che è successo?

Tra le forme di abuso dei dati personali quella più diffusa è il *tag* indesiderato su foto rese pubbliche da altri utenti (20%) e, a scalare, la pubblicazione indesiderata di proprie immagini fotografiche (12%), l'uso di informazioni personali da parte di altri (11%), il furto di identità (6% su smartphone, 5% su SNS). Infine, una minoranza di intervistati dichiara anche di aver avuto problemi a scuola (6%) o in famiglia (4%) a causa di informazioni condivise imprudentemente con altri

Grafico 10: Diffusione delle pratiche di abuso dei dati personali



Q11 Negli ULTIMI 12 MESI, quale di queste cose ti è capitata su internet/sul tuo smartphone?

Dal punto di vista delle principali variabili sociodemografiche, gli episodi di bullismo sono più frequenti fra i maschi (29% contro il 24% delle femmine) e fra i preadolescenti (29% contro il 23% degli adolescenti); se in generale due vittime su tre si dichiarano molto o abbastanza turbate, è da segnalare che questa proporzione è anche maggiore tra i preadolescenti.

Anche gli stili d'uso della rete influiscono su questo dato, dal momento che i maschi hanno più probabilità delle femmine di essere vittime di bullismo faccia a faccia (20% vs. 14%) o su Facebook (13% vs. 10% delle vittime), mentre le femmine risultano più esposte al rischio tramite Instagram (6% vs. 3%).

Per quanto riguarda il rischio sexting, esso è più diffuso tra i maschi (24%) che tra le femmine (15%) e tra gli adolescenti (24%) che tra i preadolescenti (19%); vale però la pena notare che, tra le vittime, quelle che dichiarano di essere rimaste molto o un po' turbate sono in percentuale maggiore tra i preadolescenti e tra le femmine (quasi due su tre), mentre i maschi e gli

adolescenti sembrano essere rimasti meno turbati. Infine, le piattaforme più pericolose sono Facebook e WhatsApp (con, rispettivamente, il 53% e il 35% delle vittime).

Per quanto riguarda l'abuso dei dati personali, nella Tabella 1 è opportuno osservare anche che la variabile di genere non sembra particolarmente significativa, se non per l'indicatore relativo alla pubblicazione online di contenuti che hanno creato problemi a scuola (in questo caso la percentuale è del 7% per i maschi contro il 3% per le femmine). Più significativa, invece, è la variabile d'età, dal momento che le due forme di abuso più diffuse, peraltro entrambe connesse all'uso delle fotografie, vedono gli adolescenti più esposti dei preadolescenti (rispettivamente 30% vs. 20% per il *tagging* indesiderato e il 14% vs. 11% per la pubblicazione indesiderata di una propria foto); viceversa, l'uso negativo delle proprie informazioni personali da parte di altri utenti riguarda l'11% dei preadolescenti contro solo il 7% degli adolescenti.

Tabella 1: Abuso dei dati personali

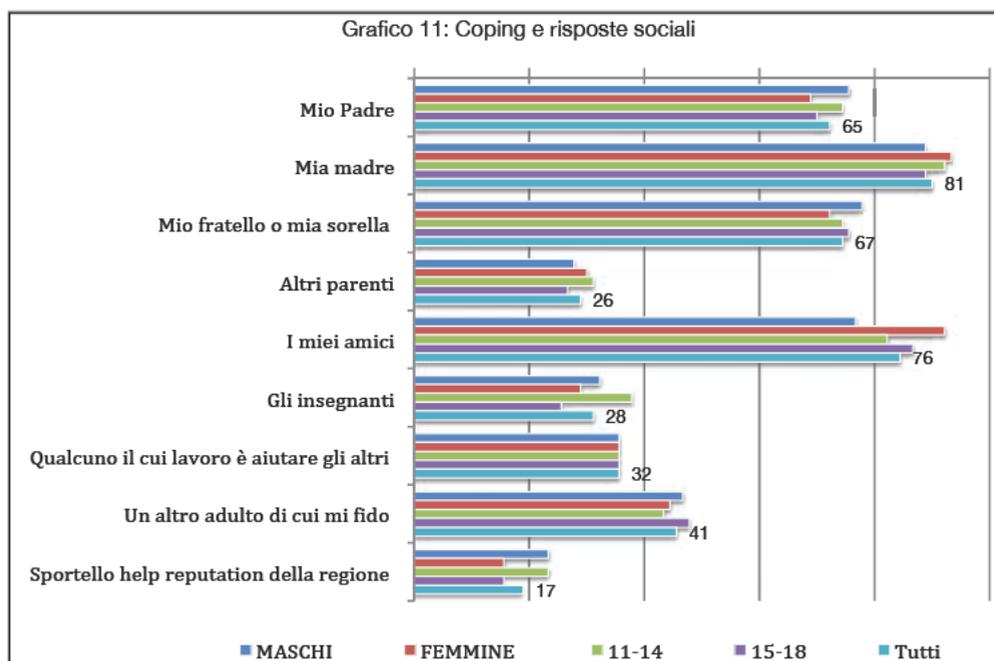
| DESCRIZIONE | TUTTI | MASCHI | FEMMINE | 11-14 | 15-18 |
|--|-------|--------|---------|-------|-------|
| Sei stato taggato in una foto in cui non volevi comparire | 20 | 23 | 17 | 16 | 24 |
| Hai trovato online una tua foto che non volevi che fosse pubblicata | 12 | 13 | 11 | 11 | 12 |
| Qualcuno ha utilizzato le tue informazioni personali in un modo che ti ha dato fastidio | 11 | 10 | 12 | 11 | 11 |
| Qualcuno ha fatto circolare sui social media delle false informazioni sul tuo conto | 6 | 7 | 5 | 6 | 7 |
| Hai pubblicato qualcosa che ti ha creato problemi a scuola | 6 | 7 | 5 | 7 | 6 |
| Qualcuno ha utilizzato la tua password/telefono per accedere alle tue informazioni o per fingersi te | 6 | 4 | 7 | 7 | 5 |
| Qualcuno ha creato un falso profilo a tuo nome fingendo di essere te | 5 | 5 | 5 | 3 | 7 |
| Hai condiviso informazioni sensibili causando problemi a te o alla tua famiglia | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 |

Q11 Negli ULTIMI 12 MESI, quale di queste cose ti è capitata su internet/sul tuo smartphone?

Il coping: le risposte sociali

Quando hanno esperienze negative su internet, i ragazzi adottano una combinazione di strategie per far fronte alla situazione problematica e ridurre lo stress emotivo e psicologico (Vandoninck et al., 2013). «Fra queste, le risposte sociali, vale a dire la richiesta di aiuto e sostegno da altri, è ritenuta una delle strategie più efficaci» (Mascheroni, Ólafsson, 2015: 44).

Se dovessero fare un'esperienza su internet che li infastidisce o li turba, i giovani lombardi si rivolgerebbero alla madre (81%), agli amici (76%), al padre (65%), a fratelli e sorelle (67%). Seguono altri adulti significativi (41%), gli insegnanti o altri adulti incaricati di aiutare i giovani (32%), altri parenti (26%) e infine lo sportello Help Web Reputation Giovani (17%).



Q12 Se dovessi fare un'esperienza su internet o quando sei online con lo smartphone che ti infastidisce o che ti turba, quanto è probabile o improbabile che ne parli con le seguenti persone? (solo «molto» e «abbastanza»)

Anche in questo caso le variabili sociodemografiche risultano poco significative, fatto salvo per una maggiore predisposizione delle femmine a rivolgersi alla

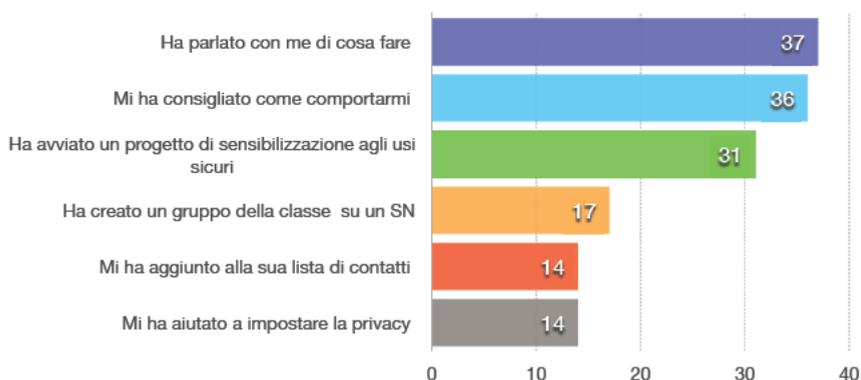
madre e dei maschi a rivolgersi al padre, pur nel medesimo ordine di preferenza. Al di fuori dei genitori i maschi sono più propensi a rivolgersi a fratelli e sorelle (70% vs 65%), mentre le femmine agli amici (83% vs 69%). I preadolescenti sono più propensi a rivolgersi agli insegnanti (34% vs 23%) mentre gli adolescenti ad altri adulti di cui si fidano (43% vs 39%). Rispetto a una realtà istituzionale come lo sportello Help Web Reputation Giovani, il valore percentuale degli adolescenti (24%) e dei maschi (24%) è decisamente superiore a quello dei preadolescenti (14%) e delle femmine (14%).

La mediazione e la prevenzione scolastica

Come è stato osservato dalla letteratura scientifica in merito, «le esperienze online dei ragazzi sono sempre situate in un contesto sociale, dove la dimensione socio-culturale, tecnologica e politico-economica si intersecano e interagiscono» (Mascheroni, Ólafsson, 2015: 51). In questa prospettiva, oltre alla famiglia e al gruppo dei pari, è la scuola a rappresentare un ambito importante di mediazione dell'esperienza online dei ragazzi. Nello stesso tempo, l'accentuata individualizzazione e privatizzazione dell'accesso a Internet in mobilità hanno reso più difficile questa mediazione.

Gli insegnanti – seppure non costituiscono il primo punto di riferimento dei giovani per quanto riguarda la loro esperienza online – hanno la possibilità di influire preventivamente o in modo correttivo sulla qualità di tale esperienza e, di conseguenza, sono investiti di responsabilità crescenti.

Grafico 12: Mediazione scolastica



Q13 Qualcuno dei tuoi insegnanti ha avuto occasione di fare una di queste cose con te?

In questo quadro è interessante rilevare che i giovani rendono conto della presenza (seppur limitata) degli insegnanti lombardi su questo fronte: un terzo degli intervistati dichiara di aver ricevuto consigli dai propri insegnanti su cosa fare nel caso in cui qualcosa li turbasse o infastidisse su internet (37%), su come comportarsi con i contatti online (36%) e segnalano lavi odi progetti di sensibilizzazione (31%) mentre più contenute sono le percentuali di chi riferisce di un lavoro – di gruppo o personalizzato – a supporto degli utenti meno consapevoli (dal 17% al 14%).

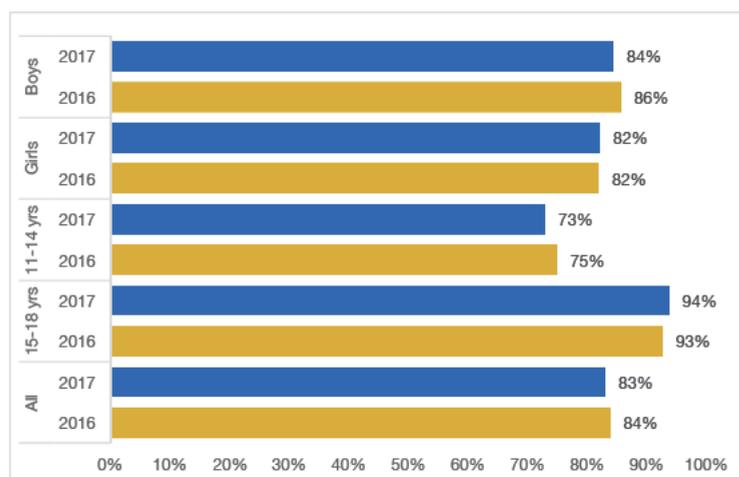
Una comparazione nel tempo: i dati del 2017 a confronto con quelli del 2016

L'edizione della ricerca del 2017, a circa 18 mesi di distanza dalla rilevazione del 2016, consente di tenere monitorati i dati essenziali che descrivono il fenomeno dell'esperienza online dei giovani lombardi che, per sua natura, tende a mutare molto velocemente.

Tale monitoraggio, pur restituendo una fotografia sostanzialmente coerente e omogenea con quella del 2016, evidenzia alcuni significativi – anche se non macroscopici – slittamenti.

La diffusione dei SNS presso i giovani lombardi resta sostanzialmente stabile e quantitativamente rilevante, con qualche differenza: diminuisce di due punti percentuali fra i ragazzi e ragazze di 11-14 anni e il numero di maschi che hanno almeno un profilo sui social network.

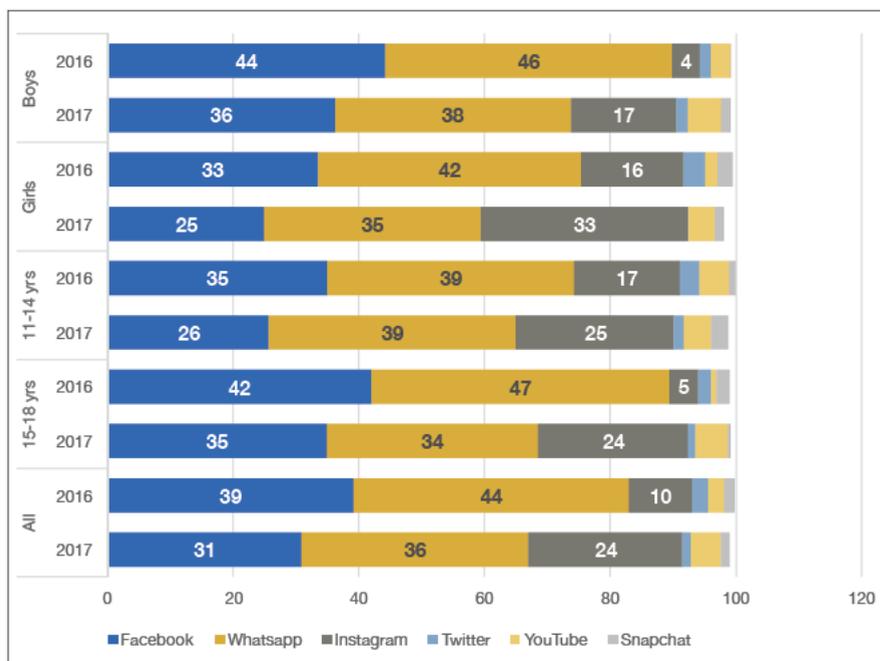
Grafico 13: Diffusione dei SNS presso i giovani lombardi (2017/2016)



Q1 Hai un tuo profilo/account su un sito di social network (es. Facebook, Twitter, etc.) che attualmente utilizzi? E, se hai un profilo/account, ne hai uno solo o più di uno?

Cambiano, invece, significativamente le preferenze degli utenti nei confronti dei singoli SNS. Se WhatsApp si conferma la piattaforma utilizzata più frequentemente (calando però dal 44% del 2016 al 36% del 2017), il dato più rilevante è il calo dell'uso di Facebook (-8%) soprattutto a vantaggio di Instagram (+14%). Il calo di Facebook è più marcato fra i più giovani, che peraltro già nel 2016 erano forti utilizzatori di Instagram. Instagram, invece, cresce soprattutto fra i 15-18enni (passando dal 5% al 24%) e fra le ragazze (dal 16% al 33%), fra cui supera di gran lunga l'uso di Facebook e raggiunge WhatsApp. Da notare anche il 3% di 11-14enni che indica Snapchat come il social network più utilizzato. Le trasformazioni del panorama dei social network in Italia sono in linea con quanto sta succedendo oltreoceano, dove le statistiche più recenti fotografano una migrazione degli adolescenti da Facebook (7%) verso altre piattaforme, in particolare Snapchat (47%) e Instagram (24%)²

Grafico 14: Le piattaforme di Social Network più diffuse (2017/2016)



Q2 Su quale social media è il profilo/account che usi più spesso?

² Dati del report Taking Stock with teens 2017 di Piper Jaffray (<http://www.piperjaffray.com/3col.aspx?id=4610>)

Dal punto di vista della gestione della privacy, si osserva un calo di 7 punti nella percentuale di ragazzi che imposta il proprio profilo sui social media come privato, calo che non riguarda, però, la fascia di età 11-14 anni. Il cambiamento nella gestione della privacy non indica necessariamente una maggiore propensione verso comportamenti rischiosi. Piuttosto, il dato va messo in relazione con la preferenza per altri social network, soprattutto Instagram, che incoraggiano l'uso di profili pubblici.

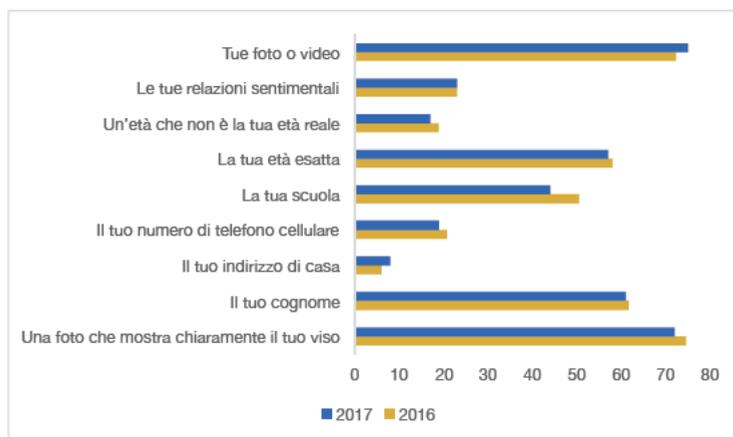
Tabella 2: Profilo pubblico o privato (2017/2016)

| | | % Pubblico | % Privato |
|------------|------|------------|-----------|
| Maschi | 2016 | 37 | 62 |
| | 2017 | 46 | 53 |
| Femmine | 2016 | 29 | 67 |
| | 2017 | 36 | 62 |
| 11-14 anni | 2016 | 37 | 62 |
| | 2017 | 34 | 63 |
| 15-18 anni | 2016 | 30 | 64 |
| | 2017 | 47 | 53 |
| Totale | 2016 | 33 | 64 |
| | 2017 | 41 | 57 |

Q3 Pensando ai social network che utilizzi, il tuo profilo è impostato come...?

Rispetto alle informazioni incluse nel proprio profilo i dati del 2017 sono tendenzialmente in linea con quelli registrati nel 2016, con alcuni scarti: cresce leggermente (+3%) la percentuale di ragazzi e ragazze che pubblicano online proprie foto e video, ma diminuisce (sempre di 3 punti percentuali) il numero di quanti scelgono una foto che li ritrae chiaramente come foto del profilo. I ragazzi sono più prudenti rispetto alla condivisione della scuola frequentata (-6%) e del numero di cellulare (-2%). Aumenta invece, anche se di poco, la percentuale di quanti hanno condiviso il proprio indirizzo di casa (+2%).

Grafico 15: Informazioni incluse nel profilo



Q4 Quali delle seguenti informazioni sono incluse nel tuo profilo/account sui social media?

Il management della propria privacy costituisce un'attività importante per i giovani lombardi, e si articola più o meno nelle medesime forme rilevate nel 2016; la variazione più significativa riguarda l'impostazione del profilo in modo che includa direttamente il luogo nei post, commenti o foto (+ 9%), ed è anch'essa probabilmente da ricondurre alla crescente importanza di Instagram e delle relative affordance; interessante è anche la pratica di migliorare il proprio aspetto prima di pubblicare una foto (+3%). Altri piccoli scarti possono suggerire una maggiore attenzione da parte dei giovani utenti a gestire l'immagine altrui (ad esempio, diminuisce di 9 punti percentuali il numero di chi si è tolto da una foto in cui era stato taggato da altri). Maggiore prudenza e maggiore efficacia dei profili sembrano comunque convivere –talvolta problematicamente– in questa situazione.

Tabella 3: Gestione della reputazione

| | % 2017 | % 2016 |
|---|-----------|-----------|
| Cancellato qualcuno dalla tua lista di amici/contatti | 63 | 61 |
| Cancellato o modificato cose che avevi pubblicato in passato | 43 | 35 |
| Deciso di non pubblicare qualcosa per paura che potesse danneggiare la tua immagine | 38 | 28 |
| Tolto il tuo nome da foto in cui eri stato taggato | 33 | 42 |
| Impostato il tuo profilo in modo che includa direttamente il luogo nei post, commenti o foto che pubblici | 33 | 21 |
| Cancellato commenti che altri avevano pubblicato sul tuo profilo | 29 | 24 |
| Migliorato il tuo aspetto in una foto con qualche software prima di pubblicarla | 27 | 24 |
| Pubblicato messaggi 'in codice' che solo alcuni dei tuoi amici potessero capire | 26 | 24 |
| Pubblicato status, commenti, foto o video di cui poi ti sei pentito | 24 | 15 |
| Chiesto a qualche contatto di rimuovere dal proprio profilo una foto in cui non volevi comparire | 19 | 27 |
| Pubblicato informazioni false per proteggere la tua privacy | 17 | 36 |
| Cancellato o disattivato il tuo profilo su un social network | 16 | 21 |

Q6 Hai fatto qualcuna delle cose riportate di seguito negli ULTIMI 12 MESI?

L'indagine ha monitorato i rischi di bullismo (offline e online), sexting e abuso dei dati personali. Tra i tre, il più diffuso resta il bullismo (27%), con uno scarto di 2 punti % rispetto al 2016. Il sexting segue con 19% e uno scarto di 4 punti %. In entrambi i casi, però, vale la pena osservare che la percentuale di chi si dichiara "turbato" è identica, a riprova della permanente nocività di questi comportamenti.

Tabella 4: Bullismo (on- e offline) e sexting

| | | Sì, e ne sono stato molto turbato | Sì, e ne sono stato un po' turbato | Sì, ma non ne sono stato turbato affatto | No, non mi è mai successo | Totale sì |
|--------------------------|------|-----------------------------------|------------------------------------|--|---------------------------|-----------|
| Bullismo (on- e offline) | 2017 | 6 | 12 | 9 | 73 | 27 |
| | 2016 | 6 | 13 | 10 | 71 | 29 |
| Sexting | 2017 | 4 | 8 | 7 | 81 | 19 |
| | 2016 | 4 | 9 | 9 | 77 | 23 |

Q7 Bullismo / Q9 Sexting : negli ULTIMI 12 MESI, qualcuno si è comportato con te in questo modo? E se è capitato, quanto ti ha turbato il fatto che sia successo?

Si segnalano alcune variazioni rispetto alle modalità in cui si manifestano bullismo e cyberbullismo (Tabella 5): in particolare, cresce il bullismo faccia a faccia (+4%), così come il cyberbullismo su Whatsapp (+5%), Instagram (+3%) e Facebook (+2%); stabile o in calo il cyberbullismo su altre piattaforme. I dati sono coerenti con la fotografia dei social media preferiti dai ragazzi (Grafico 14).

Tabella 5: Bullismo on- e offline

| | % 2017 | % 2016 |
|---|--------|--------|
| Di persona faccia a faccia | 17 | 13 |
| Con chiamate o messaggi di testo (SMS) al mio cellulare | 6 | 6 |
| Su Facebook | 12 | 10 |
| Su Whatsapp | 12 | 7 |
| Su Instagram | 5 | 2 |
| Su Snapchat | 1 | 1 |
| Su Twitter | 1 | 1 |
| Su YouTube | 1 | 1 |
| Su Ask.fm | 1 | 2 |
| In un sito web di giochi | 1 | 1 |

Q8 Bullismo: se qualcuno si è comportato con te in questo modo, dove è successo?

Per quanto riguarda l'abuso dei dati personali, l'entità del fenomeno è stabile, anche se cambia in minima parte la sua struttura: cala di 5 punti la sua forma più diffusa ("Sei stato taggato in una foto in cui non volevi comparire") ma crescono debolmente altre forme di abuso.

Tabella 6: Uso improprio di dati personali

| | % 2017 | % 2016 |
|---|--------|--------|
| Sei stato taggato in una foto in cui non volevi comparire | 20 | 25 |
| Hai trovato online una tua foto che non volevi che fosse pubblicata | 12 | 12 |
| Qualcuno ha utilizzato le tue informazioni personali in un modo che ti ha dato fastidio | 11 | 9 |
| Qualcuno ha fatto circolare sui social media delle false informazioni sul tuo conto | 6 | 6 |
| Qualcuno ha utilizzato la tua password/ha usato il tuo telefono per accedere alle tue informazioni o per prendere il tuo posto/ fingersi te | 6 | 6 |
| Hai pubblicato qualcosa che ti ha creato problemi a scuola | 6 | 5 |
| Qualcuno ha creato un falso profilo a tuo nome fingendo di essere te | 5 | 4 |
| Hai condiviso informazioni sensibili causando problemi a te o alla tua famiglia | 4 | 3 |

Q11 Negli ULTIMI 12 MESI, quale di queste cose ti è capitata su internet/sul tuo smartphone?

Dal punto di vista del coping e della prevenzione, infine, si confermano i principali punti di riferimento, soprattutto i genitori (madre in testa) e il gruppo

dei pari. Lo scarto in positivo più rilevante riguarda gli adulti “il cui lavoro è aiutare i ragazzi” (+ 5%), gli amici (+4%) e gli insegnanti (+2%), a indicare una fiducia crescente in questo tipo di figure istituzionali.

Tabella 7: *Coping* e risposte sociali

| | %2017 | %2016 |
|---|-------|-------|
| Mia madre | 82 | 83 |
| Mio padre | 65 | 65 |
| I miei amici | 76 | 72 |
| Mio fratello o mia sorella | 67 | 60 |
| Un altro adulto di cui mi fido | 41 | 39 |
| Altri parenti | 26 | 24 |
| Gli insegnanti | 28 | 26 |
| Qualcuno il cui lavoro è aiutare i ragazzi (es. educatori o animatori, assistenti sociali telefono azzurro o simili, polizia) | 31 | 26 |
| Lo sportello "Help Web Reputation Giovani" | 17 | 17 |

Q12 Se dovessi fare un'esperienza su internet o quando sei online con lo smartphone che ti infastidisce o che ti turba, quanto è probabile o improbabile che ne parli con le seguenti persone? (solo «molto» e «abbastanza»)

Proprio gli insegnanti, d'altra parte, sembrano aver introiettato la responsabilità educativa nei confronti del fenomeno, soprattutto in chiave preventiva, dal momento che i dati relativi a tutte le forme di supporto alla gestione della privacy e alla navigazione sicura fanno registrare uno scarto positivo, in alcuni casi anche molto significativo (“Ha avviato un progetto di sensibilizzazione agli usi sicuri e responsabili dei social network” + 9%; “Mi ha aiutato a impostare la privacy del mio profilo su un social network” e “Mi ha consigliato come comportarmi con le persone con cui sono in contatto sui social network” + 5%).

Tabella 8: % di insegnanti che svolgono le seguenti attività

| | %2017 | %2016 |
|--|-------|-------|
| Ha parlato con me di cosa fare se qualcosa sui social network dovesse infastidirmi | 37 | 33 |
| Mi ha consigliato come comportarmi con le persone con cui sono in contatto sui social network | 36 | 31 |
| Ha avviato un progetto di sensibilizzazione agli usi sicuri e responsabili dei social network | 31 | 22 |
| Ha creato un gruppo della classe su un social network dove si discute di usi responsabili dei social network | 17 | 13 |
| Mi ha aggiunto alla sua lista di contatti per aiutarmi in caso qualcosa o qualcuno mi infastidisca | 14 | 11 |
| Mi ha aiutato a impostare la privacy del mio profilo su un social network | 14 | 9 |

Q13 Qualcuno dei tuoi insegnanti ha avuto occasione di fare una di queste cose con te?

Una comparazione nello spazio: i dati della Lombardia a confronto con quelli di Lazio e Campania

Una delle novità che ha caratterizzato l'edizione 2017 della rilevazione sulla "Web reputation dei giovani lombardi" rispetto all'edizione precedente è stata la collaborazione tra i Corecom di Lombardia, Lazio e Campania che ha consentito di estendere la somministrazione del questionario alle rispettive Regioni; grazie al coinvolgimento di tre altre Istituzioni universitarie, La Sapienza e LUMSA di Roma e Federico II di Napoli, è stato così possibile raccogliere dati provenienti da due altri contesti regionali. Si tratta di due grandi regioni del Centro e del Meridione che, insieme alla Lombardia prefigurano una fotografia d'insieme che –seppur non tecnicamente rappresentativa dell'intero territorio nazionale—può costituire una sua ragionevole approssimazione.

Il primo elemento che emerge da questa estensione è, infatti, una sostanziale coerenza dei risultati emersi dai tre contesti regionali, che sembrano descrivere fenomeni analoghi e dinamiche comuni.

Allo stesso tempo, i dati tratteggiano in modo sistematico anche alcune differenze tra le tre Regioni; in linea molto generale, per quanto riguarda la regolarità di distribuzione dei dati è possibile osservare che Lombardia e Campania costituiscono, di norma, i due poli su cui si collocano gli estremi del range di dati rilevato, mentre il Lazio tende a collocarsi in una posizione intermedia, suggerendo così una lettura "territoriale" dei fenomeni che ricalca le differenze tra Nord, Centro e Sud del Paese.

In questa ultima sezione del rapporto si descrivono, dunque, le principali evidenze emerse in prospettiva comparativa tra Lombardia, Lazio e Campania.

Dal punto di vista dell'uso dei social media, la Campania fa rilevare la percentuale più alta (89%), seguita dal Lazio (87%) e dalla Lombardia (83%), con uno scarto più sensibile a vantaggio della Campania soprattutto per quanto riguarda la presenza su più social network o con più profili sul medesimo SNS; ma è soprattutto la variabile relativa all'età a rendere conto di questo divario, dal momento che a incidere è soprattutto il dato fatto registrare dal segmento 11-14 (81% per la Campania, 79% per il Lazio e 73% per la Lombardia). La tabella seguente descrive quali sono i social media più utilizzati.

Tabella 9: Le piattaforme di Social Network più diffuse

| | Facebook | WhatsApp | Instagram | YouTube | Altro |
|-----------|----------|----------|-----------|---------|-------|
| Lombardia | 31% | 36% | 24% | 5% | 9% |
| Lazio | 37% | 38% | 19% | 4% | 2% |
| Campania | 41% | 38% | 14% | 4% | 3% |
| Totale | 37% | 37% | 19% | 4% | 3% |

Q2 Su quale social media è il profilo/account che usi più spesso?

Come si può notare, le piattaforme più utilizzate a livello crossregionale sono WhatsApp e Facebook, seguite da Instagram e YouTube, ma mentre WhatsApp fa segnare percentuali pressoché identiche nelle tre Regioni, Facebook è appare molto diffuso in Campania (41%), meno in Lazio (37%) e ancor meno in Lombardia (31%); per contro, Instagram fa segnare una differenza di 10 punti percentuali a vantaggio della Lombardia rispetto alla Campania e di 5 punti percentuali rispetto al Lazio. Nel quadro della tendenza globale da parte delle fasce più giovani ad abbandonare Facebook a favore di Instagram (segnalata nel paragrafo precedente), il dato lombardo può probabilmente essere interpretato come indicatore più avanzato di una dinamica che, probabilmente, nei prossimi mesi interesserà anche Lazio e Campania.

Per quanto riguarda le impostazioni di privacy, i giovani di tutte e tre le Regioni privilegiano profili privati; ha, invece, un profilo pubblico il 41% dei giovani lombardi, contro il 34% dei coetanei laziali e il 46% dei campani; ma una lettura corretta del dato dovrà tenere conto della maggiore diffusione di Instagram in Lombardia; il design della piattaforma e, soprattutto, le sue affordance tendono, infatti, a favorire profili pubblici che, come si è visto precedentemente, per quanto riguarda la Lombardia sono aumentati nel giro di pochi mesi di 8 punti percentuali.

La gestione della privacy dei giovani utenti passa attraverso le informazioni personali condivise nei profili di SNS; da questo punto di vista, la comparazione tra le tre Regioni consente di cogliere sia una tendenza generale e condivisa, sia un sua differente declinazione regionale. Il dato lombardo, già illustrato precedentemente, è dunque coerente con quello delle altre regioni nell'individuare tra gli elementi più comuni sui profili SNS la "foto che mostra chiaramente" il viso dell'utente, foto e video dell'utente stesso e il suo cognome (per tutte le regioni, valori superiori al 60% dei rispondenti). A scalare, poi, seguono l'età esatta, la scuola, le relazioni sentimentali, un'età diversa da quella reale, il numero di cellulare e -infine- l'indirizzo di casa. Questa figura rende conto sia di una diffusa tendenza a condividere elementi visivi che rimandano alla riconoscibilità sociale dell'utente nel suo contesto quotidiano, sia una certa prudenza nel limitare le informazioni più private (relazioni sentimentali) o in grado di consentire contatti personali offline (cellulare e indirizzo).

In questa prospettiva generale, alcune differenze regionali appaiono significative: conseguenza del maggior rispetto del limite dei 13 anni compiuti per aprire un profilo SNS -già rilevato dal punto di vista dell'uso dei SNS- è la maggiore percentuale di giovani lombardi che dichiarano la loro vera età (57%) rispetto ai coetanei laziali (53%) e campani (51%); questa dinamica è ancora più evidente se si limita l'analisi ai minori di 14 anni che fanno segnare percentuali più basse (in generale), ma ancora più differenziate a livello territoriale: 53% per la Lombardia, 45% per il Lazio e 39% per la Campania. Al di là del dato relativo all'età, i ragazzi campani sembrano in generale più predisposti a condividere informazioni personali di quanto non siano i ragazzi di Lazio e Lombardia, che mostrano comportamenti più riservati; tra gli scarti

più significativi ci sono i 13 punti percentuali per quanto riguarda la condivisione del proprio cognome (74% per la Campania, 61% per la Lombardia), i 12 punti a proposito delle relazioni sentimentali (35% vs. 23%), gli 11 punti per quanto riguarda le informazioni sulla propria scuola (55% vs. 44%).

In generale, anche i comportamenti di *risky communication* sembrano più diffusi in Campania che non in Lazio e Lombardia, come dimostra la tabella seguente (solo % di sì):

Tabella 10: Diffusione delle forme di *risky communication*

| | Ho cercato nuovi amici sui social network | Ho aggiunto persone che non ho mai incontrato faccia a faccia alla mia lista di amici o ai miei contatti sui social network | Ho inviato informazioni personali sui social network a qualcuno che non ho mai incontrato di persona |
|-----------|---|---|--|
| Lombardia | 56% | 42% | 29% |
| Lazio | 57% | 44% | 29% |
| Campania | 66% | 51% | 35% |
| Totale | 60% | 46% | 31% |

Q5 Hai fatto qualcuna delle cose riportate di seguito negli ULTIMI 12 MESI? (% di risposte tutti i giorni o almeno una volta alla settimana)

Per quanto riguarda la gestione della propria *web reputation*, rilevata in base alla maggiore o minore diffusione di alcune pratiche di correzione (a posteriori) o di protezione della privacy (a priori), varrà la pena sottolineare come la chiusura del profilo costituisce in tutti i contesti territoriali *l'ultima ratio*, mentre le pratiche più diffuse sono a carattere riparativo (cancellare un contatto o un contenuto pubblicato in passato). Anche il dato relativo alla gestione della *web reputation* riflette, in generale, una maggiore attività da parte dei giovani campani, mentre quelli di Lombardia e Lazio presentano di norma valori più bassi. Unica eccezione l'impostazione del profilo in modo da includere direttamente il luogo nei post, commenti o foto, che probabilmente riflette una maggiore diffusione di Instagram e delle relative affordance presso i giovani Lombardi.

Tabella 11: Diffusione delle pratiche di *web reputation management*

| | Lombardia | Lazio | Campania | Totale |
|---|-----------|-------|----------|--------|
| Cancellato qualcuno dalla tua lista di amici/contatti | 63% | 62% | 66% | 64% |
| Cancellato o modificato cose che avevi pubblicato in passato | 43% | 42% | 43% | 43% |
| Deciso di non pubblicare qualcosa per paura che potesse danneggiare la tua immagine | 38% | 39% | 40% | 39% |
| Tolto il tuo nome da foto in cui eri stato taggato | 33% | 32% | 36% | 34% |
| Cancellato commenti che altri avevano pubblicato sul tuo profilo | 29% | 30% | 37% | 32% |
| Impostato il tuo profilo in modo che includa direttamente il luogo nei post, commenti o foto che pubblici | 33% | 27% | 32% | 31% |
| Migliorato il tuo aspetto in una foto con qualche software prima di pubblicarla | 27% | 28% | 32% | 29% |
| Pubblicato status, commenti, foto o video di cui poi ti sei pentito | 24% | 29% | 30% | 28% |
| Pubblicato messaggi 'in codice' che solo alcuni dei tuoi amici potessero capire | 26% | 26% | 28% | 27% |
| Chiesto a qualche contatto di rimuovere dal proprio profilo una foto in cui non volevi comparire | 19% | 23% | 27% | 23% |
| Pubblicato informazioni false (un falso nome, un'età non corretta ecc.) per proteggere la tua privacy | 17% | 22% | 25% | 21% |
| Cancellato o disattivato il tuo profilo su un social network | 16% | 17% | 21% | 18% |

Q6 Hai fatto qualcuna delle cose riportate di seguito negli ULTIMI 12 MESI?

D'altra parte, è bene ricordare che questa maggiore o minore attività può essere interpretata in modo ambivalente; maggiore attività a livello preventivo può, infatti, essere indicatore di una maggiore attenzione e cura delle proprie performance da parte degli utenti, mentre maggiore attività a livello correttivo può essere letta come sintomo di un *ambiente* digitale più problematico e anomico, tale da richiedere più prudenza nelle interazioni sociali. Specularmente, minore attività può essere segno di un *ambiente* digitale più regolato oppure, al contrario, di una assuefazione a stili di relazione più conflittuali. Qualche indicazione per rendere meno ambiguo questo dato può provenire dalla seguente analisi dei rischi.

Passando, dunque, all'analisi dei rischi sperimentati dagli intervistati, i dati restituiscono una situazione comune alle tre Regioni: il rischio più diffuso è il bullismo, offline e online (29%), seguito dalla forma più comune di abuso dei dati personali (26%, relativo all'esperienza di essere taggato in una foto senza consenso) e dal sexting (21%). Qualche differenza emerge, invece, rispetto alla diffusione di ciascun rischio nelle tre Regioni. Come risulta dalla seguente

tabella, la Regione che sembra caratterizzata da un contesto più rischioso è la Campania, seguita dal Lazio e dalla Lombardia.

Tabella 12: Diffusione dei principali rischi

| | Bullismo | Abuso dati personali | Sexting |
|-----------|----------|----------------------|---------|
| Lombardia | 27% | 20% | 19% |
| Lazio | 28% | 27% | 20% |
| Campania | 33% | 29% | 23% |
| Totale | 29% | 26% | 21% |

Q7 Bullismo / Q9 Sexting: negli ULTIMI 12 MESI, qualcuno si è comportato con te in questo modo? E se è capitato, quanto ti ha turbato il fatto che sia successo? Q11 Negli ULTIMI 12 MESI, quale di queste cose ti è capitata su internet/sul tuo smartphone?

Più in dettaglio, mentre per quanto riguarda la Lombardia e la Campania la forma più diffusa di bullismo è quella offline (faccia a faccia), per il Lazio è più frequente su Facebook. La maggiore diffusione di Instagram in Lombardia, inoltre, si riflette anche in una maggiore diffusione di pratiche di bullismo su questa piattaforma rispetto alle altre Regioni. Il sexting trova maggiore diffusione nelle principali piattaforme, Facebook (Lazio e Campania) e Whatsapp (Lombardia).

Tabella 13: Diffusione del rischio bullismo

| | Lombardia | Lazio | Campania | Totale |
|----------------------------------|-----------|-------|----------|--------|
| Di persona faccia a faccia | 17% | 15% | 19% | 17% |
| Su Facebook | 12% | 17% | 17% | 15% |
| Su Whatsapp | 12% | 11% | 16% | 13% |
| Con chiamate o SMS sul cellulare | 6% | 4% | 6% | 5% |
| Su Instagram | 5% | 2% | 2% | 3% |

Q7 Bullismo: negli ULTIMI 12 MESI, qualcuno si è comportato con te in questo modo? E se è capitato, quanto ti ha turbato il fatto che sia successo?

Per quanto riguarda il rischio Sexting, invece, dalla comparazione crossregionale non sembrano emergere particolari evidenze:

Tabella 14: Diffusione del rischio sexting

| | Lombardia | Lazio | Campania | Totale |
|----------------------------------|-----------|-------|----------|--------|
| Su Facebook | 10% | 14% | 16% | 13% |
| Su Whatsapp | 12% | 12% | 14% | 12% |
| Di persona faccia a faccia | 4% | 2% | 3% | 3% |
| Con chiamate o SMS sul cellulare | 3% | 3% | 3% | 3% |
| Su Instagram | 3% | 2% | 3% | 3% |

Q9 Sexting: negli ULTIMI 12 MESI, hai ricevuto messaggi sessuali di questo tipo Se sì, quanto ti ha turbato quello che è successo?

Infine, per quanto riguarda il coping e le forme di mediazione, gli adolescenti delle tre Regioni si comportano in modo molto simile, privilegiando il rapporto con la madre, gli amici, il padre, i fratelli e le sorelle rispetto agli altri adulti; vale però la pena osservare che il valore medio, che può essere assunto come indicatore di fiducia nei confronti della propria rete sociale, è –seppur di poco– superiore alla medio nel Lazio e inferiore alla media in Campania. La presenza di uno Sportello pubblico, pur essendo l'opzione meno probabile, sembra una risorsa apprezzata da quasi un terzo del campione, indipendentemente dal fatto che esso sia già stato attivato suo territorio.

Tabella 15: Coping e risposte sociali

| | Lombardia | Lazio | Campania | Totale |
|--|-----------|--------|----------|--------|
| Mia madre | 82% | 84% | 78% | 81% |
| Miei amici | 76% | 77% | 71% | 75% |
| Mio padre | 65% | 72% | 65% | 68% |
| Mio fratello o sorella | 67% | 60% | 61% | 63% |
| Un altro adulto di cui mi fido | 41% | 42% | 40% | 41% |
| Qualcuno il cui lavoro è aiutare i ragazzi | 32% | 29% | 31% | 31% |
| Gli insegnanti | 28% | 32% | 29% | 29% |
| Altri parenti | 26% | 30% | 27% | 28% |
| Lo Sportello Help Web reputation giovani | 17% | 17% | 20% | 18% |
| Valore medio | 48,22% | 49,22% | 46,89% | 48,22% |

Q12 Se dovessi fare un'esperienza su internet o quando sei online con lo smartphone che ti infastidisce o che ti turba, quanto è probabile o improbabile che ne parli con le seguenti persone? (solo «molto» e «abbastanza»)

Vale, invece, certamente la pena segnalare la buona performance dei insegnanti lombardi, la cui attività a prevenzione dei rischi online fa registrare per tutte le voci rilevate percentuali superiori alla media; in particolare, l'attività di progettazione di percorsi di sensibilizzazione agli usi sicuri della rete è

caratterizzata da uno scarto di 8 o 9 punti percentuali rispetto alle altre Regioni.

Tabella 16: Mediazione scolastica

| | Lombardia | Lazio | Campania | Totale |
|--|-----------|-------|----------|--------|
| Ha parlato con me di cosa fare se qualcosa sui social network dovesse infastidirmi | 37% | 32% | 33% | 34% |
| Mi ha consigliato come comportarmi con le persone con cui sono in contatto sui social network | 36% | 30% | 32% | 33% |
| Ha avviato un progetto di sensibilizzazione agli usi sicuri e responsabili dei social network | 31% | 22% | 23% | 25% |
| Ha creato un gruppo della classe su un social network dove si discute di usi responsabili dei social network | 17% | 19% | 22% | 19% |
| Mi ha aggiunto alla sua lista di contatti per aiutarmi in caso qualcosa o qualcuno mi infastidisca | 14% | 14% | 15% | 14% |
| Mi ha aiutato a impostare la privacy del mio profilo su un social network | 14% | 13% | 13% | 13% |

Q13 Qualcuno dei tuoi insegnanti ha avuto occasione di fare una di queste cose con te?

Conclusioni

L'edizione 2017 della ricerca sulla *Web Reputation* restituisce una immagine coerente con quella rilevata nel 2016, contribuendo così a confermare la rilevanza dei fenomeni osservati: in sintesi, per la stragrande maggioranza dei giovani lombardi che usano Internet, la presenza su uno o più siti di social network costituisce la norma, secondo un modello ampiamente diffuso di continuità e integrazione fra dimensioni offline e online. La medesima fotografia risulta, inoltre, dall'estensione del campione al Lazio e alla Campania.

La necessaria e volontaria *self disclosure* implicata nelle pratiche di *social networking* non significa, però, inconsapevolezza dei rischi potenzialmente insiti nei *social media*; in generale gli intervistati dimostrano una discreta capacità di gestire la propria privacy su tali piattaforme.

Ciononostante, alcune categorie di utenti sono caratterizzate da una maggiore esposizione al rischio. In generale, i maschi risultano più esposti rispetto alle femmine; dal punto di vista dell'età, inoltre, bisogna probabilmente distinguere tra comportamenti imprudenti o ingenui, connessi alla mancanza di competenze digitali, propri dei preadolescenti – più interessati a espandere la propria rete di relazioni amicali che a tutelare la propria privacy – e comportamenti potenzialmente rischiosi, talvolta espressione di una tendenza ad accettare – quando non a cercare – il rischio, propri degli adolescenti.

Una delle principali evidenze emerse dal confronto diacronico con i dati del 2016, inoltre, è la rapida crescita della piattaforma Instagram, particolarmente evidente nell'uso dei giovani lombardi anche rispetto ai coetanei delle altre Regioni; assistiamo qui alla punta più avanzata di una tendenza globale, che probabilmente riguarderà nei prossimi mesi anche il resto del territorio nazionale. La centralità di WhatsApp (con le sue affordance particolarmente orientate alla condivisione interpersonale o a piccoli gruppi) e la sostituzione di Facebook con Instagram (le cui affordance spingono a privilegiare profili pubblici) costituiscono due elementi importanti nel modificare velocemente l'ambiente digitale in cui si relazionano i più giovani, aumentando, entro certi limiti, l'esposizione ai classici rischi della rete: bullismo, sexting e abuso dei dati personali.

Una maggiore esposizione al rischio non implica sempre e necessariamente una maggiore probabilità di danno; anzi, proprio un comportamento più prudente (tipico, per esempio, delle femmine e – sotto alcuni aspetti – dei preadolescenti) si accompagna spesso con una maggiore probabilità di danno. La ricerca conferma così che se maschi e adolescenti sono i soggetti più esposti al rischio, le femmine e i preadolescenti costituiscono i soggetti più vulnerabili, perché il danno che patiscono tende a essere maggiore.

A fronte di questa situazione, i giovani lombardi non rinunciano certo all'uso dei *social media* ma tendono, piuttosto, ad adottare strategie di gestione della propria reputazione al fine di minimizzarne i rischi o di ridurne i danni, sia in funzione correttiva, sia in funzione preventiva. Il management della propria *web reputation* conosce varie forme, ma quelle più diffuse sembrano essere quelle a carattere 'reattivo' – come la cancellazione di contatti o di contenuti indesiderati o non più ritenuti adeguati – piuttosto che 'preventivo'.

Gli adulti significativi (genitori e insegnanti), insieme al gruppo dei pari, costituiscono utili risorse di mediazione sociale, anche se i dati sembrano indicare con maggiore probabilità un loro intervento a posteriori, a sostegno delle strategie di *coping* dei giovani, piuttosto che una capacità di prevenzione. Bisogna osservare che la tendenza a rivolgersi a figure istituzionali appare ancora ridotta rispetto al ruolo di supporto della famiglia, che costituisce nella grande maggioranza dei casi il punto di riferimento principale per quanto riguarda l'esperienza online.

Ciononostante, il ruolo degli insegnanti, che si dimostrano mediamente in grado di intercettare le situazioni più problematiche e rischiose e di rispondere a tali situazioni con diverse forme di supporto, sembra decisivo per accompagnare i più giovani all'acquisizione di maggiore consapevolezza dei rischi e di migliore gestione dei propri profili online. Proprio il dato relativo alla mediazione realizzata dagli insegnanti lombardi (nel paragone crossregionale come pure nel confronto diacronico) evidenzia una grande capacità di iniziativa che costituisce un presidio essenziale e che richiede ulteriori sforzi di valorizzazione.

Riferimenti bibliografici

Dürager, A., Livingstone, S. (2012) *How can parents support children's internet safety?* EU Kids Online, London, UK, online all'url <http://eprints.lse.ac.uk/id/eprint/42872>.

Livingstone, S., Mascheroni, G., Murru, M.F. (2011) *Social networking among European children: new findings on privacy, identity and connection*, Hermès, 59, pp. 89-98, online all'url <http://eprints.lse.ac.uk/59302/>.

Mascheroni, G., Ólafsson, K. (2015). *Net Children Go Mobile: Il report italiano*, Milano, OssCom, Università Cattolica.

Vandoninck, S., d'Haenens, L., Roe, K. (2013) *Online risks: Coping strategies of less resilient children and teenagers across Europe*, Journal of Children and Media, 7(1), pp. 60-78.

Appendice: campionamento e questionario

Struttura del campione

| Definizione campione | Lombardia | Campania | Lazio |
|----------------------|---|--|---|
| Costruzione quote | Quote definite in base ai dati Istat più aggiornati (2016) in relazione alla regione Lombardia in riferimento a: - Distribuzione provinciale ragazzi 11-18 anni - Età del minore - sesso del minore - Condizione lavorativa del capofamiglia - Livello istruzione del capofamiglia | Quote definite in base ai dati Istat più aggiornati (2016) in relazione alla regione Campania in riferimento a: - Distribuzione provinciale ragazzi 11-18 anni - Età del minore - sesso del minore - Condizione lavorativa del capofamiglia - Livello istruzione del capofamiglia | Quote definite in base ai dati Istat più aggiornati (2016) in relazione alla regione Lazio in riferimento a: - Distribuzione provinciale ragazzi 11-18 anni - Età del minore - sesso del minore - Condizione lavorativa del capofamiglia - Livello istruzione del capofamiglia |
| Sampling frame: | 450 casi online 52 casi F2F in home | 450 casi online 53 casi F2F in home | 450 casi online 52 casi F2F in home |

Campione Lombardia

| Età bambino | Popolazione 1/1/2017 | % | Quota Totale |
|---------------|----------------------|-------------|--------------|
| 11-14 anni | 378175 | 50% | 252 |
| 15-18 anni | 371930 | 50% | 248 |
| TOTALE | 750105 | 100% | 500 |

| Sesso bambino | Popolazione 1/1/2017 | % | Quota |
|---------------|----------------------|-------------|------------|
| Maschio | 387421 | 52% | 258 |
| Femmina | 362684 | 48% | 242 |
| TOTALE | 750105 | 100% | 500 |

| Provincia bambino | Popolazione 1/1/2017 | % | Quota |
|-------------------|----------------------|-----|-------|
| Varese | 65708 | 9% | 44 |
| Como | 44834 | 6% | 30 |
| Sondrio | 13738 | 2% | 8 |
| Milano | 233519 | 31% | 156 |
| Bergamo | 90865 | 12% | 61 |
| Brescia | 99976 | 13% | 67 |
| Pavia | 36896 | 5% | 25 |

| | | | |
|-----------------------|---------------|-------------|------------|
| Cremona | 25645 | 3% | 17 |
| Mantova | 29647 | 4% | 20 |
| Lecco | 26035 | 3% | 17 |
| Lodi | 17079 | 2% | 11 |
| Monza e della Brianza | 66163 | 9% | 44 |
| TOTALE | 750105 | 100% | 500 |

| Titolo di studio capofamiglia | Popolazione 25-64 Lombardia | Riclassificazione | Popolazione 25-64 Lombardia |
|---|-----------------------------|-------------------|-----------------------------|
| licenza di scuola elementare, nessun titolo di studio | 259,83 | | |
| licenza di scuola media | 1773,457 | Low | 2033,287 |
| diploma 2-3 anni (qualifica professionale) | 589,959 | | |
| diploma 4-5 anni (maturità) | 1792,955 | Medium | 2382,914 |
| laurea e post-laurea | 1057,727 | High | 1057,727 |
| TOTALE | 5473,928 | | 5473,928 |

| Condizione lavorativa | 15-64 anni Lombardia (in migliaia) | Riclassificazione | Popolazione 15-64 Lombardia |
|-----------------------|------------------------------------|-------------------|-----------------------------|
| Occupati | 4207,202 | Lavora | 4207,202 |
| Disoccupati | 363,904 | Non | |
| Inattivi | 1823,308 | lavora | 2187,212 |
| TOTALE | 6394,414 | | 6394,414 |

Struttura del questionario

La web reputation degli adolescenti

Buongiorno/ buona sera. Vorremmo chiedere il suo aiuto per un'importante indagine il cui scopo è la sicurezza dei ragazzi mentre utilizzano internet.

Ipsos e l'Università Cattolica stanno conducendo un'indagine sui giovani tra gli 11 e i 18 anni residenti in Lombardia al fine di comprendere come aiutare i ragazzi. L'indagine pone delle domande riguardo alle esperienze online dei giovani – dove e quando si connettono, cosa fanno in rete e inoltre gli eventuali contenuti dannosi o inappropriati che potrebbero aver incontrato (ad esempio contenuti che normalmente sarebbero solo per adulti).

S1. Lei vive nella provincia di:

1. Varese
2. Como
3. Sondrio
4. Milano
5. Bergamo
6. Brescia
7. Pavia
8. Cremona
9. Mantova
10. Lecco
11. Lodi
12. Monza e della Brianza

S2. Potrebbe dirmi qual è il titolo di studio conseguito dal capo famiglia?

| | |
|---|---|
| Elementari non completate | 1 |
| Elementari completate (fino a 10 anni) | 2 |
| Completato il primo ciclo di scuola secondaria (medie/ fino a 14 anni) | 3 |
| Completato il secondo ciclo di scuola secondaria (medie superiori/ fino a 16 o a 18 anni) | 4 |
| Istruzione e formazione professionale post-qualifica (dopo i 18 anni) | 5 |
| Completato il primo ciclo di corso universitario (laurea breve) | 6 |
| Completato l'università/corsi post-universitari | 7 |
| Non sa - Rifiuta | 8 |

S3. Qual è l'attuale occupazione del capofamiglia?

| | |
|--|---|
| INATTIVO | |
| Casalinga, responsabile della conduzione della casa e della spesa. | 1 |
| Studiante | 2 |
| Disoccupato/ temporaneamente non lavora | 3 |
| Pensionato/inabile al lavoro | 4 |
| AUTONOMI | |
| Attività agricola | 5 |

| | |
|---|----|
| Attività di pesca | 6 |
| Libero professionista (avvocato, medico, commercialista, architetto, ecc.) | 7 |
| Commerciante, artigiano, o altro tipo di attività autonoma | 8 |
| Imprenditore, titolare (unico o socio) d'azienda | 9 |
| DIPENDENTI | |
| Professionista dipendente (avvocato, medico, commercialista, architetto, ecc.) | 10 |
| Manager ad alto livello (direttore generale, amministratore delegato, direttore commerciale, finanziario, ecc.) | 11 |
| Manager medio livello (direttore di divisione, insegnante, tecnico specializzato) | 12 |
| Dipendente, impiegato di concetto | 13 |
| Impiegato, con attività che richiedono spostamenti (conducente, venditore, ecc.) | 14 |
| Impiegato nel settore dei servizi (addetto ai servizi ospedalieri, di ristorazione, rappresentante delle forze dell'ordine, vigili del fuoco, ecc.) | 15 |
| Supervisore | 16 |
| Operaio specializzato | 17 |
| Operaio non specializzato, domestico | 18 |
| MAI FATTO LAVORO RETRIBUITO | 19 |
| (Non risponde - Rifiuta) | 20 |

S4. Quanti anni ha suo figlio/a? (Dagli 11 ai 18)

|_|_|

S5. Suo figlio/a è...

1. Maschio
2. Femmina

S6. Che scuola frequenta suo figlio?

1. Scuola media inferiore
2. Liceo
3. Istituto tecnico
4. Scuola professionale
5. Non va più a scuola

Ora vorremmo chiederle di far compilare la parte restante del questionario a suo figlio/a di [ETA'] anni.

Ora ti faremo alcune domande sull'utilizzo di diversi tipi di tecnologia e sull'utilizzo di internet, a casa o anche in altri posti, ad esempio a scuola o a casa di amici.

Q1. Hai un tuo profilo/account su un sito di social network (es. Facebook, Twitter, etc.) che attualmente utilizzi? E, se hai un profilo/account, ne hai uno solo o più di uno?

| | |
|---|--------------------------|
| Sì, uno | <input type="checkbox"/> |
| Sì, più di uno sullo stesso social network | <input type="checkbox"/> |
| Sì, più di uno ma su social network diversi | <input type="checkbox"/> |
| No | <input type="checkbox"/> |

SE Q1=1,2,3 CHIEDERE Q1A

CHIEDERE Q2 PER I SNS INDICATI A Q1A

Q2. Su quale social network è il profilo/account che usi più spesso?

| | |
|---------------------------|--------------------------|
| Facebook | <input type="checkbox"/> |
| Whatsapp | <input type="checkbox"/> |
| Instagram | <input type="checkbox"/> |
| Snapchat | <input type="checkbox"/> |
| Twitter | <input type="checkbox"/> |
| YouTube | <input type="checkbox"/> |
| Ask.fm | <input type="checkbox"/> |
| Tumblr | <input type="checkbox"/> |
| Altro (specificare) | <input type="checkbox"/> |

SE Q1=1,2,3 CHIEDERE Q3, Q4, Q5, Q6

Q3. Pensando ai social network che utilizzi, il tuo profilo è impostato come...?

| | |
|---|--------------------------|
| Pubblico, così tutti mi possono vedere | <input type="checkbox"/> |
| Privato, così che ti possano vedere solo i tuoi amici | <input type="checkbox"/> |
| Non so/non ricordo | <input type="checkbox"/> |

Q4. Quali delle seguenti informazioni sono incluse nel tuo profilo/account sui social network?

Si No Non so Preferisco non

| | rispondere | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| A. Una foto che mostra chiaramente il tuo viso | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| B. Il tuo cognome | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| C. Il tuo indirizzo di casa | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| D. Il tuo numero di telefono cellulare | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| E. La tua scuola | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| F. La tua età esatta | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| G. Un'età che non è la tua età reale | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| H. Le tue relazioni sentimentali | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| I. Tue foto o video | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Q5. Hai fatto qualcuna delle cose riportate di seguito negli ULTIMI 12 MESI? Se sì, quanto spesso?

PER FAVORE, METTI UNA SPUNTA SU UNA CASELLA PER OGNI RIGA

| | Tutti i giorni o quasi | Almeno una volta alla settimana | Mai o quasi mai | Non so/preferisco non rispondere |
|--|--------------------------|---------------------------------|--------------------------|----------------------------------|
| Ho cercato nuovi amici sui social network | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ho inviato informazioni personali sui social network (ad es. il mio nome completo, indirizzo e numero di telefono) a qualcuno che non ho mai incontrato di persona | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ho aggiunto persone che non ho mai incontrato faccia a faccia alla mia lista di amici o ai miei contatti sui social network | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Q6. Hai fatto qualcuna delle cose riportate di seguito negli ULTIMI 12 MESI?

| | Sì | No | Non so | Preferisco non rispondere |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------------|
| Cancellato qualcuno dalla tua lista di amici/contatti | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Tolto il tuo nome da foto in cui eri stato taggato | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cancellato commenti che altri avevano pubblicato sul tuo profilo | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cancellato o modificato cose che avevi pubblicato in passato | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| | | | | |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Publicato status, commenti, foto o video di cui poi ti sei pentito | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Impostato il tuo profilo in modo che includa direttamente il luogo nei post, commenti o foto che pubblici | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Publicato informazioni false (un falso nome, un'età non corretta ecc.) per proteggere la tua privacy | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Migliorato il tuo aspetto in una foto con qualche software prima di pubblicarla | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cancellato o disattivato il tuo profilo su un social network | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Deciso di non pubblicare qualcosa per paura che potesse danneggiare la tua immagine | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Publicato messaggi 'in codice' che solo alcuni dei tuoi amici potessero capire | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Chiesto a qualche contatto di rimuovere dal proprio profilo una foto in cui non volevi comparire | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

A TUTTI

PER FAVORE, LEGGI: A volte capita che i ragazzi dicano o compiano ripetutamente azioni offensive o cattive verso altre persone. Questo comprende anche:

- Prendere in giro ripetutamente qualcuno, in un modo che non gli/le piace
- Picchiare, prendere a calci o costringere qualcuno a fare qualcosa
- Escludere volutamente qualcuno da qualcosa
- Quando le persone si comportano in modo offensivo o cattivo nei confronti di qualcun altro, può avvenire:
- Di persona faccia a faccia (persona con una persona che si trova insieme a te nello stesso luogo e nello stesso momento)
- Attraverso i telefoni cellulari (con messaggi, chiamate, video clip)
- Su internet (email, messaggi istantanei, social network, chat) su qualsiasi dispositivo usi per andare online

Q7. Negli ULTIMI 12 MESI, qualcuno si è comportato con te in questo modo? E se è capitato, quanto ti ha turbato il fatto che sia successo?

PER FAVORE BARRA UNA SOLA CASELLA

| | |
|--|--------------------------|
| Sì, e ne sono stato molto turbato | <input type="checkbox"/> |
| Sì, e ne sono stato un po' turbato | <input type="checkbox"/> |
| Sì, ma non ne sono stato turbato affatto | <input type="checkbox"/> |
| No, non mi è mai successo | <input type="checkbox"/> |
| Non so | <input type="checkbox"/> |
| Preferisco non rispondere | <input type="checkbox"/> |

Q7.1. Negli ULTIMI 12 MESI, qualcuno si è comportato in questo modo con un tuo amico o compagno?

PER FAVORE BARRA UNA SOLA CASELLA

| | |
|-------------------------------------|--------------------------|
| Sì, e questo episodio mi ha turbato | <input type="checkbox"/> |
|-------------------------------------|--------------------------|

- Sì, ma questo episodio non mi ha turbato
- No, non conosco nessuno cui è capitato qualcosa di simile
- Preferisco non rispondere

Q8. Se qualcuno si è comportato con te in questo modo, dove è successo?

BARRA TUTTE LE CASELLE NECESSARIE

- Di persona faccia a faccia (una persona che è con te nello stesso luogo)
- Con chiamate o messaggi di testo (SMS) al mio cellulare
- Su Facebook
- Su Whatsapp
- Su Instagram
- Su Snapchat
- Su Twitter
- Su YouTube
- Su Ask.fm
- Su Tumblr
- Su un altro social network (specificare).....
- In un sito web di giochi
- Altro (specificare).....
- Non mi è mai successo
- Non so
- Preferisco non rispondere

PER FAVORE LEGGI: Le persone fanno molte cose diverse su internet. A volte accade che inviino delle immagini o messaggi sessuali. Con questo intendiamo parlare di fare sesso o immagini di persone nude o che fanno sesso. Di seguito trovi delle domande su queste cose. Prendi in considerazione TUTTE LE MODALITÀ con cui puoi usare internet e il tuo telefono cellulare/smartphone

Q9. Negli ULTIMI 12 MESI, hai ricevuto messaggi sessuali di questo tipo (potrebbero essere parole, immagini o video)? Se sì, quanto ti ha turbato quello che è successo?

PER FAVORE BARRA UNA SOLA CASELLA

- Sì, e ne sono stato molto turbato
- Sì, e ne sono stato un po' turbato
- Sì, ma non ne sono stato turbato affatto
- No, non mi è mai successo

| | |
|---------------------------|--------------------------|
| Non so | <input type="checkbox"/> |
| Preferisco non rispondere | <input type="checkbox"/> |

Q9.1. Negli ULTIMI 12 MESI, qualcuno dei tuoi amici o compagni ha ricevuto messaggi sessuali di questo tipo (potrebbero essere parole, immagini o video)?

PER FAVORE BARRA UNA SOLA CASELLA

| | |
|---|--------------------------|
| Sì, e questo episodio mi ha turbato | <input type="checkbox"/> |
| Sì, ma questo episodio non mi ha turbato | <input type="checkbox"/> |
| No, non conosco nessuno cui è capitato qualcosa di simile | <input type="checkbox"/> |
| Preferisco non rispondere | <input type="checkbox"/> |

Q10. E se hai ricevuto messaggi di questo genere, come è successo?

BARRA TUTTE LE CASELLE NECESSARIE

| | |
|--|--------------------------|
| Di persona faccia a faccia (una persona che è con te nello stesso luogo) | <input type="checkbox"/> |
| Con chiamate o messaggi di testo (SMS) al mio cellulare | <input type="checkbox"/> |
| Su Facebook | <input type="checkbox"/> |
| Su Whatsapp | <input type="checkbox"/> |
| Su Instagram | <input type="checkbox"/> |
| Su Snapchat | <input type="checkbox"/> |
| Su Twitter | <input type="checkbox"/> |
| Su YouTube | <input type="checkbox"/> |
| Su Ask.fm | <input type="checkbox"/> |
| Su Tumblr | <input type="checkbox"/> |
| Su un altro social network (specificare)..... | <input type="checkbox"/> |
| In un sito web di giochi | <input type="checkbox"/> |
| Altro (specificare)..... | <input type="checkbox"/> |
| Non mi è mai successo | <input type="checkbox"/> |
| Non so | <input type="checkbox"/> |
| Preferisco non rispondere | <input type="checkbox"/> |

Q11. Negli ULTIMI 12 MESI, quale di queste cose ti è capitata su internet/sul tuo smartphone?

| | Si | No | Non so | Preferisco non rispondere |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------------|
| Qualcuno ha utilizzato le tue informazioni personali in un modo che ti ha dato fastidio | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Qualcuno ha utilizzato la tua password/ha usato il tuo telefono per accedere alle tue informazioni o per prendere il tuo posto/ fingersi te | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| | | | | |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Sei stato taggato in una foto in cui non volevi comparire | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Hai trovato online una tua foto che non volevi che fosse pubblicata | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Qualcuno ha creato un falso profilo a tuo nome fingendo di essere te | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Hai condiviso informazioni sensibili causando problemi a te o alla tua famiglia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Hai pubblicato qualcosa che ti ha creato problemi a scuola | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Qualcuno ha fatto circolare sui social media delle false informazioni sul tuo conto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Q12. Se dovessi fare un'esperienza su internet o quando sei online con lo smartphone che ti infastidisce o che ti turba, quanto è probabile o improbabile che ne parli con le seguenti persone?

| | Molto probabile | Abbastanza probabile | Poco probabile | Molto improbabile | Non applicabile |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Mio padre | <input type="checkbox"/> |
| Mia madre | <input type="checkbox"/> |
| Mio fratello o mia sorella | <input type="checkbox"/> |
| Altri parenti | <input type="checkbox"/> |
| I miei amici | <input type="checkbox"/> |
| Gli insegnanti | <input type="checkbox"/> |
| Qualcuno il cui lavoro è aiutare i ragazzi (es. educatori o animatori, assistenti sociali telefono azzurro o simili, polizia) | <input type="checkbox"/> |
| Un altro adulto di cui mi fido | <input type="checkbox"/> |
| Lo sportello Corecom | <input type="checkbox"/> |

Q13. Qualcuno dei tuoi insegnanti ha avuto occasione di fare una di queste cose con te?

| | Sì | No | Non so |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Mi ha aiutato a impostare la privacy del mio profilo su un social network | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Mi ha consigliato come comportarmi con le persone con cui sono in contatto sui social network | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ha parlato con me di cosa fare se qualcosa sui social network dovesse infastidirmi | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Mi ha aggiunto alla sua lista di contatti per aiutarmi in caso qualcosa o qualcuno mi infastidisca | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Ha creato un gruppo della classe su un social network dove si discute di usi responsabili dei social network

Ha avviato un progetto di sensibilizzazione agli usi sicuri e responsabili dei social network

Grazie per il tuo tempo e la tua attenzione!

La web reputation dei giovani lombardi
Primi elementi di una analisi diacronica (2016/2017) dei dati principali.

L'edizione della ricerca del 2017, a circa 18 mesi di distanza dalla rilevazione del 2016, consente di tenere monitorati i dati essenziali che descrivono il fenomeno dell'esperienza online dei giovani lombardi che, per sua natura, tende a mutare molto velocemente.

Tale monitoraggio, pur restituendo una fotografia sostanzialmente coerente e omogenea con quella del 2016, evidenzia alcuni significativi –anche se non macroscopici– slittamenti¹.

1. La Diffusione dei SNS presso i giovani lombardi

La diffusione dei SNS presso i giovani lombardi resta sostanzialmente stabile e quantitativamente rilevante, ma cambiano le preferenze degli utenti nei confronti dei singoli SNS. Se WhatsApp si conferma la piattaforma utilizzata più frequentemente, il dato più rilevante, in linea con quanto avviene anche a livello internazionale, è il calo dell'uso di Facebook (-8%) soprattutto a vantaggio di Instagram (+14%).

Q1: Hai un tuo profilo/account su un sito di social network? %

| | 2017 | 2016 |
|---|-------|-------|
| 1 Sì, uno | 49 | 51 |
| 2 Sì, più di uno sullo stesso social network | 5 | 3 |
| 3 Sì, più di uno ma su social network diversi | 30 | 30 |
| 4 No | 17 | 16 |
| Totale | 100,0 | 100,0 |

Q2: Su quale social media è il profilo/account che usi più spesso? %

| | Facebook | Whatsapp | Instagram | Twitter | YouTube | Snapchat | Tumblr |
|------|----------|----------|-----------|---------|---------|----------|--------|
| 2017 | 31 | 36 | 24 | 1 | 5 | 1 | 0 |
| 2016 | 39 | 44 | 10 | 3 | 3 | 2 | 0 |

2. Gestione della privacy presso i giovani lombardi

Dal punto di vista della gestione della privacy, i soggetti intervistati appaiono lievemente più consapevoli circa la natura pubblica o privata del proprio status; seppure questo risulti in misura maggiore privato (57%), bisogna rilevare che il dato è in calo rispetto al 2016 (64%). Tale calo è però probabilmente da mettere in relazione con crescente diffusione di Instagram che non prevede la privacy del profilo.

¹ tutti i dati sono arrotondati all'unità; gli scarti decimali non vengono dunque presi in considerazione e il totale può essere diverso da 100.

Q3: Pensando ai social network che utilizzi, il tuo profilo è impostato come...?%

| | % Pubblico | % Privato | % Non so, non ricordo | % tot |
|------|------------|-----------|-----------------------|-------|
| 2017 | 41 | 57 | 1 | 100 |
| 2016 | 33 | 64 | 3 | 100 |

Il management della propria privacy costituisce un'attività importante per i giovani lombardi, e si articola più o meno nelle medesime forme rilevate nel 2016; la variazione più significativa riguarda l'impostazione del profilo in modo che includa direttamente il luogo nei post, commenti o foto (+9%), ed è anch'essa probabilmente da ricondurre alla crescente importanza di Instagram e delle relative affordance; interessante è anche la pratica di migliorare il proprio aspetto prima di pubblicare una foto (+3%). altri piccoli scarti possono suggerire sia una maggiore attenzione da parte dei giovani utenti a gestire l'immagine altrui, sia una minore cura da parte degli interessati a chiederne la tutela. Maggiore prudenza e maggiore efficacia dei profili sembrano comunque convivere –talvolta problematicamente– in questa situazione.

Q6: Hai fatto qualcuna delle cose riportate di seguito negli ULTIMI 12 MESI?

| | 2017 | 2016 |
|---|------|------|
| Cancellato qualcuno dalla tua lista di amici/contatti | 63% | 61% |
| Cancellato o modificato cose che avevi pubblicato in passato | 43% | 42% |
| Deciso di non pubblicare qualcosa per paura che potesse danneggiare la tua immagine | 38% | 36% |
| Tolto il tuo nome da foto in cui eri stato taggato | 33% | 35% |
| Cancellato commenti che altri avevano pubblicato sul tuo profilo | 29% | 28% |
| Pubblicato messaggi 'in codice' che solo alcuni dei tuoi amici potessero capire | 26% | 27% |
| Impostato il tuo profilo in modo che includa direttamente il luogo nei post, commenti o foto che pubblici | 33% | 24% |
| Migliorato il tuo aspetto in una foto con qualche software prima di pubblicarla | 27% | 24% |
| Pubblicato status, commenti, foto o video di cui poi ti sei pentito | 24% | 24% |
| Pubblicato informazioni false per proteggere la tua privacy | 17% | 21% |
| Chiesto a qualche contatto di rimuovere dal proprio profilo una foto in cui non volevi comparire | 19% | 21% |
| Cancellato o disattivato il tuo profilo su un social network | 15% | 15% |

3. I rischi sperimentati dai giovani lombardi

L'indagine ha monitorato i rischi di bullismo (offline e online) sexting e abuso dei dati personali. Tra i tre, il più diffuso resta il bullismo (27%), con un calo di 2 punti % rispetto al 2016. Il sexting segue con 19% e un calo di 4 punti %. In entrambi i casi, però, vale la pena osservare che la percentuale di chi si dichiara "turbato" è identica, a riprova della permanente nocività di questi comportamenti.

Q7 Negli ULTIMI 12 MESI, qualcuno si è comportato con te in questo modo (Bullismo)? E se è capitato, quanto ti ha turbato il fatto che sia successo? %

| | Si, e ne sono stato molto turbato | Si, e ne sono stato un po' turbato | Si, ma non ne sono stato turbato affatto | No, non mi è mai successo | Totale bullismo |
|------|-----------------------------------|------------------------------------|--|---------------------------|-----------------|
| 2017 | 6 | 12 | 9 | 73 | 27 |
| 2016 | 6 | 13 | 10 | 71 | 29 |

Q9 Negli ULTIMI 12 MESI, hai ricevuto messaggi sessuali di questo tipo (Sexting)? Se sì, quanto ti ha turbato quello che è successo? %

| | Si, e ne sono stato molto turbato | Si, e ne sono stato un po' turbato | Si, ma non ne sono stato turbato affatto | No, non mi è mai successo | Totale sexting |
|------|-----------------------------------|------------------------------------|--|---------------------------|----------------|
| 2017 | 4 | 8 | 7 | 81 | 19% |
| 2016 | 4 | 9 | 9 | 77 | 23% |

Per quanto riguarda l'abuso dei dati personali, l'entità del fenomeno è stabile, anche se cambia in minima parte la sua struttura: cala di 5 punti la sua forma più diffusa ("Sei stato taggato in una foto in cui non volevi comparire") ma crescono debolmente altre forme di abuso.

Q11 Negli ULTIMI 12 MESI, quale di queste cose ti è capitata su internet/sul tuo smartphone (Abuso dati personali)?

| | 2017 | 2016 |
|---|------|------|
| Sei stato taggato in una foto in cui non volevi comparire | 20 | 25 |
| Hai trovato online una tua foto che non volevi che fosse pubblicata | 12 | 12 |
| Qualcuno ha utilizzato le tue informazioni personali in un modo che ti ha dato fastidio | 11 | 9 |
| Qualcuno ha fatto circolare sui social media delle false informazioni sul tuo conto | 6 | 6 |
| Qualcuno ha utilizzato la tua password/ha usato il tuo telefono per accedere alle tue informazioni o per prendere il tuo posto/ fingersi te | 6 | 6 |
| Qualcuno ha creato un falso profilo a tuo nome fingendo di essere te | 5 | 4 |
| Hai pubblicato qualcosa che ti ha creato problemi a scuola | 6 | 5 |
| Hai condiviso informazioni sensibili causando problemi a te o alla tua famiglia | 4 | 3 |

4. Coping e prevenzione

Dal punto di vista del coping e della prevenzione, infine, si confermano i principali punti di riferimento, soprattutto i genitori (madre in testa) e il gruppo dei pari; lo scarto in positivo più

rilevante riguarda gli adulti “il cui lavoro è aiutare i ragazzi” (+ 5%) e gli insegnanti (+2%), a indicare una fiducia crescente in questo tipo di figure istituzionali.

Q12 Se dovessi fare un'esperienza su internet o quando sei online con lo smartphone che ti infastidisce o che ti turba, quanto è probabile o improbabile che ne parli con le seguenti persone?

| | 2017 | | Tot |
|---|-----------------|----------------------|-----|
| | Molto probabile | Abbastanza probabile | |
| Mia madre | 52 | 30 | 82 |
| Mio padre | 35 | 30 | 65 |
| I miei amici | 33 | 43 | 76 |
| Mio fratello o mia sorella | 36 | 31 | 67 |
| Un altro adulto di cui mi fido | 10 | 31 | 41 |
| Altri parenti | 8 | 18 | 26 |
| Gli insegnanti | 7 | 21 | 28 |
| Qualcuno il cui lavoro è aiutare i ragazzi (es. educatori o animatori, assistenti sociali telefono azzurro o simili, polizia) | 8 | 23 | 31 |
| Lo sportello "Help Web Reputation Giovani" | 4 | 13 | 17 |

| | 2016 | | Tot |
|---|-----------------|----------------------|-----|
| | Molto probabile | Abbastanza probabile | |
| Mia madre | 48 | 35 | 83 |
| Mio padre | 34 | 31 | 65 |
| I miei amici | 32 | 40 | 72 |
| Mio fratello o mia sorella | 32 | 28 | 60 |
| Un altro adulto di cui mi fido | 11 | 28 | 39 |
| Altri parenti | 8 | 16 | 24 |
| Gli insegnanti | 8 | 18 | 26 |
| Qualcuno il cui lavoro è aiutare i ragazzi (es. educatori o animatori, assistenti sociali telefono azzurro o simili, polizia) | 7 | 19 | 26 |
| Lo sportello "Help Web Reputation Giovani" | 6 | 11 | 17 |

Proprio gli insegnanti, d'altra parte, sembrano aver introiettato la responsabilità educativa nei confronti del fenomeno, soprattutto in chiave preventiva, dal momento che i dati relativi a tutte le forme di supporto alla gestione della privacy e alla navigazione sicura fanno registrare uno scarto positivo, in alcuni casi anche molto significativo (“Ha avviato un progetto di sensibilizzazione agli usi sicuri e responsabili dei social network” + 9%; “Mi ha aiutato a impostare la privacy del mio profilo su un social network” e “Mi ha consigliato come comportarmi con le persone con cui sono in contatto sui social network” + 5%).

Q13 Qualcuno dei tuoi insegnanti ha avuto occasione di fare una di queste cose con te?

| | 2017 | 2016 |
|--|------|------|
| Ha parlato con me di cosa fare se qualcosa sui social network dovesse infastidirmi | 37 | 33 |
| Mi ha consigliato come comportarmi con le persone con cui sono in contatto sui social network | 36 | 31 |
| Ha avviato un progetto di sensibilizzazione agli usi sicuri e responsabili dei social network | 31 | 22 |
| Ha creato un gruppo della classe su un social network dove si discute di usi responsabili dei social network | 17 | 13 |
| Mi ha aggiunto alla sua lista di contatti per aiutarmi in caso qualcosa o qualcuno mi infastidisca | 14 | 11 |
| Mi ha aiutato a impostare la privacy del mio profilo su un social network | 14 | 9 |



Web reputation e comportamenti online degli adolescenti in Italia



Oss-Com: Centro di Ricerca sui Media e la Comunicazione Università Cattolica del Sacro Cuore

Coordinamento scientifico: P ermarco Aro d

Gruppo di ricerca: G ovanna Mascheron , N co etta V ttad n

Università degli studi di Napoli Federico II

D part mento d Sc enze soc a

Coordinamento scientifico: Le o Savonardo

Gruppo di ricerca: Rosanna Mar no, Barbara Sarac no

Università degli Studi la Sapienza di Roma

D part mento d Comun caz one e R cerca soc a e

Coordinamento scientifico: S mone Mu arg a

Gruppo di ricerca: Ida Corton , M hae a Gavr a, Pao a Panarese, Cam a Rum

Università Lumsa di Roma

D part mento d Sc enze Umane- Comun caz one, Formaz one e Ps co og a

Coordinamento scientifico: Donate a Pace

Gruppo di ricerca: Francesca Ierac tano

Indice

| | |
|---|---------------|
| Introduzione: le ragioni della ricerca | Pag. 3 |
| Uno sguardo allo scenario internazionale | » 3 |
| La metodologia della ricerca web reputation e comportamenti online degli adolescenti in Italia | » 5 |
| I risultati della ricerca | » 5 |
| Il confronto cross regionale | » 8 |
| Le implicazioni della ricerca | » 11 |

Web reputation e comportamenti online degli adolescenti in Italia

Executive summary

Introduzione: le ragioni della ricerca

Nei primi mesi del 2016 una ricerca realizzata da OssCom – Centro di ricerca su media e comunicazione di 'Un'Università Cattolica – per Corecom Lombardia ha fotografato l'esperienza che i giovani lombardi realizzano quotidianamente online, concentrando l'attenzione sulle piattaforme di social media più frequentate e sulle pratiche comunicative più diffuse, anche al fine di individuare comportamenti più rischiosi e strategie più efficaci nella gestione della reputazione online.

A circa dodici mesi di distanza, su iniziativa di Corecom di Lombardia, Lazio e Campania, e Un'Università Federico di Napoli, La Sapienza e LUMSA di Roma e 'Un'Università Cattolica di Milano hanno realizzato una ricerca congiunta nelle tre regioni, con l'intento di estendere la base di dati, aggiornare le conoscenze in merito a questo fenomeno e confrontarsi sugli elementi di forza e di criticità rilevabili in prospettiva cross regionale.

Uno sguardo allo scenario internazionale

L'analisi dei comportamenti online dei giovani e in particolare dei comportamenti a rischio non può prescindere da uno sguardo di tipo comparativo su un andamento che tra i praticanti hanno a volte internazionalizzato, nazionale e regionale.

Secondo alcune ricerche svolte in Europa (Mascheron, Cuman, 2014), l'accesso alla rete è alta e che i ragazzi navigano in internet prima ancora di possedere un telefono cellulare; mentre l'età entro la quale si ottiene il primo smartphone è compresa tra i 8 e i 12 anni. All'interno di questo scenario, l'Italia è un paese in Europa in cui l'età media di accesso ad internet rimane più alta, mentre la Danimarca è un paese con l'età media più bassa.

Nonostante dal 2010 al 2013-14 l'attività di social networking, condizionate dal trattamento svolto attraverso i dispositivi digitali, si siano cresciute (Eukids online, 2011; Mascheron, Cuman, 2014).

Più difficile è, invece, avere una chiara fotografia dei fenomeni assunti dai rischi che si corrono in rete ed in particolare dei cyberbullismo.

Cyberbullying Research Center negli Stati Uniti sostiene che la percentuale di giovani interessati dal fenomeno oscilla tra il 10% e il 40%. Se il fenomeno viene riconosciuto ad azione online, le percentuali sono più alte, a seconda della categoria, attestando attorno al 20% in un campione di giovani di età compresa tra i 11 e i 18 anni. Il Rapporto *EU Kids Online* del 2011 ha evidenziato che il 6% dei giovani tra i 9 e i 16 anni in Europa è stato bullizzato online. Mentre, nel 2014, il Report *Net Children Go Mobile* ha evidenziato che il 12% di 3.500 ragazzi di età compresa tra i 9 e i 16 anni è stato vittima di bullismo¹.

Mascheron, Cuman, (2014), 'Net Children Go Mobile: A Report', Educa-Maio, a.y.

Natura mente, a pesare su a d vers tà de r su tat è età de camp one d g ovan pres n esame, a def n z one p ù o meno estens va d cyberbu smo adottata, e rea tà geograf che prese n esame con re at vo grado d sv uppo tecno og co, d dg ta teracy e e cond z on soc o econom che de soggett esam nat e de e oro fam g e Guardando a a s tuaz one Europea, g stud su tema² ev denz ano un *pattern* argamente d ffuso n d vers paes n base a qua e p ù ragazz guadagnano accesso ad nternet n tenera età, p ù tempo che oro trascorrono on ne tende ad aumentare³

A o stesso tempo, a percentua e d r sch e per co conness a uso d nternet s nna za ne paes n cu s reg stra un ve o e evato d frequentaz one de a rete C ò accade n paes de Europa de Nord Est (Eston a e L tuan a) segu t da Norveg a e Svez a, mentre a percentua e d r sch esper ta r su ta a p ù bassa n asso uton Turch a, Portoga o, Grec a ed ta a

Sebbene ta a, su 25 paes esam nat, present p ù basso ve o d comportament probemat c conness a uso d nternet, come ad esemp o trascorrere troppo tempo on ne a punto d non mang are o non dorm re, ' nc denza d un eccess vo uso de a rete s r percuote ne caso de ragazz e de e ragazz e ta ane su prob em emot v, p ù che comportamenta

Guardando p ù spec f catamente a fenomeno de bu smo n rete, ve p ù bass spettano a ta a affiancata da Po toga o, mentre p ù a t ad Eston a e Roman a, segu t da Dan marca e Svez a (Eu K ds, 2011)

Le prat che d bu smo hanno una forte componente d genere: e ragazz e hanno p ù probab tà (26%) de ragazz (20%) d esserne v tt me e d r manerne turbate A o stesso modo ne passagg o da a pre ado escenza a ado escenza (13 14 an) è p ù probab e che s d vent v tt me d bu smo (26%) (Mascheron , Cuman, 2014)

L ve bass s reg strano anche n r fer mento a fenomeno de *sexting*: ne a metà de paes europe pres n esame da rapporto EU K ds on ne, r sch o d r cevere messagg a sfondo sessua e è sotto a med a ed ve o r su ta u ter ormente basso n ta a Ne paes n cu una percentua e p ù a ta d ragazz /e ha d ch arato d avere r cevuto messagg a sfondo sessua e, se o una p cco a parte d ess ha anche affermato d esserne r masta turbata C ò ev denza un attegg amento d res enza verso espos z one a quest contenut

Comp ess vamente, dat hanno fatto emergere che ad un magg ore uso d nternet corr sponde un magg ore tasso d r sch o Ne a comparaz one europea, ' ta a s nser sce n un pattern d basso uso/basso r sch o ns eme a Austr a, a Be go, a a Franc a, a German a, a Grec a e a 'Ungher a

² EU K ds O e (20 4), 'EU K ds O e f d gs, me ods, ecomme da o s', LSE ub s g p oge o EU K ds O e co do o da a Lo do Sc oo of Eco omcs a d o ca Sce ce (LSE) e f a za o da 'Eu opea Comm ss o 's Safe e e og amme è s a o co do o 25 paes a cu Aus a, Be go, Bu ga a, C p o, Repubb ca Ceca, Da ma ca, Es o a, a da, a ca, Ge ma a, G eca, U g e a, a da, a a, L ua a, aes Bass, No veg a, o o a, o oga o, Roma a, S ove a, Spag a, Svez a, Tu c a e Reg o U o

³ Lobe, B , L v gs o e, S , Ó afso , K , Vodeb, H (20) *Cross- national comparison of risks and safety on the internet: initial analysis from the EU Kids Online survey of European children*. EU K ds O e, De ve abe d6 EU K ds O e Ne wo k, Lo do , UK

Uno degli aspetti più rilevanti emersi da indagini europee è che paesi in cui ragazzi sono più propensi a parlare con qualcuno dei loro coetanei che hanno incontrato online non sono quelli in cui è stata registrata la più alta percentuale di esperienze per cose in rete⁴. Ciò trova conferma nei dati relativi alla Francia, dove il numero di danni riportati è basso, ma la probabilità che ragazzi non conosciuti è più alta rispetto agli altri paesi.

La metodologia della ricerca

Web reputation e comportamenti online degli adolescenti in Italia

Nei quadri di un più ampio approccio metodologico, che ha visto lo sviluppo di una parte anche qualitativa interamente in Campania e in Lazio, la ricerca congiunta ha adottato la medesima metodologia utilizzata nel 2016 da OssCom, intervistando un campione rappresentativo, dal punto di vista sociodemografico, della popolazione campana, italiana e ombarda tra gli 11 e 18 anni, utenti abituali di Internet. La survey è stata condotta mediante questionari online integrati con interviste *face to face* su una base di una traccia volta a rilevare le pratiche d'uso dei social media, e modalità di costruzione dei profili, e informazioni personali condotte, riscontrate nel corso dei 12 mesi precedenti, e forme di intervento e di mediazione sociale da farsi per far fronte a eventuali confronti della propria *web reputation*, e in attesa di prevenzione messe in atto da scuola.

I risultati della ricerca

1. L'uso dei social media

L'uso dei social media si conferma centrale nell'esperienza online dei più giovani, ed è particolarmente diffuso tra i preadolescenti (11-14 anni) che tra gli adolescenti (15-18 anni) che accedono a Internet.

- Infatti, l'86,5% degli utenti tra gli 11 e 18 anni ha almeno un profilo su un sito di social network (SNS), con una percentuale maggiore fra gli adolescenti (95,5%, contro il 77,5% dei preadolescenti), e fra i maschi (87,3%, contro l'85,7% delle ragazze). La maggior parte degli utenti (49,4%) ha un solo profilo, ma quasi un terzo di essi (31,3%) ha più profili su diverse piattaforme.
- I tre social network usati più frequentemente sono WhatsApp (37,3%), Facebook (36,5%) e Instagram (18,8%), ma la loro preferenza risente di alcune variabili sociodemografiche. Se WhatsApp è l'applicazione sociale più utilizzata in assoluto, e Facebook mostra qualche segno di crisi, quest'ultimo resta ancora il più popolare fra i maschi (39,9% o addirittura come profilo usato più spesso, contro il 32,8% delle femmine) e gli adolescenti (37,8%, contro il 34,9% di chi ha meno di 14 anni). Instagram invece è più frequente fra le femmine (24,3%) e i preadolescenti (19,8%).

⁴ EU Kids Online (2014), 'EU Kids Online findings, methods, e-commerce data', LSE Publishing, p. 8

2. Il profilo: pubblico o privato? Quali informazioni personali?

Le modalità di impostazione del profilo individuano una piattaforma di SNS costui scono una variabile fondamentale e ne qualificano l'esperienza online dell'utente, in modo particolare per quanto riguarda l'opzione tra "pubblico" (visibile a tutti gli utenti) e "privato" (visibile a solo "amici") e al tipo di informazione personale messa a disposizione. Tuttavia, peraltro, molto rilevante nella definizione del profilo di Facebook, è meno significativamente tra SNS come Instagram, dove la gestione di attività avviene attraverso la gestione dell'account e funzione. La maggiore diffusione di Instagram, avvenuta negli ultimi mesi, costituisce un elemento di particolare interesse passato e contribuisce a sottolineare l'evoluzione e l'*affordance* delle piattaforme sociali e dare forma al comportamento dell'utente (anche nell'azione di privacy)

- Nel caso degli intervistati, più della metà ha un profilo privato (57%), mentre la restante parte ha un profilo pubblico (40,3%), addove solo il 2,7% sembra inconsapevole o immemore di quale opzione ha scelto. La percentuale di chi ha un profilo pubblico è maggiore fra maschi (42,4%) e adolescenti (43,2%)
- Le informazioni personali condivise sul profilo da una maggioranza degli intervistati includono una foto che mostra chiaramente il proprio volto (73%), foto di video persona (72,2%), cognome (64,7%), età vera (51,5%). Quasi la metà degli intervistati condivide la scuola frequentata (46,5%) gli intervistati sembrano più riservate e prudenti rispetto ad altre informazioni, come le relazioni sentimentali (26,4%), numero di telefonate (19%), e indirizzo di casa (9,1%)
- Gli adolescenti mostrano una maggiore propensione a condividere informazioni personali, mentre i preadolescenti si riservano più prudente tranne che per quanto riguarda il proprio indirizzo (9,5% contro 8,9% degli adolescenti) e l'età di volta in volta (26,2% contro 22,4% degli adolescenti, a riprova forse di una pratica di bypassare il limite di 13 anni per accedere a SNS) in modo analogo e ragazze tendono a condividere meno informazioni personali rispetto ai loro coetanei maschi, con la sola eccezione di materia fotografica (foto profilo: 77% contro 69,4% dei maschi; foto di video persona: 75,5% contro 69,1% dei maschi)

3. La risky communication

A alcune pratiche comunemente online sono giudicate rischiose perché espongono al contatto con sconosciuti:

- Nel corso dell'ultimo anno il 59,9% degli intervistati ha cercato nuovi amici su social network, poco meno della metà (45,7%) ha aggiunto alla propria lista di contatti persone che non avevano incontrato faccia a faccia (soprattutto "amici di amici"), mentre quasi un terzo degli intervistati (30,9%) ha invitato informazioni personali a persone che non avevano mai incontrato faccia a faccia
- La *risky communication* è generalmente più diffusa tra maschi rispetto alle femmine

4. La gestione della web reputation

n genera e giovan intervstat s d mostrano abbastanza consapevo de r sch d una catt va gest one de a propr a reputaz one on ne e sembrano ag re d conseguenza:

- a prat ca “corrett va” p ù d ffusa r guarda a gest one de a propr a sta d contatt , con a cance az one d am c o contatt non p ù des derab (60,4%); 40,1% deg nterv stat ha cance ato o mod f cato cose che aveva pubb cato n passato, 31,9% ha to to propr o nome da foto n cu era stato taggato da a tr , e 30,3% ha cance ato comment che a tr avevano pubb cato su suo prof o
- n va “prevent va”, nvece, 36,2% deg nterv stat ha dec so d non pubb care qua cosa per paura che potesse dannegg are a sua mmag ne, 25,1% ha pubb cato messagg n cod ce che so o a cun am c potessero cap re e 27,7% ha m g orato propr o aspetto n una foto con qua che software
- Le ragazze s d mostrano p ù sens b a ’es genza d gest re a propr a mmag ne on ne e sono p ù att ve de masch sotto questo punto d v sta; p ù d ff c e, nvece, cog ere una d fferenza s stemat ca tra preado escent e ado escent , anche se quest u t m danno segn d una magg ore cura de propr o prof o

5. I rischi dei social media: bullismo, sexting, abuso dei dati personali

r sch p ù d ffus , ndagat da a r cerca, sono ne ’ord ne bu smo, s a off ne che on ne (27,8%), segu to da sext ng (20,1%) e da ’abuso de dat persona , con percentua var ab a seconda de e sue d verse forme (da un mass mo d 24% re at vo a tag su una foto n cu non s vuoe e compar re a un m n mo d 4,3% per a cond v s one d nformaz on che hanno dannegg ato a propr a fam g a)

- bu smo off ne è ancora p ù d ffuso d que o on ne; cos ddetto cyberbu ng è però d ffuso su tutte e p attaforme d SNS: 39,6% de e v tt me o ha sper mentato su Facebook, 31,7% su WhatsApp, 14,3% tram te ch amate e SMS su propr o ce u are e ’8,1% su nstagram
- Per quanto r guarda sext ng, e p attaforme p ù per co ose sono Facebook (45,7% de e v tt me) e WhatsApp (44,4%); seguono a d stanza g sms (11,8%) e e a tre p attaforme (nstagram 9,5%)
- La forma d abuso de dat persona p ù d ffusa è *tagging* ndes derato su foto rese pubb che da a tr utent (24%) e, a sca are, a pubb caz one ndes derata d propr e mmag n fotograf che (13,6%), ’uso o a d ffus one d nformaz on persona da parte d a tr (r spett vamente 11,4% e 6%), fu to d dent tà (6,4% su smartphone, 4,8% su SNS)
- G ep sod d bu smo sono p ù frequent fra masch (30,2% contro 25,2% de e femm ne) e fra preado escent (30,7% contro 25% deg ado escent); r sch o sext ng è p ù d ffuso tra masch (23,2%) che tra e femm ne (16,9%), e tra g ado escent (21,7%) che tra preado escent (18,7%)
- bu smo cont nua a essere r sch o p ù dannoso: p ù d due v tt me su tre s d cono abbastanza’ o mo to’ turbate da quest’esper enza, e dato sa e a tre v tt me su quattro tra preado escent e tra e femm ne Tra e v tt me de sext ng, poco meno de due terz s d ch arano abbastanza’ o mo to’ turbat da ’esper enza, ancora con magg ore frequenza tra preado escent e tra e femm ne, mentre masch e g ado escent sembrano essere, seppur d poco, meno sens b a danno

6. *Il coping: le risposte sociali*

Quando hanno esperienze negative su internet, i ragazzi adottano una combinazione di strategie e per far fronte a una situazione problematica e ridurre lo stress emotivo e psicologico:

- Se dovessero fare un'esperienza su internet che infastidisce o turba, gliovanche e tre regioni si rivolgerebbero alla madre (79,6%), al genitore (71,9%), al padre (65,2%), al fratello e alla sorella (49,8%). Seguono il tutor significativo (36,8%), il insegnante o il tutor incaricato di aiutare gliovan (rispettivamente 26,3% e 27,1%) e il parent (24,6%)

7. *La mediazione e la prevenzione scolastica*

La scuola rappresenta un importante ambito di mediazione dell'esperienza online dei ragazzi. Gli insegnanti hanno la possibilità di intervenire, preventivamente o in modo corretto, sulla qualità della esperienza, e gli intervistati rendono conto della presenza (seppur minima) degli insegnanti su questo fronte:

- Un terzo degli intervistati dichiara di aver ricevuto consigli dai propri insegnanti su come comportarsi con i propri contatti online (32%) e su cosa fare nel caso in cui qualcosa turbasse o infastidisce su internet (32,7%); più contenute sono le percentuali di chi riferisce di un progetto di sensibilizzazione sugli usi sicuri e responsabili di SNS (24,3%) o di un lavoro di gruppo o personalizzato – a supporto degli utenti meno consapevoli (da 18,4% a 12,9%)

Il confronto cross regionale

1. *L'uso dei social media*

I soggetti coinvolti in quest'indagine mostrano un comportamento sostanzialmente omogeneo a livello regionale per quanto riguarda il possesso di un profilo/account su un SNS. Una evidente differenza, invece, è riscontrabile rispetto alla tendenza ad avere più di un profilo, sia in termini di profilmultipli all'interno dello stesso sito, sia per quanto riguarda la pratica di avere profili su diverse piattaforme.

- Più specificamente, possiede più di un profilo all'interno dello stesso SNS il 4,6% dei rispondenti della Lombardia, contro il 6,4% del Lazio e il 6,8% della Campania; account su diverse piattaforme sono utilizzati da 29,7% dei ragazzi e delle ragazze della Lombardia a fronte di un 32% degli giovancampani e di un 32,1% degli giovanlazio.
- Alcune differenze più marcate a livello cross regionale si possono osservare per quanto riguarda il tipo di piattaforma su cui si ha il profilo/account che si utilizza più spesso. Se si esclude WhatsApp, infatti, Facebook è il preferito da 30,9% degli giovan della Lombardia rispetto al 37,2% degli giovan del Lazio e al 41,1% degli giovan della Campania.

Un andamento coerente e di segno opposto si osserva per quanto riguarda Instagram, un social network che sta recentemente facendo strada nelle abitudini degli giovan.

ta an, ascando spazio per potzzare una sorta d “effetto sostuzone” che sarebbe più accentuato n Lombard a r spetto a e a tre reg on cons derate

- Ne dettag o, so o 13,6% de g ovan campan cons dera prof o d nstagram que o usato p ù spesso, contro 18,8% de g ovan aza e 24,4% de ombard

2. *Il profilo: pubblico o privato? Quali informazioni personali?*

Anche a gest one de a v s b tà de prof soc a ut zzat da ragazz ragg unt da quest onar o ev denz a una certa spec f c tà reg ona e

- Ha un prof o pubb co 45,8% de campan , 41,4% de ombard e so o 33,7% de g ovan de Laz o
dettag o de e spec f che nformaz on cond v se on ne da ragazz e da e ragazze consente d osservare come ‘attegg amento genera e ne confront de a v s b tà on ne s concret zza n una ser e d sce te che tracc ano conf n de a presenza soc a de g ovan de e tre reg on ana zzate, mettendo n ev denza a cune spec f c tà reg ona , ne ‘amb to d una tendenza comp ess va che vede g ovan de a Campan a p ù pront a udere nformaz on persona a ‘nterno de oro prof o soc a
- Ne dettag o, cond v de una foto che mostra ch aramente vo to 67,2% de ragazz de Laz o, 72% d que de a Lombard a e 79,6% d que de a Campan a; nser sce cognome 59,6% de ombard , 61,7% de aza e 72,4% de campan
- Uno scarto apprezzab e s osserva anche per quanto r guarda ‘nser mento d nformaz on egate a a scuo a frequentata, ‘nd caz one d un’età d fferente da que a vera e a d ch araz one re at va a e re az on sent menta

3. *I rischi dei social media: bullismo, sexting, abuso dei dati personali*

Tra e prat che egate a a frequentaz one de SNS che possono conf gurars come potenz a font d per co o per quanto r guarda fenomen de cyberbu smo e de sext ng, ‘ndag ne ha esp orato ‘att v tà d r cerca d nuov am c , ‘nv o d nformaz on persona a contatt non ncontrat d persona e ‘nser mento d quest u t m a ‘nterno de a propr a sta d am c Part co are attenz one è stata a tresi posta ne confront d a cune att v tà d contrasto che possono essere messe n atto da g ovan e che, cons derate ne oro ns eme, rappresentano un attegg amento proatt vo d protez one r spetto a a propr a presenza on ne

- Ne ‘amb to d una comp ess va omogene tà de comportament de ragazz de e tre reg on , s possono mettere n uce a cun scostament , secondo un andamento de dat che vede ragazz de a Campan a p ù propens a mettere n atto ta prat che r spetto a g ovan ombard e aza
- dat re at v a comportament on ne de ragazz e de e ragazze co nvo te ne a r cerca test mon ano a d ffus one s gn f cat va d prat che d protez one att va (ne comp esso, poco meno d un g ovane su tre)
- S gn f cat vamente, sono propr o g ovan campan a r su tare magg ormente mpegnat n queste prat che dato può essere etto s a come nd ce d un genera e att v smo de ragazz e de e ragazze de a Campan a, s a come portato d un’esper enza n p attaforme soc a che ha, ne tempo, espot /soc a zzat a gest re p ù r sch r spetto a ch mostra un comportamento meno att vo

Come già messo in evidenza, l'incidenza complessiva del fenomeno del cyberbullying è del 30% tra ragazzi e ragazze delle tre regioni coinvolte nell'indagine.

- Il confronto tra le regioni, anche in presenza di alcune differenze nei comportamenti delle giovani e diverse aree territoriali, mostra un andamento tutto sommato omogeneo del fenomeno, con scarti non particolarmente significativi rispetto alla dichiarazione di essere stati vittime del cyberbullying e alla evidenza di turbamento che è derivato da tale evenienza.
- Lo scostamento più rilevante riguarda la percentuale di giovani che dichiara di non essere stata vittima del cyberbullying (64% Campania, 68,3% Lazio e 70,7% Lombardia), mentre le altre differenze (che riguardano sostanzialmente quanto ragazzi e ragazze dichiarano di essere stati turbati) si distribuiscono in maniera meno spiccata.

L'andamento complessivo appena descritto, trova conferma anche per quanto riguarda la domanda "protezione", che ha indagato l'incidenza del fenomeno del cyberbullying riferendo alla un'amicizia o amica dei rispondenti.

- Le differenze più significative si osservano tra chi ha dichiarato di non conoscere nessuno a cui è capitato un episodio legato al cyberbullying: 54,5% dei giovani campani, 60% degli azari e 63,1% degli ombardi.

Per quanto riguarda le piattaforme dove avvengono gli episodi del cyberbullying, in termini generali Facebook è la piattaforma in cui i ragazzi hanno sperimentato maggiormente episodi del cyberbullying dati più rilevanti emersi nella comparazione crossregionale e siano a questa tendenza.

- Costituisce un'eccezione il caso di WhatsApp dove le differenze in termini di incidenza del fenomeno del cyberbullying risultano maggiormente rispetto alla percentuale di utilizzo della piattaforma. Ne dettano un registro uno scarto di circa nove punti percentuali tra Campania (35,9%) e Lazio (27,4%) a fronte di un utilizzo della piattaforma pressoché equivalente nelle tre regioni (considerando Facebook SNS principale 37,6% di Campania, 38,1% di Azari e 36,1% di Ombardi).
- In un quadro generale che vede l'incidenza del fenomeno del sexting meno marcata rispetto al cyberbullying, non si osservano differenze regionali significative.

4. Figure di riferimento: mediazione e prevenzione tra famiglia, scuola e gruppo dei pari

Sul piano regionale, non emergono differenze significative rispetto al riferimento in termini generali e stesse indicazioni emerse dalla analisi nazionale: la madre è la principale figura di riferimento, seguita dal padre e dagli amici che attestano su percentuali simili.

- Il ruolo degli insegnanti sembra non essere centrale se paragonato alle figure genitoriali e al gruppo dei pari, almeno in termini di riferimento richiesto dai ragazzi.

Per quanto riguarda le iniziative intraprese dagli insegnanti, pur nel quadro di una sostanziale omogeneità dei dati, è possibile mettere in evidenza alcune specificità sul piano locale.

- Nel dettaglio, gli insegnanti ombardi hanno messo in campo strategie di sensibilizzazione rispetto al tema del cyberbullying e del sexting che fanno ricorso a

confronto verbale con i ragazzi, mentre gli insegnanti campani sono evidentemente più inclini ad impostare una riflessione occasionata proprio sulle piattaforme costituendo, ad esempio, dei gruppi di discussione specifici.

- In questo contesto, dato più rilevante riguarda l'attuazione di progetti di sensibilizzazione confrontati con un uso consapevole di SNS: rispetto a questa attività, il 30,3% dei giovani lombardi dichiara di essere stato coinvolto in tali progetti a fronte di un 21,7% dei giovani campani e di 20,9% dei ragazzi del Lazio.

Le implicazioni della ricerca

Sulla base delle evidenze della ricerca è possibile trarre alcune considerazioni generali sull'aspettativa di un adeguato esponente anche in parte correlate, l'attenzione è posta sul principio di rischio riscontrato dai ragazzi, sul loro comportamento più pericoloso su social media e, al tempo stesso, sulle strategie più efficaci messe in atto per la gestione di una propria reputazione online. A parte dati e scenari, sono indicate alcune caratteristiche degli utenti più esposti a rischi di social media e più vulnerabili nei servizi online e responsabilità degli adulti e compito della scuola e delle istituzioni rispetto al processo di mediazione e prevenzione dei rischi.

1. Rischi online e comportamenti degli adolescenti italiani

Alcuni comportamenti degli adolescenti anche sono correlati positivamente con una maggiore probabilità di incorrere nei rischi.

- Maggiore è la quantità e la varietà delle informazioni personali presenti negli account professionali degli adolescenti, maggiore è la probabilità di rischio.
- I contatti e la condivisione di informazioni personali con gli sconosciuti si accompagnano ad un maggiore grado di rischio sperimentato online.
- Coloro che impostano proprio account professionali in modalità "pubblica", ovvero visibili a tutti, hanno circa il 10% di probabilità in più di sperimentare rischi di bullismo, sexting e abuso di dati personali rispetto a chi ha un profilo account "privato", ovvero visibili e solo agli amici.

2. Le strategie di web reputation management degli adolescenti

Gli adolescenti intervistati sono abbastanza consapevoli dei rischi di social media. Tuttavia, essi non rinunciano all'uso di questi strumenti, piuttosto preferiscono adottare strategie di gestione della propria reputazione online a fine di minimizzare i rischi o ridurre i danni, sia in funzione correttiva, sia in funzione preventiva.

- A riprova di una strategia correttiva, l'attività di gestione della propria reputazione online è più intensa tra coloro che hanno subito bullismo, sexting o abuso di dati personali rispetto a quelli che non hanno sperimentato tali rischi.
- Comportamenti online più prudenti e gestione più accorta dei privacy risk conducono a probabilità di andare incontro a rischi di social media, ma non automaticamente completamente.

3. Rischi online e conseguenze sugli adolescenti

Uno dei dati più significativi emersi da 'ndagine è che la maggior parte esposta a rischi online non ha curet po og e d utent non mp ca necessariamente maggior conseguenze in termini di danno turbamento psicologico

- I maschi e gli adolescenti (15-18 anni), sono più esposti a rischi di cyberbullying, sexting e abuso di dati personali, tuttavia risultano poco o per niente turbati dalle esperienze
- Viceversa, un comportamento più prudente, proprio delle femmine e, sotto alcuni aspetti, dei preadolescenti (11-14 anni), si accompagna di norma con maggior conseguenze sul piano emotivo
- Le femmine e i preadolescenti, dunque, pur essendo soggetti meno esposti a rischi online, rappresentano soggetti più vulnerabili

4. Mediazione e prevenzione: la famiglia, la scuola, le istituzioni

Il mondo degli adulti insieme a gruppi di par cost tu scono ut r sorse d med az one de 'esper enza on ne deg ado escent ta an e un supporto per e strateg e d coping

- La famiglia e i gruppi di par sono i principali interlocutori dei ragazzi in caso di esperienze rischiose online
- La scuola è in grado di influire sulla qualità delle esperienze online degli adolescenti, ma l'impegno degli insegnanti su questo fronte è limitato
- Tuttavia, i dati sembrano evidenziare che l'intervento di famiglia e insegnanti si realizza con maggiore probabilità a posteriori, dopo l'esperienza di rischio, a sostegno delle strategie di coping degli adolescenti, piuttosto che in maniera preventiva
- La tendenza a rivolgersi a figure istituzionali in caso di esperienze dannose sul sociale da parte degli adolescenti appare ancora ridotta rispetto al ruolo di supporto della famiglia
- Per tale ragione, costituisce una priorità sviluppare forme di prevenzione, a carattere educativo o regolativo, rivolte non solo agli adolescenti, ma anche alle famiglie e agli insegnanti

5. Osservazioni conclusive

A partire dai dati e scenari, risulta chiaro e necessario individuare strumenti efficaci per trasferire, nei contesti scolastici e formativi, non solo le competenze e le abilità tecniche per utilizzare meglio i media digitali, ma anche le conoscenze che favoriscono una maggiore consapevolezza e un'adeguata gestione e un'opportuna gestione dei rischi del web. Un approccio educativo utile a tale scopo dovrebbe tener conto di tre dimensioni:

Dimensione tecnologica, connessa alla capacità di scegliere e utilizzare le tecnologie più opportune per affrontare problemi reali e padroneggiare i contesti tecnologici in rapida e continua evoluzione;

Dimensione cognitiva, connessa alla capacità di saper leggere, selezionare, interpretare e utilizzare le informazioni sulla base delle loro pertinenza ed attendibilità;

Dimensione etica, connessa alla capacità di interagire e relazionarsi con altri soggetti in modo costruttivo e responsabile e avvalendosi delle tecnologie, con particolare riguardo alle tutele personali e al rispetto degli altri



WEB REPUTATION E COMPORAMENTI ONLINE DEGLI ADOLESCENTI IN ITALIA



GLI OBIETTIVI DELLA RICERCA

Approfondire la conoscenza dell'esperienza online di preadolescenti e adolescenti nel nostro Paese

- Quali sono le piattaforme di social media più frequentate
- Come è gestita la privacy
- Quali sono le pratiche comunicative potenzialmente pericolose
- Quali rischi sono più comuni
- Quali sono le forme di gestione della propria *web reputation*
- Quali sono le forme di mediazione sociale e di *coping* di fronte ai rischi online

LA METODOLOGIA DELLA RICERCA

Adozione di una metodologia quantitativa

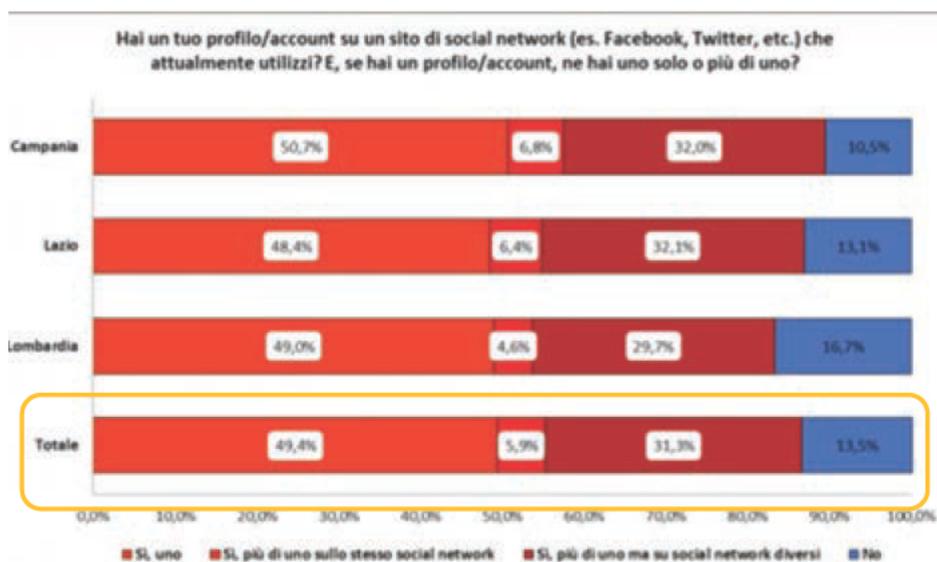
1. Fase CAWI: 1350 questionari online
2. Fase CAPI: 150 interviste personali

Campione = 1500 casi, rappresentativo della popolazione tra gli 11 e i 18 anni utente di Internet, segmentata per

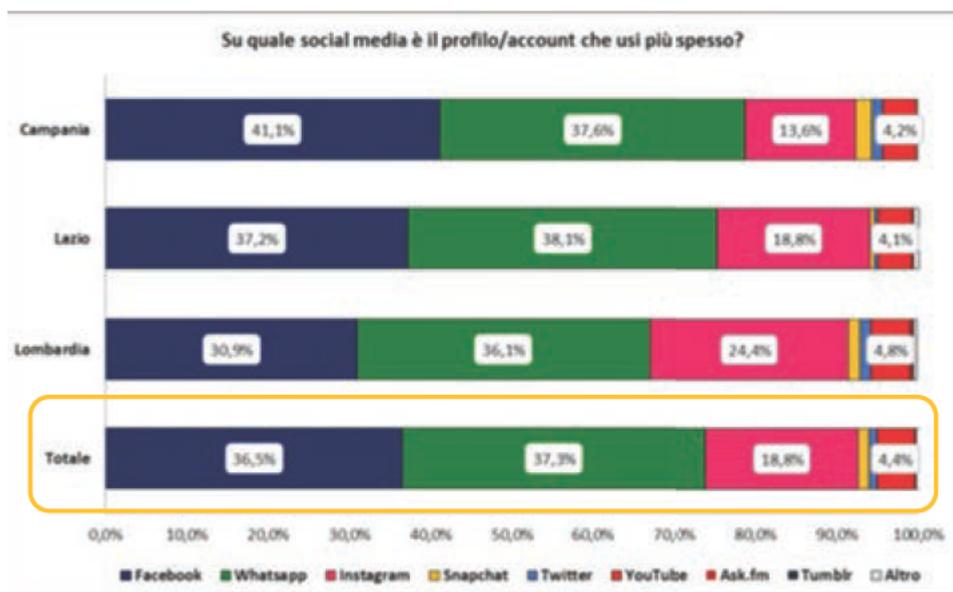
- Regione
- Provincia
- Sesso
- Età
- Livello di istruzione del capofamiglia (bassa/medio/alta)
- Condizione lavorativa del capofamiglia (lavora/non lavora)

La ricerca è stata svolta nei mesi di settembre e ottobre 2017.

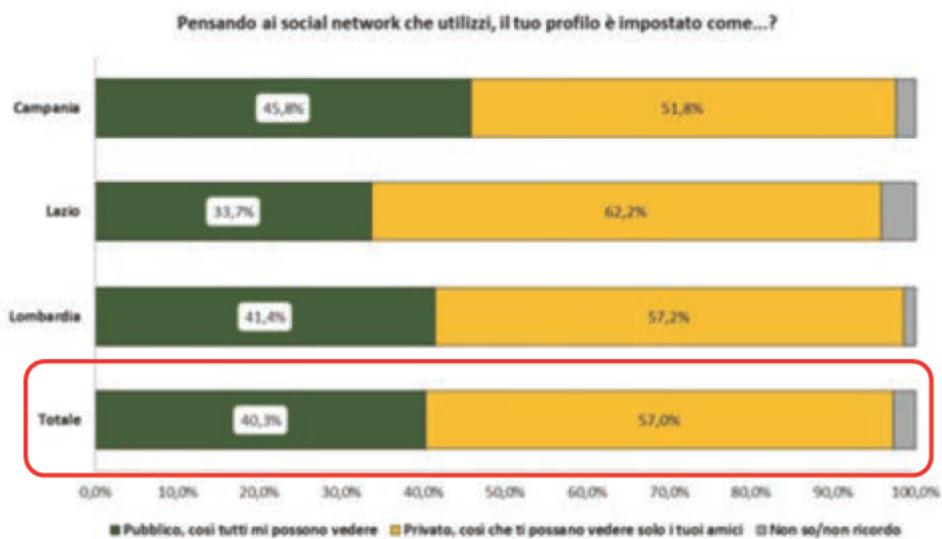
L'USO DEI SOCIAL MEDIA



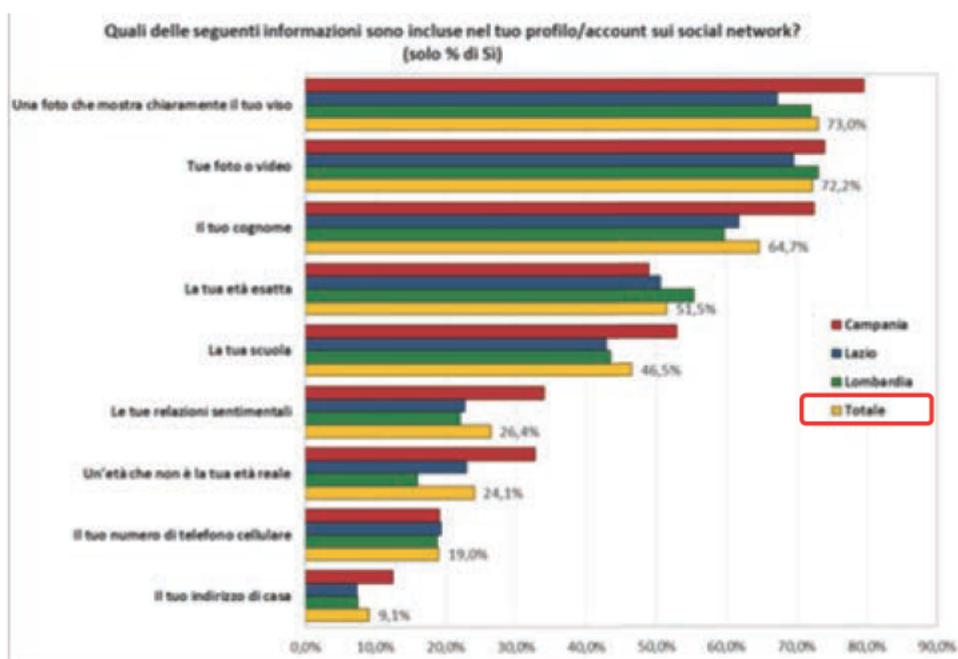
I SOCIAL PIU' MEDIA USATI



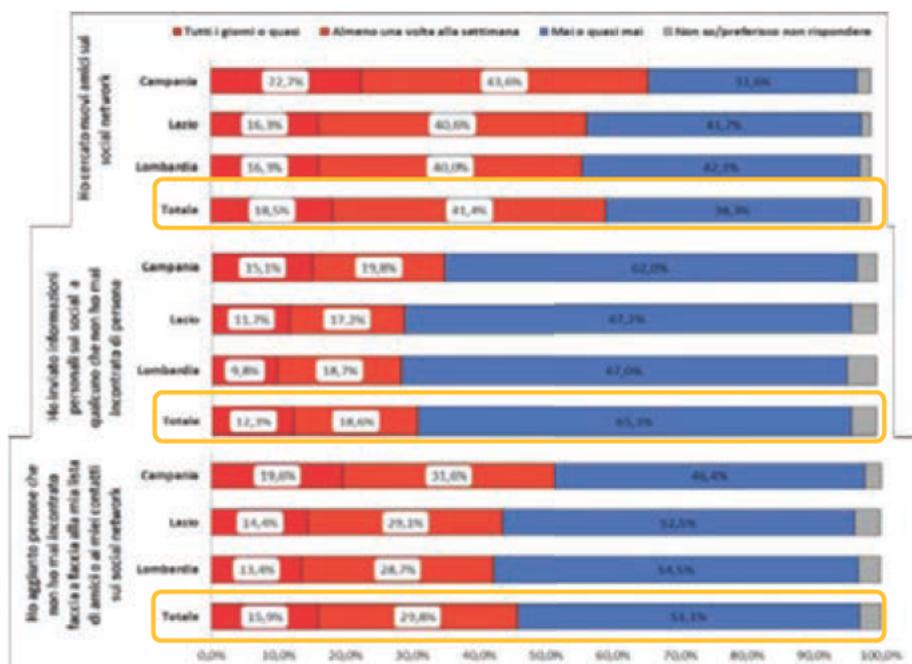
IL PROFILO: PUBBLICO O PRIVATO?



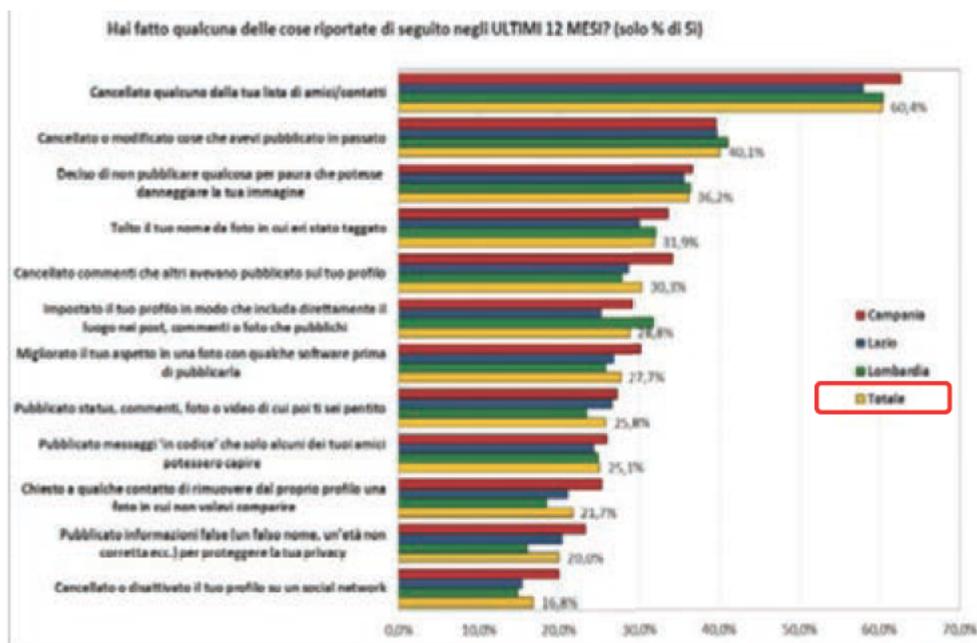
IL PROFILO: QUALI INFORMAZIONI PERSONALI?



LA RISKY COMMUNICATION



LA GESTIONE DELLA WEB REPUTATION



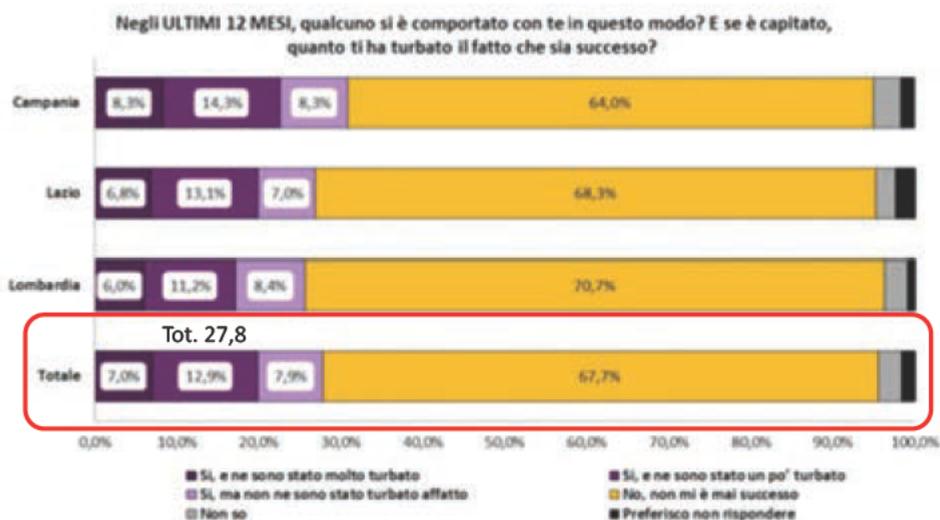
I RISCHI PIU' FREQUENTI

I rischi principali connessi alla web reputation:

- ✓ bullismo offline e online (27,8%)
 - ✓ sexting (20,1%)
 - ✓ abuso dei dati personali (24% - 4,3%)
-
- I più esposti al rischio: **maschi, preadolescenti** (bullismo: 30,2-30,7%) e **adolescenti** (sexting: 21,7%)
 - Chi ne riporta maggiori danni: **femmine e preadolescenti**, soggetti più vulnerabili

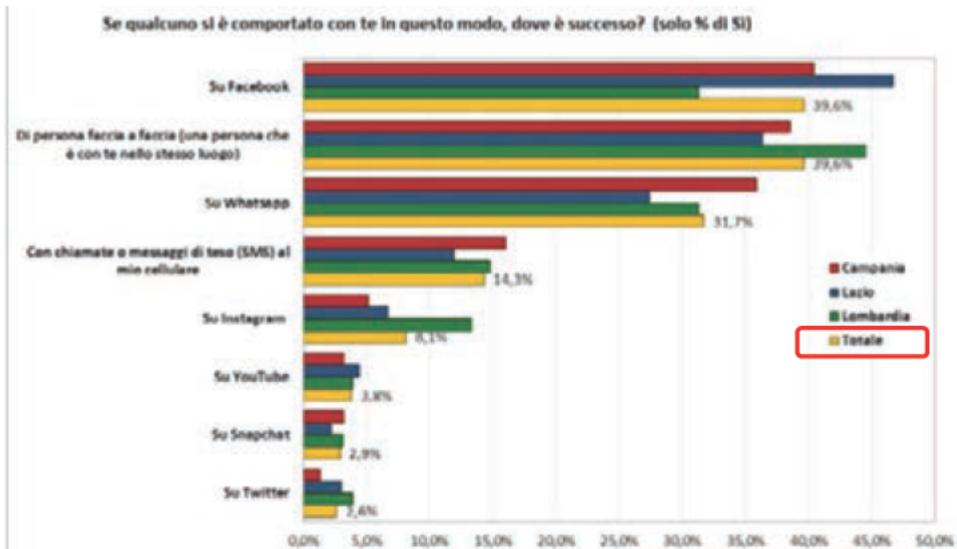
I RISCHI DEI SOCIAL MEDIA: BULLISMO

A volte capita che i ragazzi dicano o compiano ripetutamente azioni offensive o cattive verso altre persone. Questo comprende anche prendere in giro ripetutamente qualcuno, in un modo che non gli/le piace; picchiare, prendere a calci o costringere qualcuno a fare qualcosa; escludere volutamente qualcuno da qualcosa. Quando le persone si comportano in modo offensivo o cattivo nei confronti di qualcun altro, può avvenire di persona faccia a faccia; attraverso i telefoni cellulari; su Internet.



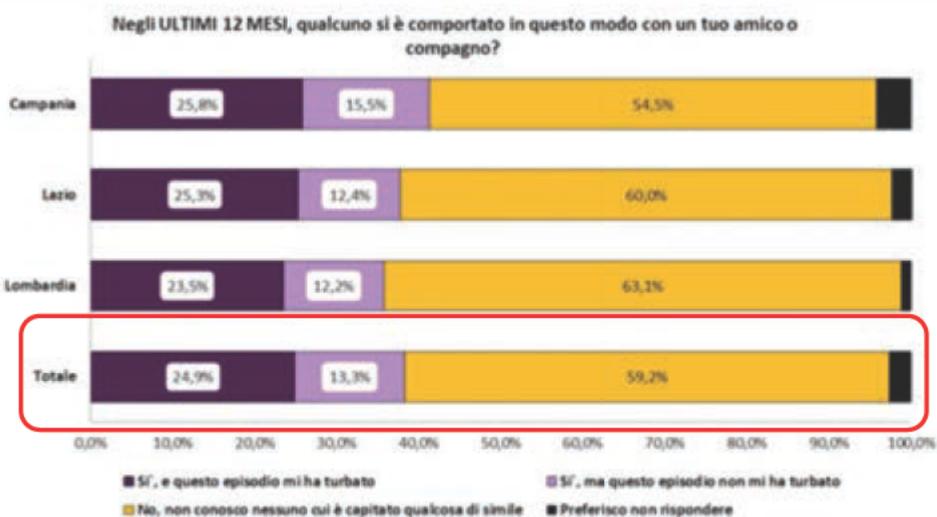
I RISCHI DEI SOCIAL MEDIA: BULLISMO

A volte capita che i ragazzi dicano o complano ripetutamente azioni offensive o cattive verso altre persone. Questo comprende anche prendere in giro ripetutamente qualcuno, in un modo che non gli/le piace; picchiare, prendere a calci o costringere qualcuno a fare qualcosa; escludere volutamente qualcuno da qualcosa. Quando le persone si comportano in modo offensivo o cattivo nei confronti di qualcun altro, può avvenire di persona faccia a faccia; attraverso i telefoni cellulari; su Internet.



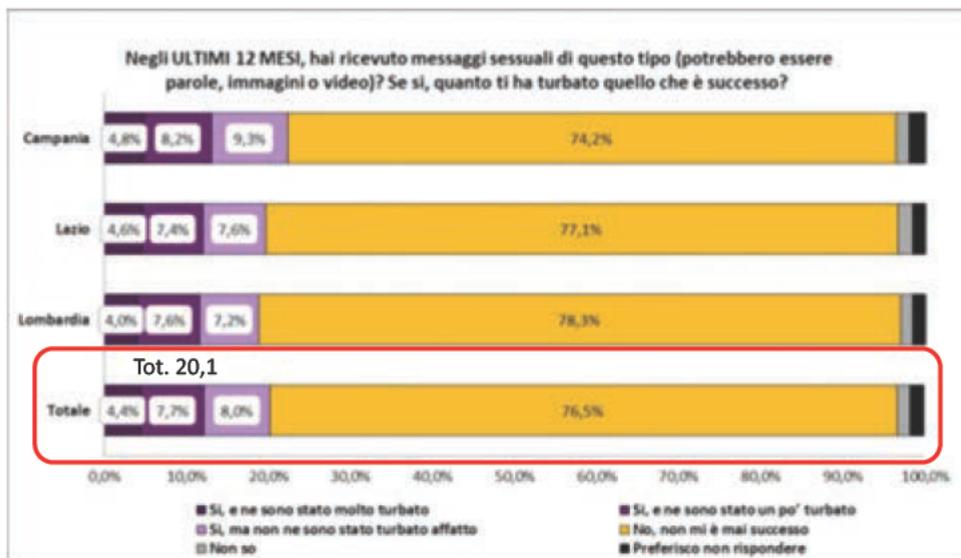
I RISCHI DEI SOCIAL MEDIA: BULLISMO

A volte capita che i ragazzi dicano o complano ripetutamente azioni offensive o cattive verso altre persone. Questo comprende anche prendere in giro ripetutamente qualcuno, in un modo che non gli/le piace; picchiare, prendere a calci o costringere qualcuno a fare qualcosa; escludere volutamente qualcuno da qualcosa. Quando le persone si comportano in modo offensivo o cattivo nei confronti di qualcun altro, può avvenire di persona faccia a faccia; attraverso i telefoni cellulari; su Internet.



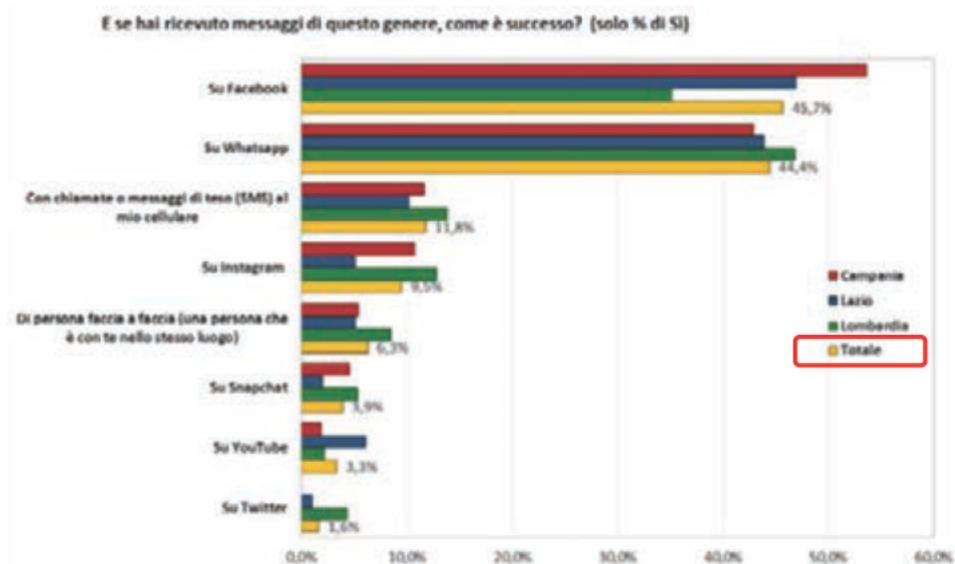
I RISCHI DEI SOCIAL MEDIA: SEXTING

Le persone fanno molte cose diverse su Internet. A volte accade che invino delle immagini o messaggi sessuali. Con questo intendiamo parlare di fare sesso o immagini di persone nude o che fanno sesso. Di seguito trovi delle domande su queste cose. Prendi in considerazione U E LE MODALI Á con cui puoi usare Internet e il tuo telefono cellulare/smartphone.



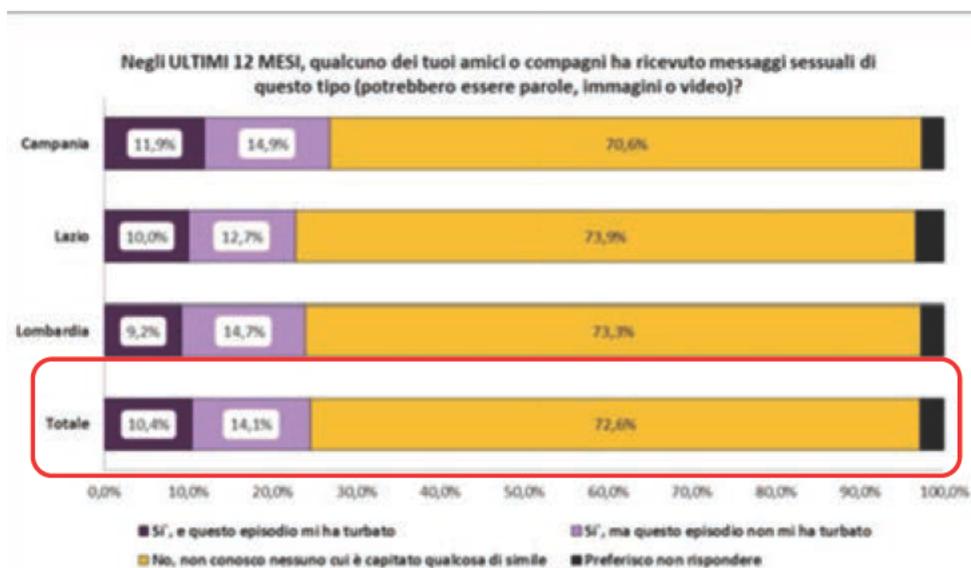
I RISCHI DEI SOCIAL MEDIA: SEXTING

Le persone fanno molte cose diverse su Internet. A volte accade che invino delle immagini o messaggi sessuali. Con questo intendiamo parlare di fare sesso o immagini di persone nude o che fanno sesso. Di seguito trovi delle domande su queste cose. Prendi in considerazione U E LE MODALI Á con cui puoi usare Internet e il tuo telefono cellulare/smartphone.

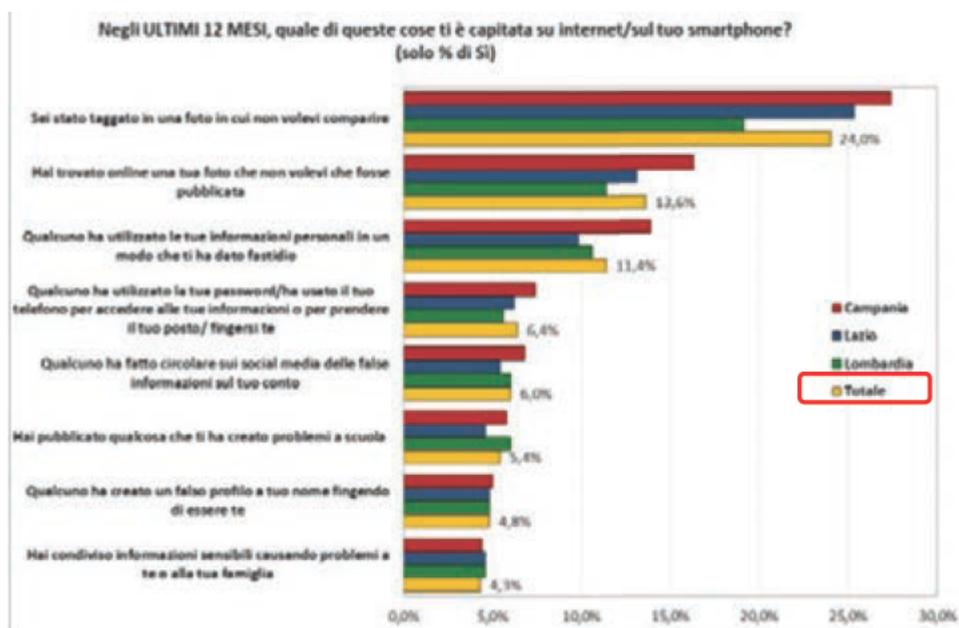


I RISCHI DEI SOCIAL MEDIA: SEXTING

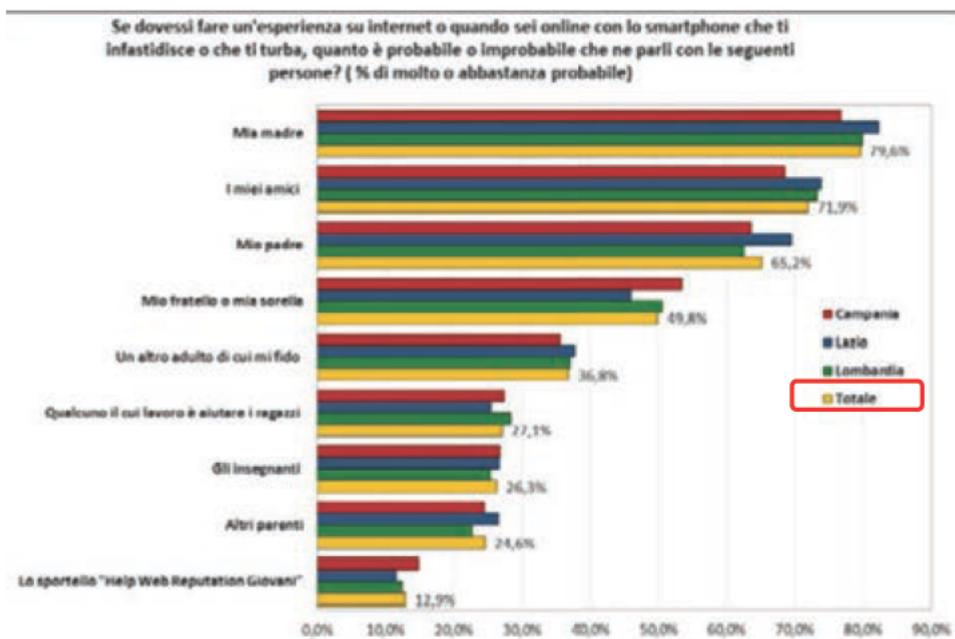
Le persone fanno molte cose diverse su internet. A volte accade che invino delle immagini o messaggi sessuali. Con questo intendiamo parlare di fare sesso o immagini di persone nude o che fanno sesso. Di seguito trovi delle domande su queste cose. Prendi in considerazione **U E LE MODALI** Á con cui puoi usare internet e il tuo telefono cellulare/smartphone.



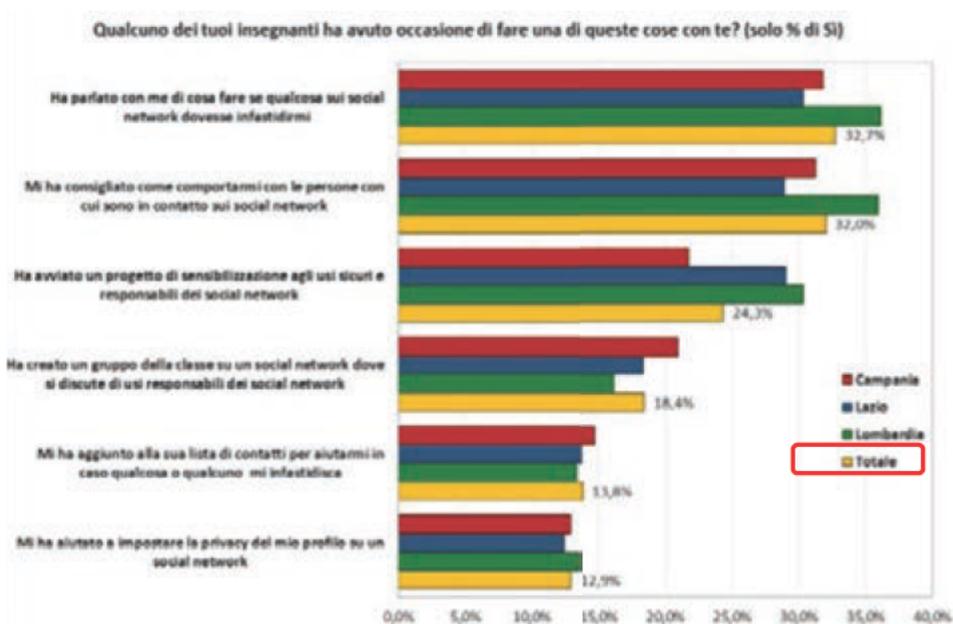
I RISCHI DEI SOCIAL MEDIA: ABUSO DEI DATI PERSONALI



IL COPING: LE RISPOSTE SOCIALI



LA MEDIAZIONE E LA PREVENZIONE SCOLASTICA



CREDITS



Oss-Com: Centro di Ricerca sui Media e la Comunicazione Università Cattolica del Sacro Cuore

Coordinamento scientifico: Piermarco Aroldi

Gruppo di ricerca: Giovanna Mascheroni; Nicoletta Vittadini



Università degli studi di Napoli Federico II

Dipartimento di Scienze sociali

Coordinamento scientifico: Lello Savonardo

Gruppo di ricerca: Rosanna Marino; Barbara Saracino



Università degli Studi la Sapienza di Roma

Dipartimento di Comunicazione e Ricerca sociale

Coordinamento scientifico: Simone Mulargia

Gruppo di ricerca: Ida Cortoni; Mihaela Gavrilă; Paola Panarese; Camilla Rumi



Università Lumsa di Roma

Dipartimento di Scienze Umane- Comunicazione, Formazione e Psicologia

Coordinamento scientifico: Donatella Pacelli

Gruppo di ricerca: Francesca Ieracitano



Relazione a cura di
Ufficio per il Co.Re.Com. Lombardia

Massimiliano DELLA TORRE

Maurizio PAVANI

hanno collaborato

Daniilo CASAROLA

Federica FURIA

Andrea INCANI

Manoela LONGHIN

Andrea LUCCHINI

Elena MASE'

Vilma MAZZA

Massimo MOTISI

Rosita RAMPONI

Elvira SESSA

Simona SILVANI

Antonello VERGANI

Co.Re.Com. Lombardia
Comitato Regionale per le Comunicazioni
Via Fabio Filzi, 22 - 20124 Milano

www.corecom.lombardia.it



Co.Re.Com. Lombardia
Comitato Regionale per le Comunicazioni
Via Fabio Filzi, 22 - 20124 Milano

Centralino e Informazioni
Tel. 0267482300
Fax 0267482701 - 707

www.corecom.lombardia.it

Progetto grafico e stampa Centrostampa – Consiglio regionale della Lombardia