

...e vissero  
connessi e contenti?

Guida alla consapevolezza digitale

Sonia Montegiove

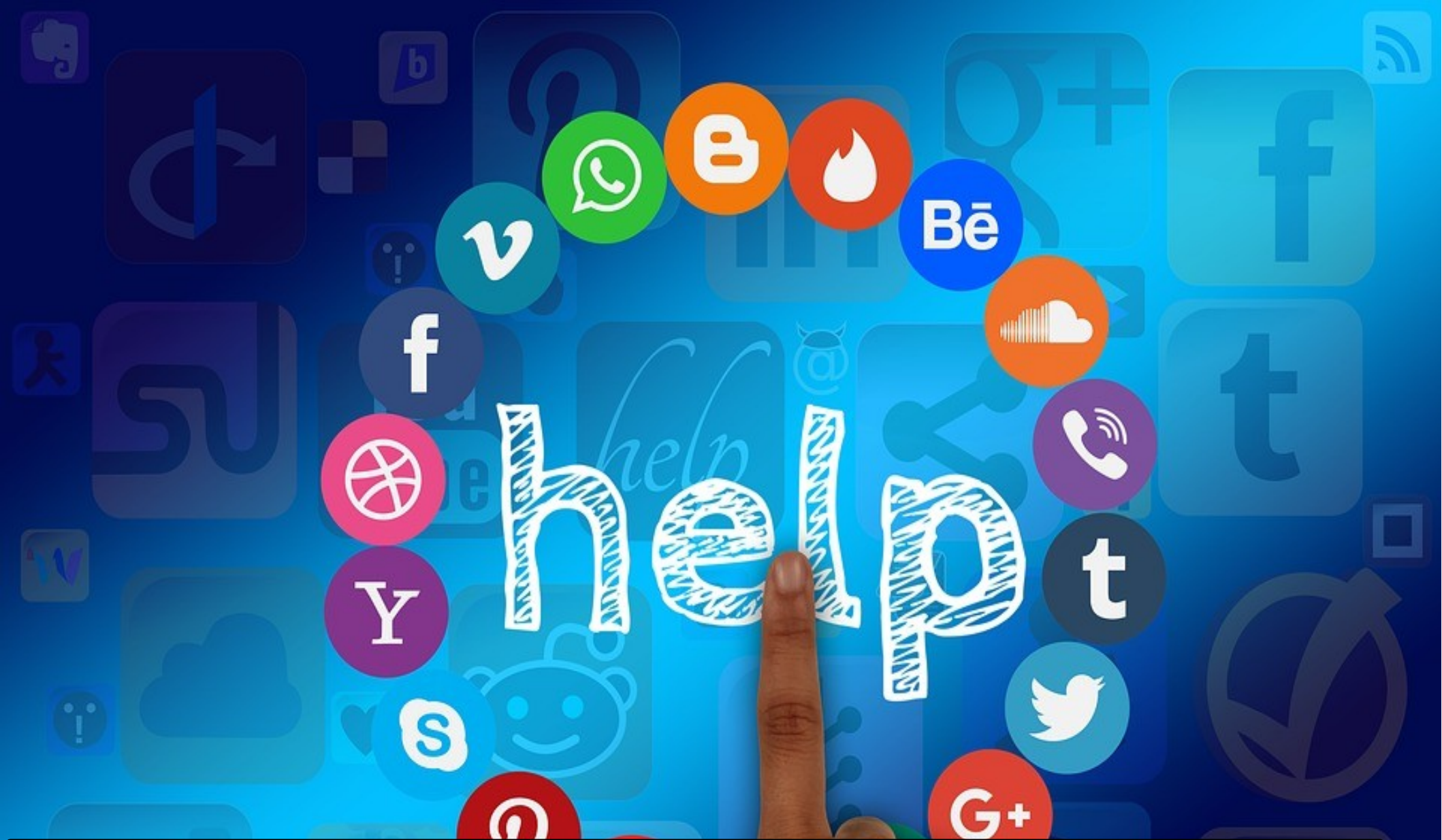




Cosa posso fare io da genitore?



“Metti via quel telefono!”



“Tienilo acceso, ti aiuto a capire...”

# Diamo i numeri



# Rete: ma quanti siete?

GEN  
2019

## PENETRAZIONE DI INTERNET PER REGIONE

UTILIZZO DI INTERNET PER REGIONE E NUMERO DI UTENTI SULLA POPOLAZIONE TOTALE (NON CONSIDERANDO L'ETÀ)



**NOTE:** INTERNET WORLD STATS, ITC, BANCA MONDIALE, CIA WORLD FACTBOOK, EUROSTAT, GOVERNI LOCALI E AUTORITÀ REGOLAMENTARI, MILDASTMEDIA.ORG, REPORTS DA MEDIA  
ATTENZIONE: **NOTE:** I DATI SULLA PENETRAZIONE SONO BASATI SULLA POPOLAZIONE TOTALE, NON CONSIDERANDO L'ETÀ. LE REGIONI SONO DEFINITE DALLO SCHERMO GRAFICO DELLE  
NAZIONI UNITE.

# E sui social?

GEN  
2019

## PENETRAZIONE SOCIAL MEDIA PER REGIONE

UTENTI ATTIVI MENSILI SULLE PIATTAFORME IN CIASCUN PAESE RISPETTO ALLA POPOLAZIONE TOTALE



**NOTE:** ULTIMI DATI PUBBLICATI DALLE PIATTAFORME SOCIAL GRAD E A COMUNICAZIONE STAMPA, ANNUNCI SU RIVENDITORI DEGLI INVESTITORI, TOUL PUBLISSEURS SELF-SERVICE, SOCIAL MEDIA REPORT DEI MESI ARAB, TECHRADA, M&A AGRAB, ROSEBUD, ANALISI REPOS E **NOTE:** I DATI SULLA PENETRAZIONE SONO BASATI SULLA POPOLAZIONE TOTALE, NON CONSIDERANDO ETÀ, LE REGIONI SONO DEFINITE DALLO SCHEMA GEOGRAFICO DELLE NAZIONI UNITE.

# Intanto in Italia...

GEN  
2019

ITALIA

TUTTE LE EVIDENZE PER COMPRENDERE MOBILE, INTERNET E UTILIZZO DEI SOCIAL MEDIA



POPOLAZIONE  
TOTALE



59.25

MILIONI

URBANIZZAZIONE:

71%

CONTRATTI  
MOBILE



85.92

MILIONI

vs. POPOLAZIONE

145%

UTENTI  
INTERNET



54.80

MILIONI

PENETRAZIONE

92%

UTENTI ATTIVI SUI  
SOCIAL MEDIA



35.00

MILIONI

PENETRAZIONE

59%

UTENTI ATTIVI SUI SOCIAL  
MEDIA DA MOBILE



31.00

MILIONI

PENETRAZIONE

52%



we  
are  
social



we  
are  
social



Hootsuite™

we  
are  
social



# Intanto in Italia...

GEN  
2019

## SOCIAL MEDIA

UTENTI ATTIVI MENSILMENTE SULLE PIATTAFORME SOCIAL PIÙ UTILIZZATE IN OGNI PAESE



NUMERO TOTALE  
DEGLI UTENTI ATTIVI  
SUI SOCIAL MEDIA



**35.00**  
MILIONI

UTENTI ATTIVI SUI SOCIAL  
MEDIA COME PERCENTUALE  
DELLA POPOLAZIONE TOTALE



**59%**

NUMERO TOTALE DI  
UTENTI ATTIVI SUI SOCIAL  
MEDIA DA MOBILE



**31.00**  
MILIONI

UTENTI ATTIVI SUI SOCIAL MEDIA  
DA MOBILE COME PERCENTUALE  
DELLA POPOLAZIONE TOTALE



**52%**

we  
are  
social



# Intanto in Italia...

GEN  
2019

## TEMPO SPESO SUI MEDIA

TEMPO MEDIO SPESO SUI MEDIA (SURVEY)



MEDIA GIORNALIERA DEL  
TEMPO SPESO SU INTERNET  
DA QUALSIASI DISPOSITIVO



we  
are  
social

6H 04M

MEDIA GIORNALIERA DEL TEMPO  
SPESO SUI SOCIAL MEDIA DA  
QUALSIASI DISPOSITIVO



global  
web  
index

1H 51M

MEDIA GIORNALIERA DEL TEMPO  
SPESO SULLA TV (BROADCAST,  
STREAMING, VIDEO ON DEMAND)



CC

2H 57M

MEDIA GIORNALIERA DEL  
TEMPO SPESO ASCOLTANDO  
MUSICA IN STREAMING



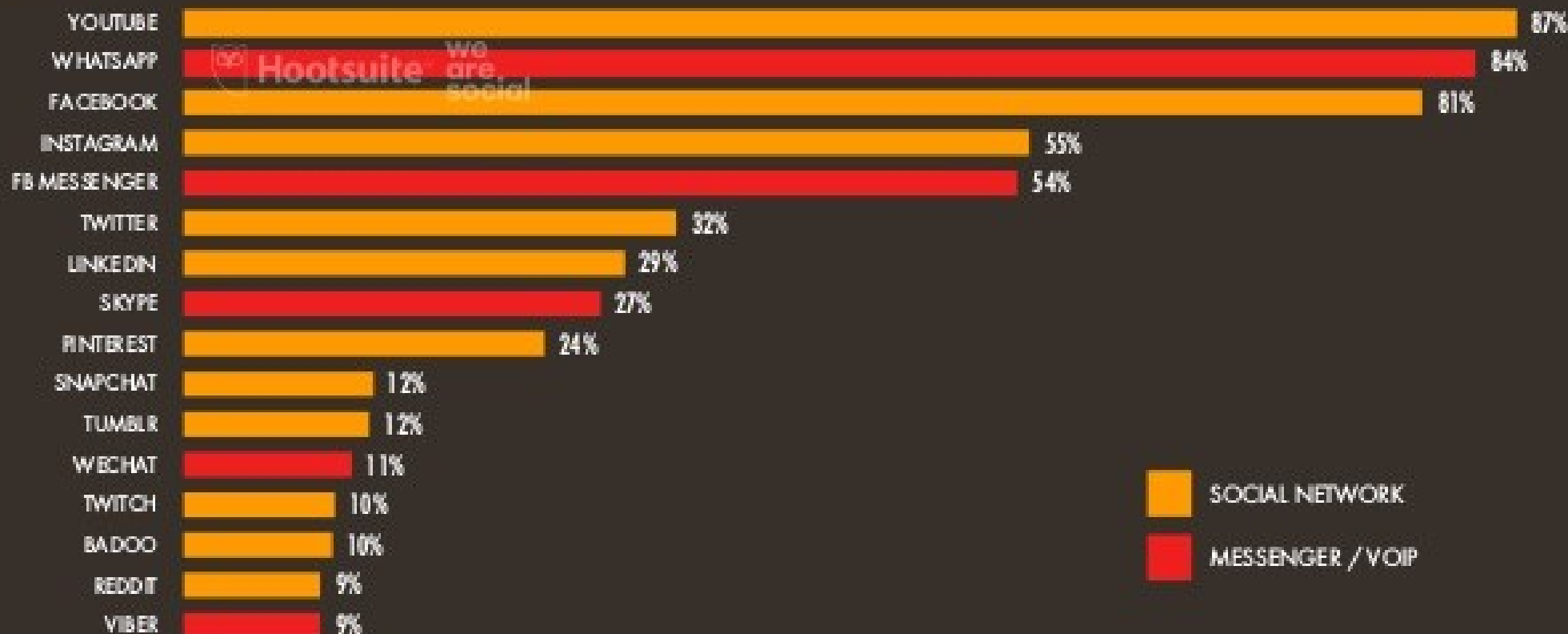
0H 44M

# Quali social usate?

GEN  
2019

## PIATTAFORME SOCIAL PIÙ ATTIVE

PERCENTUALE DI UTENTI CHE DICHIARANO DI USARE OGGI SOLUNA PIATTAFORMA [SURVEY]



# Dove chattate?

GEN  
2019

## PIATTAFORME DI MESSAGGISTICA NEL MONDO

LE PIÙ POPOLARI APP DI MESSAGGERIA PER PAESE A DICEMBRE 2018



**NOTE:** BASATE SULL'ANALISI DI SIMILARITIES DELLE INSTALLAZIONI ATTIVE DA GOOGLE PLAYSTORE (DICEMBRE 2018)

**NOTE:** I DATI TRAPRESENTI NELLA LEGENDA RAPPRESENTANO IL NUMERO DI PAESI NEI QUALI OGNI PIATTAFORMA È L'APP DI MESSAGGERIA CON LA MIGLIOR VALUTAZIONE.

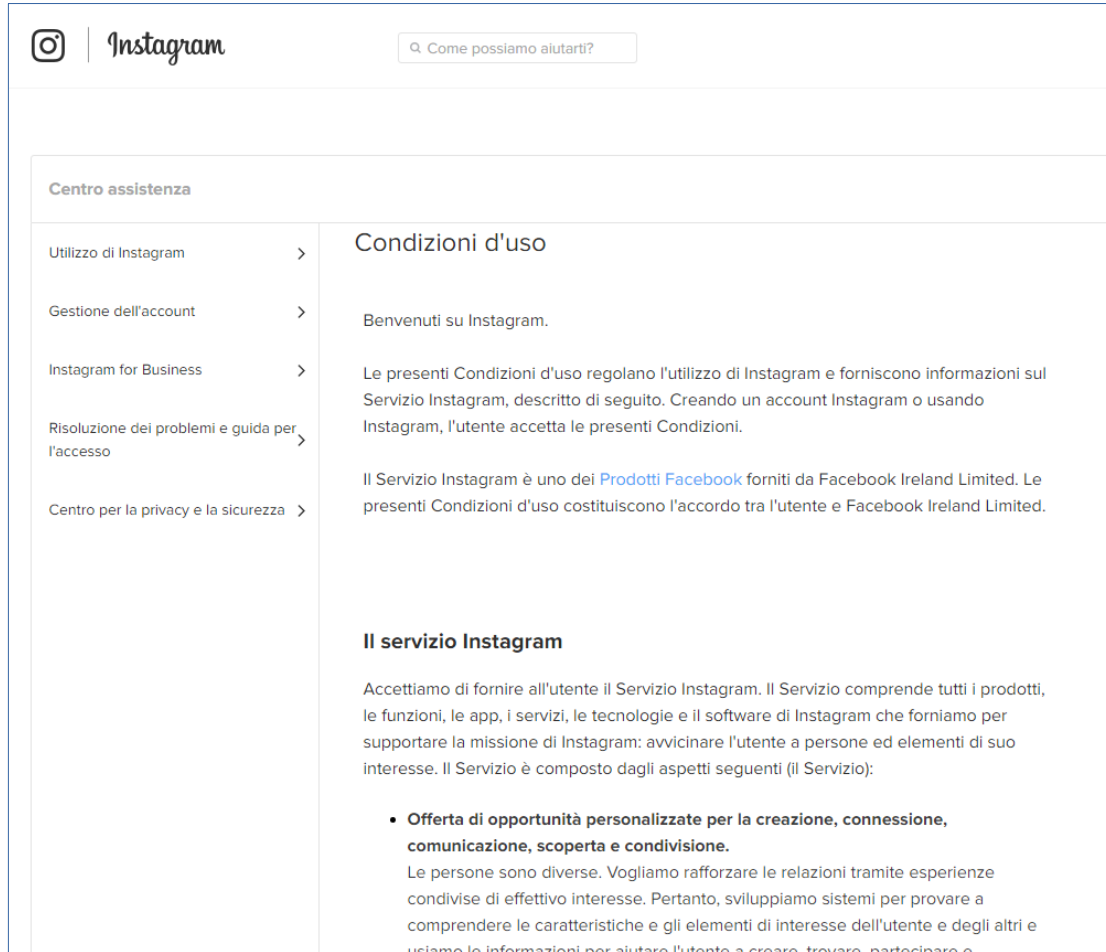


Come fare per accompagnare?



1. Conoscere (e far conoscere) le regole

# Quando mi iscrivo...



The screenshot shows the Instagram website's help center. On the left is a navigation menu with the following items: 'Utilizzo di Instagram', 'Gestione dell'account', 'Instagram for Business', 'Risoluzione dei problemi e guida per l'accesso', and 'Centro per la privacy e la sicurezza'. The main content area is titled 'Condizioni d'uso' and contains the following text:

Benvenuti su Instagram.

Le presenti Condizioni d'uso regolano l'utilizzo di Instagram e forniscono informazioni sul Servizio Instagram, descritto di seguito. Creando un account Instagram o usando Instagram, l'utente accetta le presenti Condizioni.

Il Servizio Instagram è uno dei [Prodotti Facebook](#) forniti da Facebook Ireland Limited. Le presenti Condizioni d'uso costituiscono l'accordo tra l'utente e Facebook Ireland Limited.

**Il servizio Instagram**

Accettiamo di fornire all'utente il Servizio Instagram. Il Servizio comprende tutti i prodotti, le funzioni, le app, i servizi, le tecnologie e il software di Instagram che forniamo per supportare la missione di Instagram: avvicinare l'utente a persone ed elementi di suo interesse. Il Servizio è composto dagli aspetti seguenti (il Servizio):

- **Offerta di opportunità personalizzate per la creazione, connessione, comunicazione, scoperta e condivisione.**

Le persone sono diverse. Vogliamo rafforzare le relazioni tramite esperienze condivise di effettivo interesse. Pertanto, sviluppiamo sistemi per provare a comprendere le caratteristiche e gli elementi di interesse dell'utente e degli altri e usiamo le informazioni per aiutare l'utente a creare, trovare, partecipare e

I have no idea what this says, but

I AGREE

# L'ABC: le regole su Whatsapp

**Età.** Se risiede in un Paese nella [Regione europea](#), l'utente deve avere almeno 16 anni per utilizzare i nostri Servizi (o l'età superiore necessaria nel suo Paese affinché sia autorizzato a registrarsi e a usare i nostri Servizi). Se risiede in qualsiasi altro Paese ad eccezione di quelli nella [Regione europea](#), l'utente deve avere almeno 13 anni per utilizzare i nostri Servizi (o l'età superiore necessaria nel suo Paese affinché sia autorizzato a registrarsi e a usare i nostri Servizi). Oltre ad avere l'età minima richiesta per usare i nostri Servizi in base alle leggi applicabili, ove l'utente non abbia l'età richiesta per poter accettare i Termini nel suo Paese, il suo genitore o il suo tutore devono accettarli a suo nome.



# L'ABC: le regole su Whatsapp

## Quali dati regaliamo?

Informazioni di uso e di accesso.

Informazioni sulle operazioni.

Informazioni su dispositivo e connessioni (modello di hardware, le informazioni sul sistema operativo, le informazioni sul browser, l'indirizzo IP, le informazioni sulla rete mobile, compresi il numero di telefono e gli identificativi del dispositivo, posizione del dispositivo

Cookie.

Informazioni sullo stato.

Informazioni sull'utente fornite da altri utenti.

Fornitori terzi.

Servizi di terzi.

# L'ABC: le regole su Whatsapp

## Cosa ne faccio dei tuoi dati?

Offerta di misurazioni, dati statistici e altri servizi per aziende (anche partner esterni)

Comunicazioni di marketing all'utente

Condivisione di informazioni con altri, comprese le forze dell'ordine per rispondere a richieste legali

Condividere informazioni con le aziende di Facebook

# E se fosse Telegram?

## 1. Sharing data

We never share your data with anyone. To this day, we have disclosed 0 bytes of user data to third parties, including governments.



# L'ABC: le regole su Instagram

**Chi può usare Instagram.** Desideriamo che il nostro Servizio sia quanto più aperto e inclusivo possibile, ma vogliamo che sia anche sicuro, protetto e conforme alle leggi. Pertanto, l'utente è tenuto a rispettare alcune limitazioni legali per poter far parte della community di Instagram.

- L'utente deve avere almeno 13 anni.
- Non devono gravare sull'utente divieti relativi alla ricezione di qualsiasi aspetto del nostro Servizio ai sensi della legge in vigore o allo svolgimento di attività di pagamento correlate ai Servizi se l'utente figura su una lista di parti con divieti applicabile.
- L'account dell'utente non deve essere stato disabilitato per violazione della legge o di una delle nostre normative.
- L'utente non deve essere stato condannato per violenza sessuale.

<https://www.facebook.com/help/instagram/478745558852511>

# Instagram: cosa non è ammesso?

- 1) L'utente non può utilizzare identità diverse della propria o fornire informazioni inesatte
- 2) L'utente non può agire in modo illegale, ingannevole o fraudolento o per uno scopo non legittimo o non autorizzato
- 3) L'utente non può violare (o aiutare o incoraggiare altri a farlo) le presenti Condizioni o le nostre normative
- 4) L'utente non può tentare di creare account o accedere a o raccogliere informazioni in modi non autorizzati
- 5) L'utente non può tentare di acquistare, vendere o trasferire alcun aspetto del proprio account
- 6) L'utente non può pubblicare informazioni private o riservate o effettuare azioni che violano i diritti di altri, compresi i diritti di proprietà intellettuale
- 7) L'utente non può usare un URL o un nome del dominio nel proprio nome utente senza la nostra previa autorizzazione scritta

# L'ABC: e Musical.ly?

*“Any User Content will be considered non-confidential and non-proprietary”*



Non banale, no



Quindi, accetto!

MACELLERIA "IL POLLINO"

ATTENZIONE !

---

Nella NOSTRA MACELLERIA, ALCUNE  
VOLTE POTREMMO CHIEDERE IL  
VOSTRO NOME e RICORDARCI  
LE VOSTRE PREFERENZE IN  
FATTO DI CARNE...

SE LA COSA È PER VOI MOLESTA, VI  
PREGHIAMO DI ENTRARE GRIDANDO:  
"NEGO IL CONSENSO !"

DA OGGI IN POI FAREMO FINTA DI NON CONOSCERVI





## 2. Farsi domande

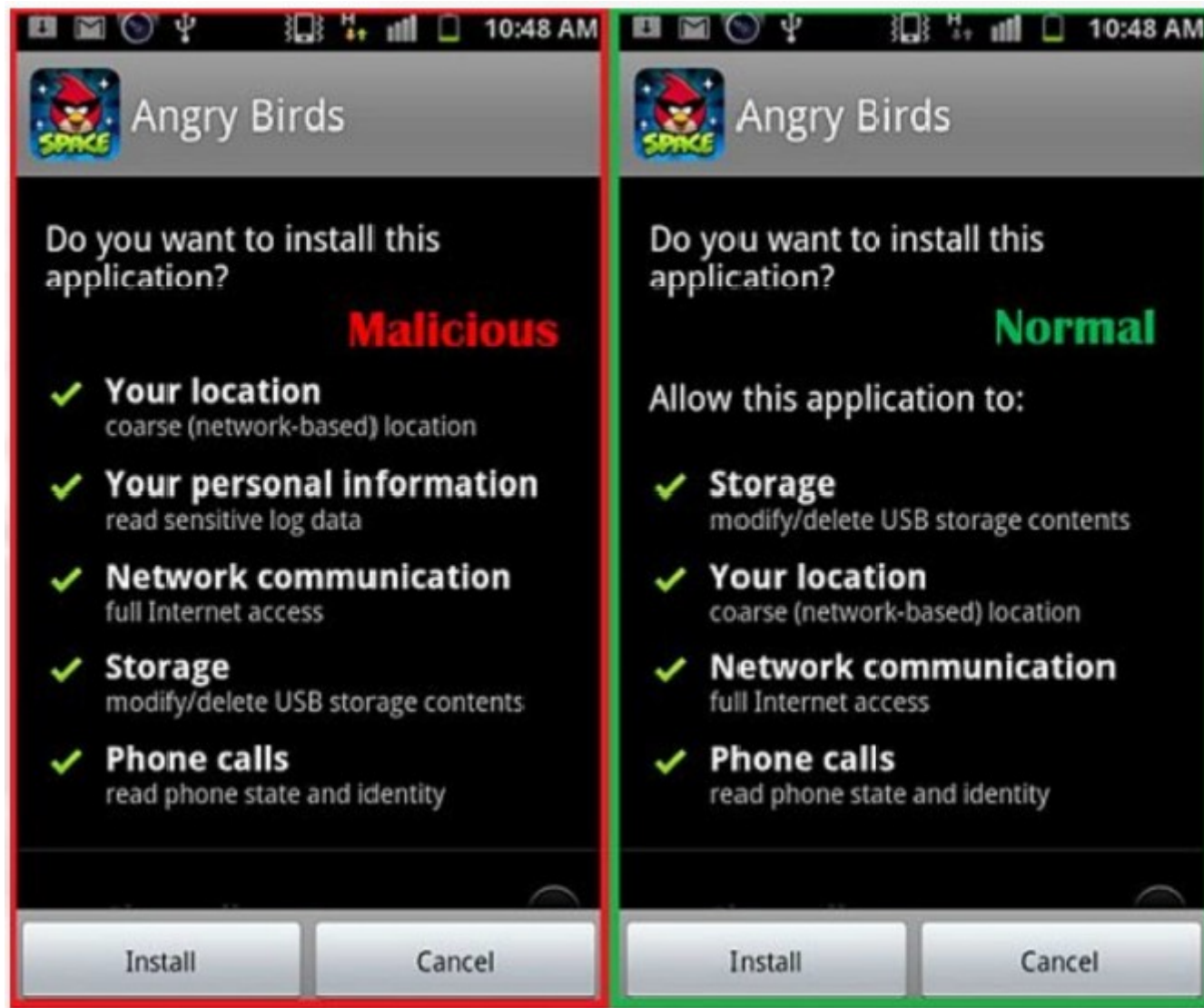
# App: cosa chiedersi prima di installare?

- A quali dati del telefono, del tablet o del computer l'app vuole accedere?
- Abbiamo letto con cura l'informativa che spiega come l'app tratterà i dati?
- Abbiamo verificato che l'app non condivida automaticamente i nostri dati sui social network?
- Abbiamo verificato se l'app accede ai nostri dati critici o particolarmente sensibili?

“ Si può essere più furbo di un altro, ma non più furbi di tutti” (La Rochefoucauld)



# Non è sempre furbo scaricare app gratis. Perché?





### 3. Darsi delle regole



# FAKE NEWS

10 riflessioni per affrontare il problema

1 Il problema delle *Fake News* esiste da sempre: oggi con i *Social Media* si alimenta di nuove dinamiche che ne enfatizzano il ruolo

1

2

2 La dinamica generativa dei *Social Media* è enfatizzata dalla crisi del ruolo della scienza nell'era della post-verità: ciò alimenta il fenomeno delle *Fake News*

3 L'istantaneità della condivisione batte la necessità della riflessione: con le *Fake News* il coinvolgimento emotivo supera la dimensione dell'approfondimento

3

4

4 La censura non solo è contraria alla natura e alla struttura della rete, ma con le *Fake News* è inefficace

5 La censura delle *Fake News* non solo è inefficace ma sarebbe pericolosa per gli utenti, soprattutto se basata su meccanismi top-down

5

6

6 Chi genera le *Fake News* ne è responsabile, ma chi le condivide ne condivide anche la responsabilità

7 Le *Fake News* sono prima di tutto un business: la dimensione economica quasi sempre è prevalente rispetto a quella politico-complottistica

7

8

8 Qualunque sia la soluzione tecnica proposta per arginare il fenomeno delle *Fake News*, la loro segnalazione è sempre preferibile alla censura

9 Qualsiasi meccanismo di controllo deve basarsi su dinamiche trasparenti, aperte e iterative. Non può essere responsabilità discrezionale delle piattaforme

9

10

10 Una norma da sola non risolverà il problema. Servono prima di tutto cultura, educazione e consapevolezza negli utenti



Per il testo completo del manifesto:  
[www.digitaltransformationinstitute.it](http://www.digitaltransformationinstitute.it)

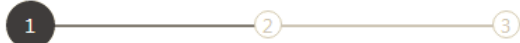
## 4. Essere critici

# 5. Controllare



# Parental control sì o no?

## Seleziona un Piano Premium



Selezione il piano  
pagamenti

Ordine & Pagamento

Fatto

Durante il periodo di prova di 30 giorni, puoi usare tutte le funzioni disponibili. [Download](#)

- Noi non rinnoviamo in automatico il tuo piano premium quando termina. Il pagamento è sempre fatto manualmente da te.
- Puoi aggiornare il tuo piano al livello premium in ogni momento e i giorni ancora rimanenti del tuo piano attuale saranno convertiti in un importo che andrà a ridurre la quota da pagare per l'aggiornamento.
- L'unica differenza dei Piani è il numero dei dispositivi che si possono gestire, tutte le funzioni fornite sono le stesse. Per il dispositivo dei genitori, puoi disabilitare il servizio di MobileFence attraverso il menu Dispositivi, così non viene conteggiato tra i dispositivi da gestire.
- Nel prossimo passaggio, nella pagina dei pagamenti, puoi cambiare il periodo di contratto (3,6,12 mesi) e il numero dei dispositivi da gestire.




<b>Famiglia3</b> <i>Piano Basic</i>	<b>Migliore</b> <b>Famiglia5</b> <i>Piano raccomandato</i>	<b>Famiglia10</b> <i>Collega più dispositivi</i>
<b>Fino a 3 dispositivi possono essere collegati</b>	<b>Fino a 5 dispositivi possono essere collegati</b>	<b>Fino a 10 dispositivi possono essere collegati</b>
Blocco siti pericolosi	Blocco siti pericolosi	Blocco siti pericolosi
Blocco app	Blocco app	Blocco app
Limita tempo di utilizzo	Limita tempo di utilizzo	Limita tempo di utilizzo
Traccia la posizione	Traccia la posizione	Traccia la posizione
Monitora attività online	Monitora attività online	Monitora attività online
<b>\$ 36 (USD)</b>	<b>\$ 54 (USD)</b>	<b>\$ 99 (USD)</b>



# Giochi sì? Tutti i giochi?



# PSN: come fare? Un esempio

Cosa può fare il genitore o tutore	Spiegazione	Come impostare le limitazioni
Impedire ai bambini l'uso di applicazioni, giochi o video che prevedono restrizioni di età.	È possibile impostare un livello del filtro contenuti per limitare l'uso di giochi e video che prevedono restrizioni di età. Il sistema PS4™ legge le informazioni riguardo alla classificazione e all'età consigliata incluse nel software del gioco o del video, quindi consente la riproduzione del solo contenuto appropriato per il livello del filtro impostato.	Puoi configurare le impostazioni in  (Impostazioni) > [Filtro contenuti] > [Limita l'uso delle funzioni della PS4]. Per ulteriori informazioni, consulta " <a href="#">Limita l'uso delle funzioni della PS4</a> ".
Limitare l'uso del browser Internet.	È possibile disattivare l'uso del  (Browser per Internet) nel sistema PS4™.	
Limitare l'accesso ai soli utenti creati nel sistema PS4™.	È possibile disattivare il login degli ospiti e la creazione di nuovi utenti nel sistema PS4™, per impedire ai bambini di effettuare il login e aggirare il filtro contenuti impostati.	
Bloccare siti Web inopportuni durante l'uso del browser per Internet.	È possibile usare un servizio di filtraggio web esterno per bloccare i siti Web non protetti e fraudolenti. Il servizio impedisce inoltre l'accesso a siti Web inappropriati per i bambini.*2	
Bloccare l'uso della funzione Chat/Messaggi di PlayStation™Network.	È possibile bloccare la chat di testo, la chat vocale e l'invio di messaggi con altri utenti online di sistemi PS4™.	Puoi configurare le impostazioni in  (Impostazioni) > [Filtro contenuti] > [Gestione account secondario]. Per ulteriori informazioni, consulta " <a href="#">Gestione account secondario</a> ".
Bloccare l'accesso ai contenuti multimediali generati dall'utente su PlayStation™Network.	È possibile bloccare la visione e la condivisione di video e immagini creati dagli utenti online del sistema PS4™ per l'accesso pubblico.	
Controllare la visualizzazione di contenuto disponibile in PlayStation@Store.*1	È possibile controllare la visione del contenuto di PlayStation@Store, in base alla classificazione per età.	
Impostare un limite di spesa mensile per PlayStation@Store.*1	È possibile impostare l'importo massimo mensile a disposizione di un account secondario spendibile su PlayStation@Store.	

\*1 PlayStation@Store è disponibile solo in determinati paesi e determinate regioni e lingue. Inoltre, i tipi di contenuti e servizi offerti da PlayStation@Store e i contenuti specifici disponibili variano da paese a paese e da regione a regione. Per ulteriori informazioni, consulta il [sito Web del servizio clienti del tuo paese o regione](#).

\*2 Tale servizio potrebbe essere associato a un costo supplementare.

# Il Manifesto della comunicazione non ostile

## 1. Virtuale è reale

Dico o scrivo in rete solo cose che ho il coraggio di dire di persona.

## 3. Le parole danno forma al pensiero

Mi prendo tutto il tempo necessario a esprimere al meglio quel che penso.

## 5. Le parole sono un ponte

Scelgo le parole per comprendere, farmi capire, avvicinarmi agli altri.

## 7. Condividere è una responsabilità

Condivido testi e immagini solo dopo averli letti, valutati, compresi.

## 9. Gli insulti non sono argomenti

Non accetto insulti e aggressività, nemmeno a favore della mia tesi.

## 2. Si è ciò che si comunica

Le parole che scelgo raccontano la persona che sono: mi rappresentano.

## 4. Prima di parlare bisogna ascoltare

Nessuno ha sempre ragione, neanche io. Ascolto con onestà e apertura.

## 6. Le parole hanno conseguenze

So che ogni mia parola può avere conseguenze, piccole o grandi.

## 8. Le idee si possono discutere. Le persone si devono rispettare

Non trasformo chi sostiene opinioni che non condivido in un nemico da annientare.

## 10. Anche il silenzio comunica

Quando la scelta migliore è tacere, taccio.

# Un decalogo a supporto

## 1. Ciò che condividi rimarrà visibile per sempre

Sai che quello che posti resterà per sempre? Sai che potranno vederlo i tuoi figli, i tuoi nipoti, il tuo datore di lavoro, potenzialmente tutti? Può danneggiarti o ti crea imbarazzo?

## 2. Ciò che condividi ha conseguenze. Positive e negative

Quale effetto avrà ciò che stai postando? Sei sicuro di quello che affermi? È vero? È utile ad altri? Farà star male qualcuno o te stesso?

## 3. Ciò che condividi deve essere vero

Sei sicuro che ciò che condividi sia vero? Sei certo della fonte della notizia che condividerai? Hai fatto delle verifiche? Sei sicuro di voler scrivere una cosa non vera su una persona? Hai valutato le conseguenze?

## 4. Ciò che condividi deve essere utile

Stai condividendo una cosa di valore per gli altri? Ciò che stai condividendo può aiutare qualcuno a conoscere qualcosa di nuovo o di interessante? Sarà utile alla crescita della tua lo SpA? Ti aiuterà a costruire una rete di contatti basata sugli interessi?

## 5. Ciò che condividi ti rappresenta

Stai condividendo post, commenti, video e foto che danno una idea corretta di te? Oppure ciò che condividi può dare un'idea sbagliata su come sei? Le persone potrebbero vederti in modo diverso da quello che realmente sei?

## 6. Ciò che condividi ti profila

Sai che fine faranno i dati che stai cedendo? Sai per quali scopi saranno utilizzati e da chi? Sai che ciò che condividi può essere usato per disegnare un profilo di te e delle tue abitudini? Ti sei chiesto se valga la pena fornire i tuoi dati come pagamento per il servizio che vuoi usare?

## 7. Ciò che condividi ti potrebbe far correre dei rischi

Sei sicuro di voler condividere informazioni personali? Qualcuno, oggi o in futuro, potrebbe utilizzare questo contenuto per danneggiarti o farti del male?

## 8. Ciò che condividi può fare molto male

Con ciò che condividi stai offendendo qualcuno? Stai minacciando? Stai disturbando? Come ti sentiresti al posto della persona della quale stai parlando? Sei certo di voler condividere qualcosa che fa male?

## 9. Ciò che condividi può fare molto bene

Con ciò che condividi farai felice qualcuno? Rispondendo in modo gentile ed educato ti distinguerai in meglio dagli altri? Stai contribuendo alla discussione in maniera tale da creare accordo invece che stimolando disaccordo o addirittura odio?

## 10. Ciò che condividi deve essere sensato ma soprattutto pensato

Sicuro di voler postare? Sicuro di voler commentare? Sicuro di voler partecipare alla discussione? Sicuro di dover rispondere? Pensaci prima di postare.

Imparare è Sempre ribellione

(Margaret Lee Runbeck)

Grazie

