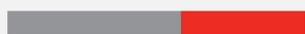




AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

RELAZIONE DI MONITORAGGIO IN MATERIA DI ALFABETIZZAZIONE MEDIATICA E DIGITALE

ANNO 2024



AUTORITÀ PER LE GARANZIE
NELLE COMUNICAZIONI

Sommario

1. Misure legali e strategiche.	4
1.a) La trasposizione della direttiva SMAV nel TUSMA.....	4
1.b) Il Fondo Alfabetizzazione digitale e minori presso il MIMIT	6
1.c) Bullismo e Cyberbullismo.....	7
1.d) Altre disposizioni legislative.	9
1.e) Disposizioni legislative in ambito europeo.....	10
2. Misure organizzative.	11
2.a) Il ruolo dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.....	11
2.b) Il ruolo dei Co.re.com.: le deleghe dell’Autorità in materia di media education	14
2.c) Il ruolo del Ministero delle Imprese e del Made in Italy: le misure nell’ambito del decreto 9 giugno 2023	16
2.d) Altre misure organizzative in materia di alfabetizzazione digitale e mediatica.	17
3. Fondi pubblici e altri meccanismi di finanziamento dell’alfabetizzazione mediatica.	19
4. Attività di coinvolgimento e sensibilizzazione, compresi i programmi di alfabetizzazione mediatica.	20
4.1. Il ruolo delle istituzioni.	21
4.1.a) Il Ministero dell’Istruzione e del Merito	21
4.1.b) Ministero dell’Università e della Ricerca	22
4.1.c) Dipartimento per la trasformazione digitale della Presidenza del Consiglio dei ministri....	23
4.1.d) Dipartimento per le Politiche della famiglia della Presidenza del Consiglio dei ministri.	24
4.1.e) Il Garante per la Protezione dei Dati Personali	25
4.1.f) INDIRE	26
4.2. Le iniziative dei Comitati Regionali per le Comunicazioni.	27
4.3. Il ruolo delle associazioni e delle organizzazioni della società civile.....	32
5. Il monitoraggio delle iniziative di alfabetizzazione digitale e mediatica da parte degli operatori.	42
5.1. Tipologia delle iniziative realizzate o in corso di realizzazione	42
5.2. Tematiche trattate nell’ambito delle iniziative realizzate o in corso di realizzazione.	44
5.3. Destinatari, risorse e performance delle iniziative realizzate o in corso di realizzazione.	46
6. Considerazioni conclusive.	47

Relazione di monitoraggio sull'attuazione dell'articolo 4, comma 3 del Testo Unico dei Servizi Media Audiovisivi in materia di alfabetizzazione mediatica e digitale – anno 2024.

L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, ai sensi del comma 4 dell'articolo 4 del Testo Unico dei Servizi Media Audiovisivi (TUSMA), approvato con decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208, svolge il monitoraggio dell'attività di promozione dell'alfabetizzazione mediatica e digitale in Italia.

La prima Relazione di monitoraggio è stata conclusa dall'Autorità nel dicembre 2022 e trasmessa dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy (MIMIT) alla Commissione europea, quale adempimento dell'obbligo previsto ogni tre anni, a partire dal 19 dicembre 2022, dalla Direttiva Servizi Media Audiovisivi - SMAV¹.

Il decreto legislativo 25 marzo 2024, n. 50 ha modificato il citato articolo 4, comma 4 del TUSMA, introducendo una cadenza annuale della relazione.

La presente Relazione ne rappresenta il primo adempimento relativamente all'anno 2024, ed è strutturata - sulla base del modello allegato alla Comunicazione della Commissione Europea del 23 febbraio 2023, recante *Orientamenti a norma dell'articolo 33 bis, paragrafo 3, della Direttiva sui servizi di media audiovisivi relativi all'ambito di applicazione delle relazioni degli Stati membri sulle misure di promozione e sviluppo dell'alfabetizzazione mediatica* adattato al quadro normativo italiano (cfr. paragrafo 1) -, in sei sezioni:

- 1) Misure legali e strategiche;
- 2) Misure organizzative;
- 3) Fondi pubblici e altri meccanismi di finanziamento dell'alfabetizzazione mediatica;
- 4) Attività di coinvolgimento e sensibilizzazione, compresi i programmi di alfabetizzazione mediatica;
- 5) Il monitoraggio delle iniziative di alfabetizzazione digitale e mediatica da parte degli operatori;
- 6) Considerazioni conclusive.

¹ La prima relazione di monitoraggio triennale (relativa al periodo 2020-22), inviata dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy alla Commissione Europea sulla base della relazione predisposta dall'Autorità, è disponibile al seguente link: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/it/library/national-reports-media-literacy-measures-under-audiovisual-media-services-directive-2020-2022>

Con specifico riferimento alle misure organizzative, ai fondi pubblici, alle attività di coinvolgimento e sensibilizzazione e alle iniziative degli operatori, l’Autorità ha analizzato le attività riferibili al periodo di riferimento indicato dalla summenzionata Commissione della Commissione Europea, relativo quindi al periodo incluso tra il 1° novembre 2023 e il 31 ottobre 2024.

1. Misure legali e strategiche.

1.a) La trasposizione della direttiva SMAV nel TUSMA

L’articolo 33-bis della Direttiva SMAV attribuisce agli Stati membri il compito di promuovere lo sviluppo dell’alfabetizzazione mediatica e di adottare misure a tal fine, vincolandoli ogni tre anni a una relazione di monitoraggio sull’attuazione di tali compiti².

Nel processo di trasposizione della nuova versione della Direttiva SMAV, il legislatore italiano ha inteso attribuire una particolare enfasi al ruolo dei fornitori di servizi di media e di piattaforme di condivisione dei video, ampliando il campo di azione anche all’alfabetizzazione digitale.

Pertanto, l’articolo 4 del TUSMA, recante i principi generali del sistema dei servizi di media audiovisivi e della radiofonia a garanzia degli utenti, così come modificato dal decreto legislativo 25 marzo 2024, n. 50, stabilisce al comma 3, per quanto riguarda l’attività di promozione dell’alfabetizzazione mediatica e digitale, che *“il Ministero (delle Imprese e del Made in Italy), d’intesa con l’Autorità, sentito il Ministero della cultura, il Ministero dell’Università e della Ricerca, il Ministero dell’Istruzione e del Merito, l’Autorità politica delegata all’innovazione tecnologica e l’Autorità politica con delega alla famiglia, promuove l’alfabetizzazione mediatica e digitale, attraverso i fornitori di servizi di media e i fornitori di piattaforme di condivisione di contenuti*

² La direttiva chiarisce inoltre, al considerando 59, che (i) l’alfabetizzazione mediatica si riferisce alle competenze, alle conoscenze e alla comprensione che consentono ai cittadini di utilizzare i media in modo efficace e sicuro; (ii) al fine di consentire ai cittadini di accedere alle informazioni, usare, analizzare criticamente e creare in modo responsabile e sicuro contenuti mediatici, occorre che essi dispongano di un livello avanzato di competenze di alfabetizzazione mediatica; (iii) l’alfabetizzazione mediatica non dovrebbe essere limitata all’apprendimento in materia di strumenti e tecnologie, ma dovrebbe mirare a dotare i cittadini delle capacità di riflessione critica necessarie per elaborare giudizi, analizzare realtà complesse e riconoscere la differenza tra opinioni e fatti; (iv) è pertanto necessario che sia i fornitori di servizi di media sia i fornitori di piattaforme per la condivisione di video, in cooperazione con tutti i soggetti interessati pertinenti, promuovano lo sviluppo dell’alfabetizzazione mediatica in tutti i settori della società, per i cittadini di tutte le età, e per tutti i media, e che se ne verifichino attentamente i progressi.

video o anche solo audio o entrambi”³. Per quanto riguarda invece l'attività di monitoraggio, il successivo comma 4 stabilisce che *“il monitoraggio dell'attività di promozione dell'alfabetizzazione mediatica e digitale è svolto dall'Autorità. Ogni tre anni il Ministero (delle Imprese e del Made in Italy) presenta alla Commissione Europea una relazione sull'attività di promozione dell'alfabetizzazione sulla base delle relazioni annuali predisposte dall'Autorità”*.

Dal quadro normativo descritto, dunque, emerge da un lato il ruolo affidato alle istituzioni (ovvero la promozione dello sviluppo dell'alfabetizzazione mediatica e digitale e il monitoraggio di tale attività) e, dall'altro, un ruolo attivo dei fornitori di servizi di media e dei fornitori di piattaforme di condivisione di contenuti video o anche solo audio o entrambi. Inoltre, i fornitori di piattaforme di condivisione di contenuti video, o anche solo audio o entrambi, sono soggetti anche agli obblighi di cui all'art. 42 del TUSMA, tra cui si evidenzia, per le finalità di questa relazione, *“predisporre misure e strumenti efficaci di alfabetizzazione mediatica e sensibilizzare gli utenti in merito a tali misure e strumenti”* (comma 7, let. 1).

Si evidenzia inoltre che il summenzionato decreto correttivo, nell'abrogare le disposizioni del TUSMA in materia di Comitato di autoregolamentazione TV e minori, introduce una nuova versione dell'art. 8, comma 2 del TUSMA, istituendo presso il MIMIT un comitato consultivo interistituzionale, che non solo ha il compito di esprimere il proprio parere nella fase di adozione dei codici di autoregolamentazione e co-regolamentazione dei fornitori di servizi media diffusi tramite qualsiasi canale o piattaforma, a tutela dei minori, ma che viene investito anche di *“compiti di promozione e ricerca sui temi di alfabetizzazione mediatica e digitale”*. Ai sensi della nuova disposizione normativa, le modalità di funzionamento e partecipazione al suddetto comitato sono state definite con successivo decreto del MIMIT del 19 giugno 2024⁴.

³ Lo stesso articolo 4, comma 3, evidenzia che tali attività di promozione verranno svolte *“ferme restando le attività di sostegno dell'educazione all'immagine e dell'alfabetizzazione alle tecniche e ai media di produzione e diffusione delle immagini di cui agli articoli 3 e 27 della legge 14 novembre 2016, n. 220”*.

⁴ In particolare, il Comitato ha compiti di promozione e ricerca sui temi di alfabetizzazione mediatica e digitale, esprime pareri nella fase di adozione dei codici di autoregolamentazione e co-regolamentazione dei fornitori di servizi media diffusi tramite qualsiasi canale o piattaforma, a tutela dei minori; può formulare eventuali osservazioni all'AGCOM in merito all'inosservanza delle disposizioni a tutela dei minori nella programmazione audiovisiva e sulle comunicazioni commerciali audiovisive e radiofoniche predisposte dai fornitori di servizi di media audiovisivi o radiofonici; esprime osservazioni sull'adozione della disciplina di settore al fine di garantire un adeguato livello di tutela della dignità umana e dello sviluppo fisico, mentale e morale del pubblico dei minori. Inoltre, formula pareri all'AGCOM sulla

In relazione al contenuto delle tematiche da trattare, il Comitato può avvalersi del supporto tecnico di consulte di esperti nei settori del broadcasting e dei social media, per la diffusione di una cultura del benessere digitale dei minori⁵.

1.b) Il Fondo Alfabetizzazione digitale e minori presso il MIMIT

A conferma del ruolo attivo affidato dal legislatore a FSMA e VSP, la Legge di Bilancio 2023 ha istituito, presso il MIMIT, un Fondo di durata triennale, con una dotazione complessiva pari a 3 milioni, ovvero a 1 milione di euro per ciascuno degli anni 2023, 2024 e 2025, avente lo scopo di sostenere e promuovere progetti di alfabetizzazione mediatica e digitale e progetti educativi a tutela dei minori, realizzati dai fornitori di servizi di media e dai fornitori di piattaforme di condivisione video (art. 1, comma 360). Ai sensi del successivo comma 361, il 21 agosto 2024 è stato pubblicato in Gazzetta Ufficiale un decreto ministeriale, approvato dal MIMIT il 9 giugno 2024, di concerto con la Ministra per la famiglia, la natalità e le pari opportunità e con il Sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio con delega all'innovazione tecnologica, in materia di promozione di progetti di alfabetizzazione mediatica e digitale a tutela dei minori.

Tramite tale decreto, il MIMIT fornisce specifiche indicazioni sui seguenti punti:

a) attività di studio e ricerca sui target di riferimento del mercato digitale, in particolare delle piattaforme per la condivisione dei video, sui contenuti veicolati e sugli strumenti di misurazione ed impatto;

relazione che la stessa presenta annualmente al Parlamento sulla tutela dei diritti dei minori, sulle misure adottate, sui procedimenti per la violazione dei codici di autoregolamentazione e sulle sanzioni irrogate, nonché sull'informativa semestrale diretta alla Commissione parlamentare per l'infanzia e l'adolescenza. Il Comitato, che si è riunito per la prima volta il 17 ottobre 2024, è composto da un rappresentante del Ministero delle imprese e del Made in Italy, che lo presiede, nonché da un rappresentante per ognuna delle seguenti istituzioni: Dipartimento per le politiche della famiglia della Presidenza del Consiglio dei ministri; Dipartimento delle Politiche Giovanili e del servizio civile universale della Presidenza del Consiglio dei ministri; Dipartimento per la trasformazione digitale della Presidenza del Consiglio dei ministri; Ministero dell'istruzione e del merito; Ministero dell'università e della ricerca; Ministero della cultura; Ministero dell'economia e delle finanze; Polizia postale e delle comunicazioni; Autorità per le garanzie nelle comunicazioni; Garante per la protezione dei dati personali; Autorità garante per l'infanzia e l'adolescenza.

⁵ A tal proposito, è stata adottata dal Comitato una prima lista di esperti e operatori nei settori del broadcasting e social media e sono stati individuati tre gruppi di lavoro negli ambiti rispettivamente dell'adozione del nuovo Codice di autoregolamentazione media e minori che dovrà includere anche i social media, di promozione dell'alfabetizzazione digitale e di analisi del quadro normativo, e di istruttoria ed esame delle segnalazioni di violazione del Codice vigente che riceve il Comitato, in linea di continuità, in questo caso con l'attività svolta dal precedente Comitato media e minori.

b) costituzione di un tavolo tecnico anche con i principali fornitori di servizi audiovisivi e di piattaforme per la condivisione video con il compito di individuare i criteri per l'avvio dei progetti educativi a tutela dei minori;

c) selezione e finanziamento di progetti legati all'alfabetizzazione mediatica e digitale e di progetti educativi a tutela dei minori.

L'art. 72, comma 5-bis del TUSMA, così come inserito dal decreto legislativo 25 marzo 2024, n. 50, ha inoltre stabilito che, *“per gli anni 2024-2025, per l'attività di promozione dell'alfabetizzazione mediatica e digitale, il Ministero utilizza le risorse previste, per ciascuno degli anni 2024 e 2025, di cui all'articolo 1, comma 360, della legge 29 dicembre 2022, n. 197”*.

Per quanto concerne le misure organizzative e la concessione dei finanziamenti di cui al Fondo Alfabetizzazione Digitale e Minori si rimanda, rispettivamente, ai successivi paragrafi 2 e 3.

1.c) Bullismo e Cyberbullismo.

In riferimento alla prevenzione e al contrasto dei fenomeni di bullismo e cyberbullismo, si segnala che la legge 17 maggio 2024, n. 70, recante *“Disposizioni e delega al Governo in materia di prevenzione e contrasto del bullismo e del cyberbullismo”* ha ampliato l'ambito di applicazione della legge 29 maggio 2017, n. 71, alla prevenzione e al contrasto del fenomeno del bullismo, accanto a quello del cyberbullismo.

Si segnala, in proposito, che l'art. 3, comma 1, della legge n. 71 del 2017, come modificata dalla su richiamata legge n. 70 del 2024, prevede l'istituzione, presso il Ministero dell'istruzione e del merito, del tavolo tecnico per la prevenzione e il contrasto del bullismo e del cyberbullismo, del quale fanno parte rappresentanti di diverse istituzioni, 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*, delle associazioni studentesche e dei genitori, delle associazioni attive nel contrasto del bullismo e del cyberbullismo, nonché di esperti dotati di specifiche competenze in campo psicologico, pedagogico e delle comunicazioni sociali telematiche, nominati dal Ministro dell'istruzione e del merito, di concerto con l'Autorità politica delegata per le politiche della famiglia.

Il tavolo tecnico, presieduto da un rappresentante del Dipartimento per le Politiche della famiglia della Presidenza del Consiglio dei ministri, ha il compito di redigere un piano di azione integrato per il contrasto e la prevenzione del bullismo e del cyberbullismo, integrato con il codice di co-regolamentazione per la prevenzione e il contrasto del bullismo e del cyberbullismo, a cui devono attenersi gli operatori che forniscono servizi di *social networking* e gli altri operatori della rete internet. Il piano di azione integrato stabilisce, altresì, le iniziative di informazione e di prevenzione dei fenomeni del bullismo e del cyberbullismo rivolte ai cittadini.

Nell'ambito del piano di azione integrato, inoltre, l'Autorità politica delegata per le politiche della famiglia, in collaborazione con l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e con il Garante per la protezione dei dati personali, predispone periodiche campagne informative di prevenzione e di sensibilizzazione sui fenomeni del bullismo e del cyberbullismo, anche per la diffusione della conoscenza dei sistemi di controllo parentale, avvalendosi dei principali media nonché degli organi di comunicazione e di stampa e di soggetti privati (articolo 3, comma 5)⁶.

L'art. 3 della legge n. 70 del 2024 prevede, inoltre, la delega al Governo per l'adozione di ulteriori disposizioni al fine di prevenire e contrastare i fenomeni del bullismo e del cyberbullismo in tutte le loro manifestazioni, in particolare con azioni di carattere preventivo e con una strategia di attenzione e tutela nei confronti dei minori, vittime o responsabili degli illeciti⁷.

⁶ Si evidenzia, inoltre, che, ai sensi dell'articolo 4 della legge n. 71 del 2017 e s.m.i., il Ministero adotta linee di orientamento recanti anche l'indicazione delle procedure per la prevenzione e il contrasto del bullismo e del cyberbullismo nelle scuole, anche avvalendosi della collaborazione della Polizia postale e delle comunicazioni, e che 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 bullismo e del cyberbullismo e l'educazione alla legalità

⁷ L'Esecutivo viene quindi delegato ad adottare uno o più decreti legislativi nel rispetto di quattro principi e criteri direttivi: *a)* prevedere il potenziamento del servizio per l'assistenza delle vittime di atti di bullismo e cyberbullismo mediante il numero pubblico «Emergenza infanzia 114»; *b)* prevedere che l'Istituto nazionale di statistica (ISTAT) svolga, con cadenza biennale, una rilevazione sui fenomeni del bullismo e del cyberbullismo, al fine di misurarne le caratteristiche fondamentali e di individuare i soggetti più esposti al rischio; *c)* prevedere che i contratti degli utenti stipulati con i fornitori di servizi di comunicazione e di informazione offerti mediante reti di comunicazione elettronica, previsti dagli articoli 98-*quater decies* e 98-*septies decies* del codice delle comunicazioni elettroniche, di cui al decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259, richiamino espressamente le disposizioni dell'articolo 2048 del codice civile in materia di responsabilità dei genitori per i danni cagionati dai figli minori in conseguenza di atti illeciti posti in essere attraverso l'uso della rete nonché le avvertenze a tutela dei minori previste dal Regolamento (UE) 2022/2065 (cd. *Digital Services Act*); *d)* prevedere che la Presidenza del Consiglio dei

1.d) Altre disposizioni legislative.

Ai sensi dell'art. 13-bis del decreto-legge 15 settembre 2023, n. 123, recante “*Misure urgenti di contrasto al disagio giovanile, alla povertà educativa e alla criminalità minorile, nonché per la sicurezza dei minori in ambito digitale*”, convertito con modificazioni dalla legge 13 novembre 2023, n. 159, l'accesso dei minori a contenuti a carattere pornografico è vietato, “in quanto mina il rispetto della loro dignità e ne compromette il benessere fisico e mentale, costituendo un problema di salute pubblica” (comma 1). L'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni stabilisce con proprio provvedimento, sentito il Garante per la protezione dei dati personali, le modalità tecniche e di processo che i gestori di siti *web* e i fornitori delle piattaforme di condivisione video, che diffondono in Italia immagini e video a carattere pornografico, sono tenuti ad adottare per l'accertamento della maggiore età degli utenti, “assicurando un livello di sicurezza adeguato al rischio e il rispetto della minimizzazione dei dati personali raccolti in ragione dello scopo” (comma 3).

Ai sensi del successivo articolo 14, il Dipartimento per le Politiche della famiglia della Presidenza del Consiglio dei ministri promuove studi ed elabora linee guida rivolte ai fruitori di dispositivi di comunicazione elettronica e di applicazioni di controllo parentale, con particolare attenzione agli educatori, alle famiglie e ai minori stessi (comma 1), mentre i Centri per la famiglia di cui all'articolo 1, comma 1250, lettera e), della legge 27 dicembre 2006, n. 296, offrono consulenza e servizi in merito alla alfabetizzazione mediatica e digitale dei minori, con particolare attenzione alla loro tutela rispetto all'esposizione a contenuti pornografici e violenti. A tal fine, il Ministro per la famiglia, la natalità e le pari opportunità realizza un'intesa in sede di Conferenza Unificata, avente ad oggetto i criteri e le modalità di attuazione dei servizi e delle prestazioni erogabili dai Centri per la famiglia, inclusi quelli in materia di alfabetizzazione mediatica e digitale dei minori (comma 2).

Inoltre, il Dipartimento per le Politiche della famiglia e il Ministero per le imprese e il made in Italy avviano annualmente campagne di informazione sull'uso consapevole

ministri, nell'ambito delle risorse destinate, nel proprio bilancio autonomo, alle attività di comunicazione istituzionale, promuova periodiche campagne informative di prevenzione e di sensibilizzazione sull'uso consapevole della rete internet e sui suoi rischi, avvalendosi dei principali mezzi di informazione, degli organi di comunicazione e di stampa nonché di soggetti privati.

della rete e sui rischi connessi, in particolar modo sui mezzi di prevenzione dall'accesso a contenuti potenzialmente nocivi per lo sviluppo armonioso dei minori (comma 3).

Si evidenzia, infine, che, ai sensi del comma 5 dell'articolo 14 del decreto, entro il 31 maggio di ciascun anno l'Autorità politica con delega alle politiche per la famiglia presenta una relazione annuale al Parlamento sull'attuazione degli articoli 13, 13-*bis* e 14 del decreto-legge n. 123 del 2023, sulla base di una relazione che l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni predispone, entro il 31 gennaio di ciascun anno, sull'impatto dell'attuazione dell'articolo 13, con particolare riferimento all'uso delle applicazioni di controllo parentale, nonché dell'articolo 13-*bis*, con particolare riferimento all'attuazione della misura di verifica della maggiore età per l'accesso a siti pornografici.

1.e) Disposizioni legislative in ambito europeo.

Nel periodo di riferimento della presente relazione, è entrato in vigore il Regolamento (UE) 2022/2065 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 19 ottobre 2022 (cd. *Digital Services Act*). Già con il summenzionato decreto-legge 15 settembre 2023, n. 123, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni è stata investita del ruolo di Coordinatore dei Servizi Digitali per l'Italia (art. 15). Il *Digital Services Act* prevede specifiche disposizioni a tutela dei minori, imponendo ai fornitori di piattaforme online accessibili a minori di adottare misure volte a garantire un elevato livello di tutela della privacy, della sicurezza e protezione dei minori-utenti della piattaforma e facendo espresso divieto agli stessi fornitori di presentare sulla propria interfaccia online pubblicità indirizzata ai minori basata sulla profilazione dell'utente (art. 28). Inoltre, con specifico riferimento ai fornitori di piattaforme e motori di grandi dimensioni (i cd. VLOPs – very large online platforms e VLOSEs – very large online search engines), che hanno l'obbligo di identificare, analizzare e valutare ogni possibile fonte di rischio sistemico, e di mettere in campo eventuali misure di mitigazione di tali rischi, su cui il Comitato dei Servizi Digitali è chiamato a predisporre una relazione annuale (artt. 34 e 35), si evidenzia come tra i rischi sistemici individuati dal Regolamento UE sia possibile rinvenire: a) la diffusione di contenuti illegali; b) eventuali effetti negativi, attuali o prevedibili, per l'esercizio dei diritti fondamentali, tra cui i diritti fondamentali alla dignità umana e la libertà di espressione e di informazione, inclusi la libertà e il pluralismo dei media; c) eventuali effetti negativi sul dibattito civico e sui processi

elettorali; d) qualsiasi effetto negativo in relazione alla violenza di genere, alla protezione della salute pubblica e dei minori e alle gravi conseguenze negative per il benessere fisico e mentale della persona.

Si segnala infine che il nuovo Regolamento sulla libertà dei media cd. European Media Freedom Act (Regolamento UE 2024/1083 dell'11 aprile 2024), che entrerà in vigore nel 2025, introduce, per la prima volta nel dispositivo di un atto legislativo europeo, una definizione di alfabetizzazione mediatica, e dà compito al nuovo European Board for Media Services (EBMS), che sostituirà l'European Regulators Group for Media Audiovisual (ERGA), di promuovere lo scambio di esperienze e *best practices* in materia di alfabetizzazione mediatica, anche per promuovere lo sviluppo e l'uso di misure e strumenti efficaci per rafforzare l'alfabetizzazione mediatica stessa (articolo 13, comma 1, let. o).

La definizione proposta di alfabetizzazione mediatica fa riferimento a *“le competenze, le conoscenze e la comprensione che consentono ai cittadini di utilizzare i media in modo efficace e sicuro e che non si limitano all'apprendimento in materia di strumenti e tecnologie, ma mirano a dotare i cittadini delle capacità di pensiero critico necessarie per elaborare giudizi, analizzare realtà complesse e riconoscere la differenza tra opinioni e fatti”* (art. 2, comma 1, punto 21) e, rispetto alle precedenti ipotesi definitorie contenute nel considerando 47 della Direttiva Servizi Media Audiovisivi (cfr. paragrafo 1.a), propone una specifica enfasi su pensiero critico e distinzione tra fatti e opinioni.

2. Misure organizzative.

2.a) Il ruolo dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

L'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha individuato la promozione dell'alfabetizzazione e della cultura digitale tra gli obiettivi strategici del proprio Piano di performance 2023-25 approvato con delibera n. 111/23/CONS. In tale ambito, l'alfabetizzazione digitale e l'uso consapevole dei mezzi di comunicazione sono obiettivi essenziali per contrastare i fenomeni di disinformazione (*fake news*) e di incitamento all'odio (*hate speech*) nonché per mitigare i rischi cui soprattutto i minori sono esposti nel consumo di media online. L'Autorità persegue questi obiettivi sia attraverso iniziative proprie, comprese studi e ricerche, sia attraverso la delega ai Corecom delle funzioni di *media education* a livello locale, di cui si parlerà diffusamente in seguito.

Per quanto riguarda le attività di studio e ricerca, nel periodo di riferimento della presente relazione⁸, l'Autorità ha avviato le attività propedeutiche alla realizzazione di uno specifico report di ricerca in materia di alfabetizzazione digitale e mediatica nelle diverse fasce di popolazione italiana (con particolare riferimento a minori e over 65). I risultati della survey effettuata nella primavera 2024 sono stati analizzati nella seconda parte del 2024 e saranno oggetto di uno o più report nella prima metà del 2025.

Nello stesso periodo, l'Autorità ha inoltre avviato le attività propedeutiche all'avvio di un *Tavolo di coordinamento in materia di alfabetizzazione digitale e mediatica*, funzionale allo svolgimento delle specifiche competenze in materia di monitoraggio sullo stato dell'alfabetizzazione digitale e mediatica in Italia attribuite dal legislatore, tramite l'invito alle istituzioni considerate membri di diritto e la pubblicazione di una comunicazione di avvio del Tavolo rivolta a potenziali membri e osservatori⁹.

Tra gli obiettivi del Tavolo di coordinamento vi è in particolare quello di favorire la raccolta e la catalogazione delle principali misure, iniziative e *best practices* in materia di alfabetizzazione digitale e mediatica, oggetto dell'attività di monitoraggio continuativa sullo stato dell'alfabetizzazione mediatica che l'Autorità è chiamata a svolgere ai sensi dell'articolo 4, comma 4, del TUSMA, anche seguendo le indicazioni contenute nella Comunicazione della Commissione Europea del 23 febbraio 2023.

Infine, si segnala che, in attuazione dell'art. 13-bis del decreto-legge n. 123/2023, l'Autorità, con la delibera n. 9/24/CONS, ha avviato un procedimento istruttorio volto a disciplinare le modalità tecniche e di processo utilizzate dai gestori dei siti web e dai fornitori delle piattaforme di condivisione video per la verifica della maggiore età degli utenti.

L'Autorità, previa acquisizione del parere del Garante per la protezione dei dati personali, ha avviato successivamente, con la delibera n. 61/24/CONS, una consultazione pubblica per l'approvazione di uno specifico provvedimento che disciplina le modalità tecniche e di processo che i soggetti individuati dalla norma sono tenuti ad adottare per l'accertamento della maggiore età degli utenti.

⁸ Precedentemente l'Autorità aveva già svolto un'analisi *desk* delle principali iniziative di ricerca disponibili in Italia e all'estero, un'analisi di contesto a uso interno sviluppata grazie a banche dati già disponibili (in particolare Sinottica-GfK) e un'accurata operazione di confronto con l'attività di studio e i ricerca analoga realizzata dall'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano nell'ambito delle attività promosse dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy sulla base del Decreto ministeriale del 9 giugno 2023.

⁹ https://www.agcom.it/sites/default/files/media/allegato/2024/avviso_1.pdf

Nella riunione di Consiglio del 24 settembre 2024, l'Autorità ha infine approvato, al termine della precedente consultazione pubblica, cui hanno partecipato 13 soggetti tra i quali altre istituzioni, associazioni di categoria e di consumatori, piattaforme di condivisione video, previa acquisizione del parere favorevole del Garante per la protezione dei dati personali, lo schema di regolamento che disciplina le modalità tecniche e di processo per l'accertamento della maggiore età degli utenti (*age assurance*), che è stato notificato alla Commissione europea ai sensi Direttiva (UE) 2015/1535, trattandosi di una cd. "regola tecnica".

In applicazione di quanto richiesto dal cd. decreto Caivano, al fine di garantire il requisito della riservatezza "rafforzata", le specifiche dell'Autorità prevedono un sistema di verifica dell'età che utilizzi il modello del "doppio anonimato", in cui non si deve consentire ai fornitori di prova della maggiore età di sapere per quale servizio viene eseguita la verifica dell'età, che due prove di maggiore età provengono dalla stessa fonte di prova dell'età, che un utente ha già utilizzato il sistema di verifica.

In funzione del requisito appena ricordato, il sistema proposto dall'Autorità prevede l'intervento, per la fornitura della prova della maggiore età, di soggetti terzi indipendenti certificati, attraverso un processo di verifica dell'età che prevede due passaggi logicamente separati: identificazione e autenticazione della persona identificata, per ciascuna sessione di utilizzo del servizio regolamentato (cioè, la fornitura di contenuti pornografici tramite sito o piattaforma web)¹⁰. L'Autorità avvierà infine un Tavolo tecnico di monitoraggio e analisi delle evoluzioni tecniche, normative e regolamentari in materia di sistemi di *age assurance*.

Presso l'AGCOM opera, infine, il Consiglio Nazionale degli Utenti (CNU), istituito ai sensi dell'art. 1, c. 28, legge 49/1997. Il CNU esprime pareri e formula proposte all'Autorità, al Parlamento e al Governo e a tutti gli organismi pubblici e privati, che

¹⁰ Ai fini della realizzazione delle specifiche tecniche, l'Autorità ha adottato un approccio tecnologicamente neutrale, che lascia ai soggetti tenuti alla realizzazione dei processi di *age assurance* una ragionevole libertà di valutazione e scelta, stabilendo tuttavia i principi e i requisiti che devono essere soddisfatti dai sistemi introdotti: (i) proporzionalità, intesa come ricerca del giusto equilibrio tra i mezzi utilizzati per la verifica dell'età e il suo impatto sulla limitazione dei diritti delle persone; (ii) protezione dei dati personali (requisito della riservatezza); (iii) sicurezza, ovvero previsione di misure di sicurezza informatica; (iv) precisione ed efficacia; (v) funzionalità, accessibilità, facilità d'uso e non ostacolo all'accesso ai contenuti in Internet; (vi) inclusività e non discriminazione; (vii) trasparenza nei confronti degli utenti per quanto riguarda i sistemi e i dati trattati e le finalità; (viii) formazione e informazione; (ix) gestione dei reclami.

hanno competenza in materia audiovisiva o svolgono attività in questi settori, su tutte le questioni concernenti la salvaguardia dei diritti e le legittime esigenze dei cittadini.

In particolare il CNU, che è composto da esperti nominati da AGCOM e candidati dalle associazioni rappresentative delle varie categorie degli utenti dei servizi di telecomunicazioni e radiotelevisivi fra persone particolarmente qualificate in campo giuridico, sociologico, psicologico, pedagogico, educativo e mass-mediale, promuove iniziative e interviene nel dibattito pubblico su tematiche attinenti alla tutela dei minori e della dignità dell'uomo e della donna sui mezzi di comunicazione tradizionali e online, anche in occasione di Giornate dedicate (es. Safer Internet Day, Giornata contro la Pedofilia e la Pedopornografia, Festa delle Donne, Giornata internazionale dell'infanzia e dell'adolescenza).

Il CNU è altresì attualmente impegnato nell'approfondimento delle tematiche concernenti l'alfabetizzazione digitale in relazione sia ai processi in atto di transizione digitale delle amministrazioni pubbliche, sia all'apporto delle tecnologie informatiche e dell'Intelligenza artificiale al servizio delle persone con disabilità visiva, anche alla luce dell'European Accessibility Act.

Nel periodo di riferimento della presente Relazione il CNU ha promosso anche alcune iniziative nelle quali è stata posta in evidenza la funzione strategica dei programmi di alfabetizzazione digitale, sostenuti da una forte capacità delle istituzioni di fare rete, ciascuno nell'ambito delle rispettive competenze, coordinando la pluralità di interventi normativi, regolamentari e culturali attraverso un approccio multidisciplinare e una costante ed efficace comunicazione istituzionale.

2.b) Il ruolo dei Co.re.com.: le deleghe dell'Autorità in materia di *media education*

Con l'Accordo Quadro per l'esercizio delle funzioni delegate ai Co.re.com. (delibera n. 427/22/CONS), l'Autorità ha individuato per la prima volta la *media education* come funzione delegata specifica affidata ai Comitati Regionali per le Comunicazioni, i quali, già da anni, nell'ambito della delega in materia di garanzia e tutela dei minori nell'ambito dei servizi media audiovisivi locali, o su iniziativa propria, svolgevano attività e iniziative di informazione e formazione sui temi del digitale nelle scuole. In particolare, l'Autorità ha affidato ai Co.re.com. le funzioni di "*tutela e garanzia dell'utenza, con particolare riferimento ai minori, attraverso iniziative di educazione*

all'utilizzo dei media tradizionali e dei nuovi media decentrate sul territorio nazionale da svolgersi nell'ambito delle attività di alfabetizzazione mediatica e digitale promosse dall'Autorità, anche in raccordo con altre istituzioni nazionali, tenendo conto delle attività di media education promosse dagli stessi Co.re.com. nell'ambito di funzioni proprie previste dalle rispettive leggi regionali?".

Nell'ambito di tale Accordo, ogni Co.re.com. è stato dotato per la prima volta di un finanziamento *ad hoc* per l'esercizio di tale delega (7.352 euro annui, per un totale di 153.825 euro annui a carico dell'Autorità).

Con delibera n. 182/23/CONS del 13 luglio 2023, l'Autorità ha successivamente approvato le *Linee Guida per l'esercizio delle funzioni delegate ai sensi dell'articolo 4, comma 1, lettera a) dell'Accordo quadro con i Comitati Regionali per le Comunicazioni di cui alla delibera n. 427/22/CONS in materia di media education*. Con tali linee guida, che disciplinano criteri di realizzazione e tipi di iniziative da avviare nell'ambito della funzione delegata, l'Autorità ha individuato le priorità per un'efficace azione di sistema. Sulla base delle suddette linee guida, e alla luce di un'attività continuativa di confronto con i Co.re.com., l'Autorità ha quindi elaborato un *Atto di indirizzo in materia di percorsi formativi di cittadinanza digitale*, approvato con delibera n. 177/24/CONS del 29 maggio 2024. Tale atto di indirizzo stabilisce i criteri formali e contenutistici per la realizzazione di percorsi formativi di cittadinanza digitale in ambito scolastico, anche volti al conseguimento del Patentino digitale o di cittadinanza digitale, da parte dei Co.re.com. e si applica in particolare ai percorsi didattici indirizzati agli studenti della scuola secondaria di primo o secondo grado. Nello specifico l'atto di indirizzo definisce che la durata dei percorsi formativi in oggetto dovrà essere compresa tra un minimo di 10 ore e un massimo di 20 ore, che le modalità di fruizione siano ibride ed eventualmente supportate da piattaforme di formazione a distanza dedicate. I percorsi didattici così intesi dovranno affrontare alcune tematiche obbligatorie quali tutela della *web reputation*, i meccanismi di funzionamento delle piattaforme algoritmiche, disinformazione e *hate speech*, utili a sviluppare il senso critico degli studenti, ed essere tenuti da docenti che, qualora non rientrino nel collegio dei docenti delle istituzioni scolastiche interessate, appartengano a categorie professionali rilevanti nell'ambito dell'attività formativa e abbiano un'esperienza documentata di almeno un anno nelle materie oggetto del percorso formativo. Si prevede inoltre la partecipazione

dell’Autorità ai suddetti percorsi formativi attraverso un modulo formativo di 2 ore su competenze e attività dell’Autorità su contenuti e servizi digitali, tenuto da dirigenti e funzionari dell’AGCOM. Infine è prevista la possibilità per i Co.re.com. di proporre percorsi formativi per i docenti delle scuole interessate, da affiancare ai percorsi formativi di cui sopra.

Sulla base di quanto disposto dall’Atto di indirizzo, l’Autorità ha avviato, nel periodo di riferimento della presente relazione annuale, un percorso di confronto con il Ministero dell’Istruzione e del Merito affinché i percorsi formativi in oggetto possano integrare, per gli istituti scolastici aderenti, il monte orario annuale di educazione civica che tutti gli istituti scolastici sono tenuti a prevedere ai sensi della legge 20 agosto 2019, n. 92, recante *“Introduzione dell’insegnamento scolastico dell’educazione civica”*. In particolare, tramite il suddetto protocollo, il Ministero dell’Istruzione e del Merito si impegnerà a promuovere, tramite i competenti Uffici scolastici regionali, nel rispetto della autonomia delle istituzioni scolastiche, i suddetti percorsi formativi, la cui conformità all’atto di indirizzo in materia sia stata preventivamente attestata dall’Autorità, al fine della valutazione, da parte delle stesse istituzioni, circa il loro inserimento all’interno del curriculum di educazione civica e del relativo monte orario annuale previsto dall’articolo 2, comma 3, della legge 20 agosto 2019, n. 92. L’Autorità al contempo si impegnerà ad attestare la conformità dei programmi dei percorsi formativi di cittadinanza digitale, promossi dai Co.re.com e destinati agli studenti della scuola secondaria di primo e secondo grado, ai criteri indicati nell’Atto di indirizzo e a comunicare al Ministero l’attivazione dei suddetti percorsi.

2.c) Il ruolo del Ministero delle Imprese e del Made in Italy: le misure nell’ambito del decreto 9 giugno 2023

Come evidenziato in precedenza, il MIMIT è responsabile, di intesa con l’Autorità e sentite altre istituzioni nazionali (cfr. paragrafo 1.a), della promozione dell’alfabetizzazione mediatica e digitale attraverso i fornitori di servizi di media e i fornitori di piattaforme di condivisione di contenuti video o anche solo audio o entrambi, e per il biennio 2024-2025 utilizza a tal fine le risorse previste dall’articolo 1, comma 360, della legge di Bilancio 2023. Nell’ambito delle attività portate avanti dal MIMIT ai sensi del summenzionato decreto ministeriale del 9 giugno 2023, che attua le disposizioni di cui all’articolo 1, commi 360 e 361, della legge di Bilancio 2023 (cfr.

paragrafo 1.b), la Direzione generale per i servizi di comunicazione elettronica, di radiodiffusione e postali (DGSCERP) del Ministero aveva istituito, con decreto del Direttore Generale del 3 ottobre 2023, il Tavolo Tecnico previsto dall'articolo 3 del citato decreto ministeriale, con un rappresentante delle seguenti amministrazioni o Autorità: Dipartimento per le politiche della famiglia della Presidenza del Consiglio dei ministri; Dipartimento delle politiche giovanili e del servizio civile universale della Presidenza del Consiglio dei ministri; Dipartimento per la trasformazione digitale della Presidenza del Consiglio dei ministri; Ministero dell'istruzione e del merito; Polizia postale e delle comunicazioni; Autorità per le garanzie nelle comunicazioni; Garante per la protezione dei dati personali. Il Tavolo Tecnico, insediatosi il 16 ottobre 2023, ha proseguito le sue attività, nel periodo di riferimento della presente relazione, tramite una serie di audizioni con organizzazioni della società civile particolarmente attive sui temi dell'alfabetizzazione digitale e mediatica, associazioni di settore e i principali fornitori di servizi media e piattaforme di condivisione video. In particolare, al termine del ciclo di incontri, il Ministero delle Imprese e del Made in Italy ha richiesto a tutte le Amministrazioni partecipanti al Tavolo di inviare un contributo finalizzato alla redazione di un documento di sintesi tracciante le linee guida propedeutiche all'avviso pubblico di cui all'art 4, comma 1 del Decreto del 9 giugno 2023 da parte del Ministero. Successivamente il Ministero ha organizzato, in collaborazione con l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, a cui è stata affidata l'attività di studio e ricerca prevista dall'art. 2 del suddetto Decreto, il seminario dal titolo "Alfabetizzazione mediatica e digitale a tutela dei minori. Comportamenti, opportunità e paure dei navigatori under 16", tenutosi il 15 febbraio 2024 a Milano.

2.d) Altre misure organizzative in materia di alfabetizzazione digitale e mediatica.

Il Piano Nazionale Scuola Digitale (PNSD) attualmente vigente, adottato con decreto del Ministro dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca 27 ottobre 2016, n. 851¹¹, prevede un ambito di intervento denominato Competenze e Contenuti, che include tutte le azioni destinate a promuovere e potenziare le competenze digitali degli studenti e a

¹¹ Il PNSD è uno strumento di programmazione che contribuisce a "catalizzare" l'impiego di più fonti di risorse a favore dell'innovazione digitale, a partire dalle risorse dei Fondi Strutturali Europei (PON Istruzione 2014-2020) e dai fondi della legge 107/2015 (cd. La Buona Scuola).

favorire lo sviluppo di contenuti di qualità per la didattica digitale. Il PNSD prevede inoltre che all'interno della scuola vi sia la figura dell'Animatore digitale, un docente di ruolo individuato dall'Istituzione scolastica che affianca il Dirigente Scolastico nella progettazione e realizzazione dei progetti di innovazione digitale dei contenuti, e che ha tra i suoi compiti quello di occuparsi della formazione interna alla scuola e quelli di favorire la partecipazione e stimolare il protagonismo degli studenti nell'organizzazione di workshop e altre attività sui temi del PNSD, nonché la creazione di soluzioni innovative, ovvero soluzioni metodologiche e tecnologiche sostenibili da diffondere all'interno degli ambienti della scuola.

Sempre in ambito scolastico, in attuazione della legge 220 del 14 novembre 2016, recante "Disciplina del cinema e dell'audiovisivo", che all'articolo 27 comma 1 lettera i), prevede un sostegno pari ad almeno il 3% del Fondo Cinema al potenziamento delle competenze nel cinema, nelle tecniche e nei media di produzione e di diffusione delle immagini e dei suoni, nonché all'alfabetizzazione all'arte, alle tecniche e ai media di produzione e diffusione delle immagini, si sono svolte le attività relative alla quarta edizione del "Piano Nazionale Cinema e Immagini per la Scuola" (anno scolastico 2023/2024). Tale misura deve i natali anche alla legge 107 del 13 luglio 2015 in materia di sistema nazionale di istruzione e formazione, nei cui obiettivi rientra la realizzazione di attività di educazione all'immagine e al linguaggio cinematografico nelle scuole.

Il Piano si sviluppa principalmente attraverso bandi, che hanno l'obiettivo di finanziare progetti di educazione audiovisiva nelle scuole di ogni ordine e grado proposti sia da enti che da istituti scolastici. Nella quarta edizione il budget complessivo del Piano è ammontato a 32,2 milioni di euro: le risorse sono state assegnate in base a tre macro linee di intervento¹².

¹² La Linea A - Il linguaggio cinematografico ed audiovisivo come oggetto e strumento di educazione e formazione prevede: progetti scolastici di formazione e alfabetizzazione, laboratori, produzione di audiovisivi (articolati in sotto-tre linee: CinemaScuolaLAB per secondarie di I e II grado, CinemaScuolaLaB per infanzia e primaria e Visioni Fuori Luogo per progetti proposti da scuole secondarie situate in aree a rischio e/o periferiche del Paese), Operatori di educazione visiva a scuola (formazione e orientamento degli insegnanti). La Linea B - Il cinema e l'audiovisivo a scuola prevede progetti di educazione all'immagine e di formazione del pubblico, di rilevanza nazionale (almeno 6 regioni coinvolte) e territoriale, destinati al mondo della scuola e proposti da enti qualificati. La Linea C - Azioni trasversali di sistema prevede: Piano di Comunicazione, Giornata Nazionale; Piattaforma tecnologica; Assistenza tecnica e monitoraggio; Attività istituzionali. I bandi sono stati pubblicati sul portale <https://cinemaperlascuola.istruzione.it/>, oltre che sui siti del Ministero dell'Istruzione e del Merito e della Direzione Generale Cinema e Audiovisivo del Ministero della Cultura. Le prime quattro edizioni del Piano hanno riscontrato un ampio successo: a fronte di un investimento complessivo di 104 milioni di

3. Fondi pubblici e altri meccanismi di finanziamento dell'alfabetizzazione mediatica.

Come anticipato nei paragrafi 1 e 2 della presente Relazione, la Legge di Bilancio 2023 ha istituito, presso il MIMIT, un Fondo di durata triennale, con lo scopo di sostenere e promuovere progetti di alfabetizzazione mediatica e digitale e progetti educativi a tutela dei minori realizzati dai fornitori di servizi di media e dai fornitori di piattaforme di condivisione video. Il successivo decreto Ministeriale del 9 giugno 2023 ha fornito indicazioni sulle modalità di selezione e finanziamento di tali progetti che sono stati arricchiti dagli esiti dei lavori del Tavolo Tecnico istituito ai sensi dell'articolo 3, che ha individuato specifici criteri per l'adozione del bando.

In riferimento a ciò, si segnala che, con decreto del Direttore Generale della Direzione Generale per il Digitale e le Telecomunicazioni del 4 luglio 2024, è stato approvato l'*Avviso pubblico per la selezione, il finanziamento e la promozione di proposte progettuali di alfabetizzazione digitale e mediatica, di natura comunicativa e educativa, a favore dei minori*, successivamente modificato con analogo decreto del 1° agosto 2024. In particolare, l'avviso pubblico prevede che i progetti debbano essere focalizzati su almeno una delle seguenti Linee di intervento:

- prevenzione del fenomeno del cyberbullismo o di qualunque altra forma di violenza, molestia, ricatto e denigrazione realizzata sui minori, attraverso l'uso non appropriato delle nuove tecnologie;
- sostegno alla genitorialità per un accrescimento delle conoscenze in merito all'utilizzo del web e dei relativi rischi;
- prevenzione dei possibili altri abusi derivanti da un'esposizione dei minori al web, con particolare attenzione ai relativi rischi connessi alla emulazione, all'adescamento online, all'isolamento sociale, alla manipolazione digitale e alla dipendenza da social media;
- sviluppo delle conoscenze in materia di cittadinanza digitale per un utilizzo consapevole delle nuove tecnologie da parte dei minori e promozione della consapevolezza algoritmica e del senso critico da parte dei *teens* (soggetti di età compresa tra i 14 e i 18 anni non compiuti).

euro finanziando circa 1.900 progetti che hanno raggiunto 9.400 plessi per 1,7 milioni di studenti e 112mila docenti.

Ai sensi del bando, i progetti devono garantire l'attenzione al superiore interesse dei minori, a tutela dei loro bisogni e delle loro relazioni nell'ambiente digitale, ed essere necessariamente diretti al target primario dei minori di età compresa tra gli 8 e i 18 anni non compiuti. In aggiunta, possono anche essere diretti al target secondario costituito da genitori, educatori e insegnanti, operatori che si occupano di minori.

Il contributo è rivolto alle imprese che operano come fornitori di servizi di media ovvero come fornitori di piattaforme per la condivisione di video, in qualità di capofila di un partenariato. Le proposte progettuali devono essere definite sulla base delle caratteristiche del/dei target di riferimento e devono prevedere necessariamente la creazione di risorse educative e l'implementazione di campagne di sensibilizzazione, nonché, facoltativamente, l'organizzazione di corsi e workshop, che siano trasversali rispetto a una, o più di una, delle Linee di intervento summenzionate. Inoltre, tali attività dovranno essere attuate ed ultimate entro e non oltre il 30 settembre 2025.

Il contributo è concesso fino ad un massimo dell'80% delle spese ammissibili per la realizzazione del progetto. L'importo massimo del contributo per ciascun partenariato di progetto non può superare, in ogni caso, il limite di 340 mila euro. Per la realizzazione dei progetti sono disponibili complessivamente 1,7 milioni di euro.

Non sono noti altri meccanismi di finanziamento e fondi pubblici riservati a operatori o associazioni/organizzazioni della società civile per il sostegno di progetti di alfabetizzazione digitale e mediatica.

4. Attività di coinvolgimento e sensibilizzazione, compresi i programmi di alfabetizzazione mediatica.

Nel presente paragrafo vengono presentate le principali attività di coinvolgimento e sensibilizzazione in materia di alfabetizzazione digitale e mediatica promosse da istituzioni (paragrafo 4.1), associazioni, centri di ricerca e organizzazioni della società civile, con particolare riferimento all'EDMO hub italiano che è IDMO¹³ (paragrafo 4.2) e, infine, dai Comitati Regionali per le Comunicazioni (paragrafo 4.3), con particolare attenzione al periodo di riferimento della presente relazione di monitoraggio.

¹³ Così come previsto dalla Comunicazione della Commissione Europea del 23 febbraio 2023.

4.1. Il ruolo delle istituzioni.

4.1.a) Il Ministero dell'Istruzione e del Merito

Tra le iniziative svolte dal MIM, si segnala in prima istanza il progetto *Safer Internet Centre – Generazioni Connesse* coordinato dal Ministero con il partenariato di Autorità Garante per l'Infanzia e l'Adolescenza, Agenzia Nazionale Cybersicurezza, Presidenza del Consiglio - Dipartimento per la Famiglia, Garante per la protezione dei dati personali, Polizia di Stato, Università di Firenze e 'La Sapienza' di Roma, Save the Children Italia, Telefono Azzurro, la cooperativa EDI onlus, Skuola.net e l'Ente Autonomo Giffoni Experience. Il progetto è co-finanziato dalla Commissione Europea nell'ambito del programma Digital Europe, ed è membro di una rete promossa dalla Commissione Europea che si concretizza nella piattaforma online "Better Internet for Kids" gestita da European Schoolnet, in stretta collaborazione con INSAFE (network che raccoglie tutti i SIC europei) e Inhope (network che raccoglie tutte le hotlines europee). Il Safer Internet Centre (SIC) nasce per fornire informazioni, consigli e supporto a bambini, ragazzi, genitori, docenti ed educatori che hanno esperienze, anche problematiche, legate a Internet e per agevolare la segnalazione di materiale illegale online. Il SIC fornisce anche una *helpline* attraverso la linea di ascolto 1.96.96 e la chat di Telefono Azzurro, che accolgono qualsiasi richiesta di ascolto e di aiuto da parte di bambini/e ragazzi/e fino ai 18 anni o di adulti che intendono confrontarsi su situazioni di disagio/pericolo in cui si trova un minore. Tale servizio di *helpline* è riservato, gratuito e sicuro, dedicato ai giovani o ai loro familiari che possono chattare, inviare e-mail o parlare al telefono con professionisti qualificati relativamente a dubbi, domande o problemi legati all'uso delle nuove tecnologie digitali e alla sicurezza online¹⁴.

Il SIC è referente nazionale per le attività relative al Safer Internet Day (SID), un evento annuale, organizzato a livello internazionale con il supporto della Commissione Europea, tenutosi il 6 febbraio 2024¹⁵. Il SIC è inoltre supportato da un Advisory Board Nazionale avviato e coordinato dal MIM al fine di dare continuità e rafforzare il ruolo del Safer Internet Centre, inteso come punto di riferimento a livello nazionale per quanto riguarda le iniziative connesse alla sicurezza in Rete dei più giovani¹⁶.

¹⁴ <https://www.generazioniconnesse.it/site/it/safer-internet-centre/>

¹⁵ <https://digital-strategy.ec.europa.eu/it/policies/safer-internet-day#:~:text=Nel%202024%2C%20martedì%206%20febbraio,per%20un%20Internet%20più%20sicuro>

¹⁶ <https://www.generazioniconnesse.it/site/it/advisory-board--2/>

Nell'ambito delle attività del SIC, continua in particolare “Una Vita da Social”, una campagna educativa itinerante della Polizia Postale e delle Comunicazioni e del MIM, con il sostegno di Google, per la sensibilizzazione e prevenzione sui rischi e pericoli della Rete per i minori. Si tratta di un'iniziativa giunta all'XI edizione¹⁷ che tocca temi vicini agli adolescenti per diffondere la cultura della sicurezza online e una sempre maggiore consapevolezza nell'utilizzo degli strumenti che la rete mette a disposizione, affrontando anche le tematiche legate all'uso dei social network, del cyberbullismo e di ogni forma di discriminazione online.

Infine, a seguito dell'entrata in vigore della Legge 71/2017 in materia di cyberbullismo e dell'emanazione delle Linee di orientamento per la prevenzione e il contrasto del cyberbullismo (nota MIUR prot. n. 5515 del 27 ottobre 2017), il MIM sta attuando un piano nazionale di formazione dei docenti referenti per il contrasto del bullismo e del cyberbullismo, anche attraverso il Progetto ELISA (formazione in E-Learning degli Insegnanti sulle Strategie Antibullismo), nato grazie a una collaborazione tra il MIM e il Dipartimento di Formazione, Lingue, Intercultura, Letterature e Psicologia dell'Università di Firenze, e che ha reso disponibile ai docenti una piattaforma online che ospita sia corsi di formazione sia strumenti di monitoraggio online del bullismo e del cyberbullismo indirizzati a tutte le scuole italiane¹⁸.

4.1.b) Ministero dell'Università e della Ricerca

Nell'ambito della Missione *M4C1 - Potenziamento dell'offerta dei servizi di istruzione: dagli asili nido alle università* del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR), e in particolare dell'*Investimento 3.4: Didattica e competenze universitarie avanzate*, il Ministero dell'Università e della Ricerca (MUR) ha selezionato, nel periodo di riferimento della presente relazione annuale, tre Digital Education Hubs (DEH) volti a migliorare la capacità del sistema di istruzione superiore di offrire istruzione digitale a studenti universitari e lavoratori.

A seguito dell'avviso pubblico del 15 dicembre 2023, sono stati ammessi a finanziamento in particolare i progetti Advanced Learning Multimedia Alliance for Inclusive Academic

¹⁷ <https://www.commissariatodips.it/notizie/articolo/al-via-la-xi-edizione-di-una-vita-da-social/index.html>

¹⁸ <https://www.piattaformaclisa.it/>

Innovation – ALMA (capofila: Università degli Studi di Napoli “Federico II”), Next Education Italia – EDUNEXT (capofila: Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia) e Digital Education Hub Higher Education – DEH_HEd (capofila: Politecnico di Milano).

4.1.c) Dipartimento per la trasformazione digitale della Presidenza del Consiglio dei ministri

Repubblica Digitale è l’iniziativa strategica nazionale promossa dal Dipartimento per la trasformazione digitale della Presidenza del Consiglio dei ministri a seguito del lancio, avvenuto a fine 2019, del Manifesto per la Repubblica Digitale, che prevede l’impegno di tutti gli aderenti (attori istituzionali e non) a promuovere azioni concrete, capaci di produrre risultati misurabili e quantificabili sulla base dei principi di Educazione al digitale, Cittadinanza digitale e Digitale etico, umano e non discriminatorio. Successivamente, è stata costituita un’Alleanza multistakeholder nell’ambito di Repubblica Digitale, la Coalizione Nazionale per le Competenze Digitali, che entra tra le coalizioni nazionali dell’iniziativa europea per le competenze e le professioni digitali (Digital Skills and Jobs Coalition).

Nel 2022, è stato inoltre avviato, nell’ambito del PNRR e del Piano Nazionale Complementare (PNC), un Fondo per la Repubblica Digitale, che si muove nell’ambito della Strategia Nazionale per le competenze digitali, e la cui elaborazione, attuazione ed evoluzione viene effettuata nel contesto di Repubblica Digitale. Il Fondo rappresenta una partnership tra pubblico e privato sociale e, per gli anni compresi tra il 2022 e il 2026, stanzierà in via sperimentale un totale di circa 350 milioni di euro grazie ai contributi dell’Associazione Fondazioni e Casse di Risparmio. Nel periodo di riferimento della presente relazione annuale, è stato in particolare pubblicato il bando Onlife, con l’obiettivo di finanziare progetti di formazione validi ed innovativi volti ad accrescere le competenze digitali dei NEET (15-34 anni) in Italia, al fine di garantire migliori opportunità e condizioni di inserimento nel mondo del lavoro.

Repubblica Digitale è stata quindi inclusa nel documento *2025 - Strategia per l’innovazione tecnologica e la digitalizzazione del Paese* con l’obiettivo di combattere il divario digitale di carattere culturale presente nella popolazione italiana, per sostenere la massima inclusione digitale e favorire l’educazione sulle tecnologie del futuro, accompagnando il processo di trasformazione digitale del Paese.

4.1.d) Dipartimento per le Politiche della famiglia della Presidenza del Consiglio dei ministri.

Nel periodo di riferimento della presente relazione annuale, il Dipartimento per le Politiche della famiglia ha lanciato, in seguito all'adozione delle nuove misure in materia di sicurezza dei minori in ambito digitale previste dal decreto -legge n. 123 del 2023 (cfr. par. 1.d), una campagna di comunicazione e informazione sul *parental control*, lo strumento a disposizione dei genitori per proteggere i propri figli da contenuti inappropriati. La campagna ha previsto, in particolare, un piano di diffusione di uno spot dedicato sui canali radiotelevisivi della RAI, a partire dal 28 dicembre 2023, e sui principali *social media*, in particolare Instagram e Facebook, a partire dall'8 gennaio 2024¹⁹. Il *claim* della campagna è “*Parental control. Proteggi il mondo dei tuoi figli*”, al fine di sottolineare l'importanza di rendere sempre più sicuro l'ambiente digitale, con particolare riferimento alla navigazione dei più piccoli, affinché l'esperienza *online* possa essere adeguata all'età di bambini e ragazzi, anche avvalendosi di specifici strumenti - le diverse versioni disponibili di controllo parentale - per i dispositivi digitali quali *smartphone*, *tablet*, *pc* e *smart TV*. All'interno dello spot viene richiamata, infatti, la necessità di proteggere i minorenni dall'esposizione a contenuti pornografici, violenti o considerati inappropriati o nocivi per lo sviluppo e la crescita, che potrebbero incontrare navigando in rete senza controllo o supervisione. L'iniziativa vuole informare i genitori, gli adulti di riferimento e le famiglie sugli strumenti di controllo genitoriale a loro disposizione per proteggere i più piccoli e sulla possibilità di attivazione gratuita su tutti i dispositivi tecnologici con accesso a *internet*, rivolgendosi ai fornitori di servizi di comunicazione elettronica.

Il 18 novembre 2023, in occasione della Giornata europea per la protezione dei minorenni contro lo sfruttamento e l'abuso sessuale, è stata pubblicata, sul sito internet del Dipartimento, la “*Guida per ragazze e ragazzi, bambine e bambini al Piano nazionale di prevenzione e contrasto dell'abuso e dello sfruttamento sessuale dei minori*” (2022-2023), realizzata con il supporto dell'Istituto degli Innocenti di Firenze, rivolta ai più giovani, per renderli maggiormente consapevoli dei rischi che possono correre in relazione ai fenomeni legati anche all'uso delle tecnologie digitali²⁰.

¹⁹ Lo spot è tuttora disponibile al link <https://www.youtube.com/watch?v=shd8Dex0NLQ>

²⁰ <https://famiglia.governo.it/media/zioa0yfg/guida-per-minorenni-al-piano-nazionale-di-contrasto-allabuso-sessuale-dei-minori.pdf>

Inoltre, in occasione del *Safer Internet Day* del 6 febbraio 2024, è stata pubblicata, sul sito del Dipartimento per le Politiche della famiglia, la Guida per genitori e adulti di riferimento “*Luci e ombre di una generazione interconnessa. Cyberbullismo: impara a conoscerlo*”²¹, realizzata, altresì, con il supporto dell’Istituto degli Innocenti. Si tratta di uno strumento utile alle famiglie al fine di comprendere i diversi aspetti del fenomeno del cyberbullismo e di avere, così, piena contezza delle conseguenze e delle implicazioni sul benessere psicofisico dei propri figli, nonché di essere informati circa il quadro normativo in materia: la Guida prevede, infatti, sia informazioni, sia consigli utili in materia di prevenzione e contrasto del cyberbullismo indirizzate a genitori e adulti di riferimento. Alla luce delle modifiche introdotte dalla legge 17 maggio 2024, n. 70, il Dipartimento ha avviato l’aggiornamento della Guida per genitori e adulti di riferimento, al fine di estenderne il perimetro al fenomeno del bullismo.

4.1.e) Il Garante per la Protezione dei Dati Personali

Nel periodo di riferimento della presente relazione annuale, si segnala la stipula del Protocollo di intesa tra il Garante per la Protezione dei Dati Personali (GPDP) ed i Comitati Regionali per le Comunicazioni avvenuta nel gennaio 2024. Il suddetto Protocollo ha per oggetto l’attivazione di una collaborazione strategica tra le Parti, nell’ambito delle rispettive competenze e funzioni stabilite dalle singole leggi istitutive nel quadro degli obiettivi di protezione dei minori e trattamento dei propri dati personali, e di prevenzione e contrasto anche dei fenomeni del cyberbullismo e del *revenge porn*²².

Nell’ambito delle proprie competenze in materia di cyberbullismo²³ e *revenge porn*²⁴, il GPDP promuove delle pagine informative su queste tematiche per favorire l’invio di segnalazioni da parte degli utenti e condividere materiali e schede informative.

Il GPDP, nel corso del periodo preso a riferimento, si è inoltre attivato in vario modo al fine di informare l’utenza anche attraverso il coinvolgimento diretto di alcune categorie, il cui ruolo appare essenziale per un’azione efficace. È il caso degli insegnanti e dei dirigenti scolastici coinvolti dal GPDP nel corso dell’edizione 2024 di “Didacta Italia”, il più importante appuntamento fieristico sull’innovazione del mondo della scuola, che

²¹ <https://famiglia.governo.it/media/lxrjo0kc/guida-per-genitori-e-adulti-di-riferimento.pdf>

²² <https://www.garanteprivacy.it/web/guest/home/docweb/-/docweb-display/docweb/9975467>

²³ <https://www.garanteprivacy.it/temi/cyberbullismo>

²⁴ <https://www.garanteprivacy.it/temi/revengeporn>

si è svolto a Firenze nel mese di marzo 2024 e nel corso del quale il GPDP ha chiamato gli insegnanti delle diverse Regioni italiane a costruire un percorso didattico per l'apprendimento dei principi e dei valori alla base del diritto alla privacy e della protezione dei dati, finalizzati anche ad aiutare i più giovani a sapersi muovere nel mondo digitale²⁵. È stato inoltre realizzato un video informativo, dedicato nello specifico al mondo della scuola in rapporto all'utilizzo delle nuove tecnologie, al fine di implementare il bagaglio informativo dei più giovani sulla portata dei fenomeni che potrebbero coinvolgerli²⁶.

Sono poi proseguite, aumentandone il raggio d'azione anche attraverso gli opportuni aggiornamenti, le campagne informative relative all'utilizzo dei propri dati personali in connessione all'impiego delle nuove tecnologie dirette ad "alfabetizzare" i destinatari sulla necessaria prudenza che dovrebbe accompagnarne la diffusione di dati nell'ambiente digitale e ciò al fine di prevenire il verificarsi di effetti collaterali che un uso non accorto potrebbe produrre. Si citano in particolare in questa sede i video informativi tematici inclusi nella campagna "*Finalmente un po' di privacy*" - Campagna informativa del Garante²⁷ nell'ambito della quale sono state affrontate diverse problematiche connesse al mondo digitale (cyberbullismo, revenge porn, utilizzo delle app, ecc.). Infine, una recente iniziativa finalizzata a rendere consapevoli i "più grandi" delle insidie connesse all'utilizzo inconsapevole della rete è la pubblicazione di una specifica pagina informativa dedicata al fenomeno dello "*Sharenting*"²⁸, ovvero della condivisione da parte dei genitori di contenuti che riguardano i propri figli, che comporta dei rischi per l'identità digitale del minore e quindi per la corretta formazione della sua personalità. A questa tematica il GPDP ha dedicato anche un apposito video che è stato oggetto di recente divulgazione "*La sua privacy vale molto più di un like - Spot sharenting - Garante Privacy*"²⁹.

4.1.f) INDIRE

L'Istituto Nazionale di Documentazione, Innovazione e Ricerca Educativa (**INDIRE**) è un ente di ricerca autonomo sottoposto alla vigilanza del MIM e del MUR, e si occupa

²⁵ <https://www.gpdp.it/web/guest/home/docweb/-/docweb-display/docweb/9994820>

²⁶ <https://www.garanteprivacy.it/web/guest/home/docweb/-/docweb-display/docweb/9972535>

²⁷ <https://www.youtube.com/playlist?list=PLVtg2nJEE4IPMp-5u1TvFEy1EN6B8C85M>

²⁸ <https://www.garanteprivacy.it/temi/minori/sharenting>

²⁹ <https://www.garanteprivacy.it/web/guest/home/docweb/-/docweb-display/docweb/10092407>

principalmente di ricerca educativa, con particolare riferimento all'utilizzo delle nuove tecnologie nei percorsi formativi, e formazione del personale scolastico.

Nell'ambito delle specifiche azioni dedicate all'istruzione degli adulti e all'apprendimento permanente, INDIRE ha avviato l'iniziativa "Adulti Digitali. Percorsi di formazione per il lavoro", che si pone l'obiettivo di promuovere lo sviluppo e il potenziamento delle competenze digitali tra gli adulti che necessitano di reinserimento sociale e lavorativo³⁰.

Nello periodo di riferimento della presente relazione annuale è stato inoltre avviato il progetto "New literacies per lo sviluppo della cittadinanza e processi inclusivi", tramite l'azione di progetto "Personalizzare e includere con il dBook". La linea progettuale comprende azioni di ricerca volte a supportare lo sviluppo della competenza globale degli studenti intesa come costrutto multidimensionale che integra aspetti cognitivi, socio-emotivi e civici³¹.

4.2. Le iniziative dei Comitati Regionali per le Comunicazioni.

Di seguito si propone una ricognizione delle iniziative in materia di alfabetizzazione digitale e mediatica avviate e concluse dai Co.re.com nel periodo incluso dal 1° novembre 2023 al 31 ottobre 2024. Sono state utilizzate una specifica tipologia di iniziative e specifiche categorie tematiche di riferimento, già sperimentate nell'ambito del monitoraggio delle iniziative di alfabetizzazione digitale e mediatica condotte da operatori di mercato (si veda paragrafo successivo), al fine di una più corretta

³⁰ Nel periodo di riferimento della presente relazione annuale, l'iniziativa ha previsto in particolare la realizzazione di tre tipologie di percorsi formativi gratuiti sulle competenze digitali, in Campania e in Puglia, rivolti a donne e uomini ai margini del mercato del lavoro, disoccupate/i o inattive/i, di età compresa fra i 34 e i 50 anni, per offrire loro riqualificazione ai fini di migliori condizioni occupazionali. Si tratta in particolare di: 1) corso base (EIPASS 7 Moduli user) di alfabetizzazione sulle competenze digitali; 2) corso specialistico Digital Marketing; 3) corso specialistico Audiovisual Specialist. I corsi sono organizzati in modalità blended attraverso lezioni in presenza e da remoto, sincrone e asincrone, per rispondere alle esigenze di flessibilità dello specifico target adulti. Il progetto prevede complessivamente l'attivazione di 22 corsi ed un totale di 400 beneficiari. Nel periodo di interesse i corsi attivati sono pari a 13 (220 beneficiari).

³¹ Nello specifico il progetto intende accompagnare studenti e docenti nello sviluppo di competenze complesse che includono forme diverse di linguaggi e di strumenti comunicativi. Il ruolo attivo dello studente nella costruzione del processo di apprendimento e la personalizzazione dei percorsi di insegnamento diventano due cardini chiave delle azioni messe in atto, anche attraverso la possibilità di progettare didattiche proattive e flessibili, che tengano conto del contesto, delle caratteristiche cognitive degli alunni, ma anche della dimensione motivazionale, degli interessi e delle esperienze vissute. In particolare, l'azione comprende la sperimentazione del dBook, piccolo web-server di classe, sviluppato da INDIRE, in grado di offrire valide soluzioni a quelle realtà che non hanno a disposizione una connessione internet sufficientemente stabile, e a tutte le scuole che vogliono arricchire la loro didattica con l'utilizzo di software in grado di favorire la personalizzazione dei processi educativi attraverso la co-progettazione delle attività fatta da alunni e docenti.

sistematizzazione delle iniziative condotte dai Co.re.com. e di una maggior coerenza nelle attività di monitoraggio.

Dalla suddetta ricognizione delle iniziative in materia di alfabetizzazione digitale e mediatica, sono state reperite informazioni, tramite canali ufficiali dei Co.re.com. e altre fonti (in particolare rassegna stampa, anche web, dell’Autorità), relative a un numero totale di 46 attività, avviate e concluse dai Co.re.com nel periodo incluso tra il 1° novembre 2023 e il 31 ottobre 2024.

Le iniziative condotte dai Co.re.com in materia di alfabetizzazione digitale e mediatica risultano, dall’analisi condotta e riportate qui in forma tabellare, concentrate prevalentemente su specifiche categorie di riferimento (cfr. Tabella 1).

Dall’analisi si evidenzia, in particolare, come risultino prevalenti le attività di alfabetizzazione digitale e mediatica condotte in contesti scolastici (18), seguite da iniziative appartenenti alla categoria *altro* (9), mentre si riconfermano rilevanti, anche operando un confronto con quanto rilevato lo scorso anno, le attività formative (8) e le partnership con istituzioni o terzi (5).

Tabella 1. Numero di attività condotte dai Co.re.com in rapporto alle categorie di riferimento

	Campagne di comunicazione sui media tradizionali	Campagne di comunicazione online	Partnership con istituzioni o terzi	Attività formative	Programmazione dedicata	Implementazione di specifiche misure e strumenti	Hotline/Helpline	Iniziativa in contesti scolastici	Iniziativa in contesti lavorativi	Studi e ricerche sulle competenze digitali e mediatiche	Altro	
Abruzzo								1				1
Basilicata												0
Bolzano		1										1
Calabria			2	1		1		1			2	7
Campania			1					1			1	3
Emilia-Romagna												0
Friuli-Venezia Giulia				1								1
Lazio		1	1					4				6
Liguria				1							1	2
Lombardia				2				1			1	4
Marche			1					2		1	1	5
Molise								2				2
Piemonte				1								1
Puglia										1		1
Sardegna								1				1
Sicilia												0
Toscana								2			2	4
Trento												0
Umbria								1				1
Valle D'Aosta				2				1				3
Veneto	0	2	5	8	0	2	0	18	0	2	9	46

Tabella 2. Numero di attività condotte dai Co.re.com in rapporto alle tematiche di riferimento

	Information & news literacy	Sicurezza in rete	Cyberbullismo e/o revenge porn	Tutela della web reputation	Cittadinanza digitale	Alfabetizzazione ai linguaggi mediali	Disinformazione	Competenze digitali avanzate	Hate speech	Competenze digitali di base	Altro	
Abruzzo					1							1
Basilicata												0
Bolzano									1			1
Calabria		1	3		3							7
Campania		1	1			1						3
Emilia-Romagna												0
Friuli-Venezia Giulia							1					1
Lazio	1					3	1			1		6
Liguria			1			1						2
Lombardia	1	1				1					1	4
Marche			1		1		1		1		1	5
Molise	1					1						2
Piemonte	1											1
Puglia											1	1
Sardegna						1						1
Sicilia												0
Toscana	1		1		1				1			4
Trento												0
Umbria						1						1
Valle D'Aosta					1	1				1		3
Veneto					1	1					1	3
	5	3	7	0	8	11	3	0	3	2	4	46

Con riferimento invece alle tematiche di riferimento (tabella 2), si evince in particolare come le attività di alfabetizzazione digitale e mediatica condotte dai Co.re.com. si siano orientate principalmente verso i più ampi temi dell'alfabetizzazione ai linguaggi mediali (11) e della cittadinanza digitale (8), che a sua volta spesso ricomprendono tematiche specifiche quali il cyberbullismo, la sicurezza in rete o la disinformazione. Inoltre, anche il cyberbullismo e/o *revenge porn* (7) e *information & news literacy* (5) rappresentano aree tematiche di particolare rilievo per i Co.re.com..

Volgendo ad un'analisi specifica delle attività riferibili ai singoli Comitati Regionali per le Comunicazioni, si evidenzia come il Co.re.com Calabria abbia svolto il maggior numero di iniziative in riferimento alle categorie di cittadinanza digitale (3) e cyberbullismo e/o *revenge porn* (3), mentre, fra gli altri, il Co.re.com del Lazio si sia concentrati in particolare sull'alfabetizzazione ai linguaggi mediali con 3 iniziative. Va evidenziato ad ogni modo che alcuni Comitati, pur svolgendo un numero minore di iniziative, abbiano sviluppato attività di *media education* in proprio, anche attraverso la partecipazione di personale interno opportunamente formato, ricorrendo a incontri in presenza piuttosto che ad appuntamenti prevalentemente *online*.

Venendo ad un'analisi di carattere generale, si evidenzia come, dall'analisi incrociata di entrambe le tabelle, molti Comitati Regionali per le Comunicazioni, tra cui si possono citare a titolo esemplificativo Sardegna, Lombardia, Molise, Marche, Umbria, Valle D'Aosta e Veneto, confermino la tendenza generale a svolgere iniziative che tengano in particolare riguardo il tema dell'alfabetizzazione ai linguaggi mediali, focalizzandosi poi anche sull'*information & news literacy*, e individuando come principale pubblico di riferimento gli studenti, e pertanto svolgendo specifiche iniziative nei contesti scolastici. Sempre in ambito scolastico, si segnala inoltre come i Co.re.com. Toscana e Lazio abbiano proposto nel periodo di riferimento percorsi formativi di cittadinanza digitale rivolti alle scuole secondarie e finalizzati al riconoscimento dell'attestato di cd. Patentino Digitale agli studenti, che hanno preceduto l'approvazione dell'Atto di indirizzo in materia da parte dell'Autorità (cfr. paragrafo 2.b)³².

In conclusione, dall'analisi dell'insieme delle attività di alfabetizzazione digitale e mediatica condotte dai Comitati Regionali per le Comunicazioni, risulta evidente una maggiore omogeneità rispetto a quanto riscontrato nelle precedenti attività di

³² Sul percorso formativo ideato dal Co.re.com. Toscana già nel 2019, e realizzato in collaborazione con l'Istituto degli Innocenti, si rimanda al successivo paragrafo per una più puntuale descrizione.

monitoraggio poste in essere dall’Autorità. Si denota, quindi, una predilezione nell’affrontare la tematica più generale dell’alfabetizzazione ai linguaggi mediali, con un impegno rivolto anche alla cittadinanza digitale e al cyberbullismo e/o *revenge porn*. Infine, risulta evidente la volontà di incidere proattivamente sul sistema educativo ed in particolare sul primo e sul secondo ciclo di istruzione.

La pubblicazione delle Linee guida di cui alla delibera n. 182/23/CONS e del successivo Atto di indirizzo approvato con delibera n. 177/24/CONS (cfr. paragrafo 2.b) ha probabilmente inciso sul numero di iniziative attuate dai Co.re.com.³³, portando alcuni Comitati a ripensare le proprie iniziative al fine di poterle meglio allineare agli indirizzi dell’Autorità, con l’effetto di una maggiore armonizzazione e concentrazione delle attività su determinate tematiche, obiettivi e target.

4.3. Il ruolo delle associazioni e delle organizzazioni della società civile.

Istituto degli Innocenti è un’istituzione pubblica italiana che opera dal 1445 dedicandosi all’accoglienza dei bambini, alla loro educazione e tutela. Collabora con il Governo italiano, l’Autorità Garante nazionale per l’infanzia e l’adolescenza, la Regione Toscana, il Comune di Firenze, con UNICEF ed altri enti pubblici e privati di livello locale, regionale, nazionale e internazionale.

Nel periodo di riferimento, l’Istituto degli Innocenti ha fornito supporto tecnico-scientifico al Dipartimento per le Politiche della Famiglia della Presidenza del Consiglio dei ministri nello svolgimento delle funzioni già proprie del Centro nazionale di documentazione e di analisi per l’infanzia e l’adolescenza, in capo al Dipartimento per le Politiche della famiglia, ed è stato impegnato in diverse attività per creare un quadro operativo più solido per promuovere l’educazione digitale e per prevenire le problematiche connesse. In tale ambito, l’Istituto degli Innocenti ha supportato il Dipartimento nella realizzazione della Guida al Piano nazionale di prevenzione e contrasto dell’abuso e dello sfruttamento sessuale dei minori e della Guida per genitori in materia di cyberbullismo (cfr. paragrafo 4.1.d).

³³ La relazione annuale di monitoraggio relativa al periodo 1° novembre 2022 – 31 ottobre 2023 aveva infatti censito 80 iniziative di alfabetizzazione digitale e mediatica da parte dei Co.re.com.. Si evidenzia in ogni caso che, a partire dalla presente relazione di monitoraggio, l’Autorità ha anche adottato un criterio di classificazione più stringente, conteggiando come singola iniziativa cicli di incontri, seminari e workshop che in precedenza venivano conteggiati singolarmente.

Tra le iniziative svolte nel periodo di riferimento della presente relazione annuale, si segnala inoltre la terza edizione della ricerca sugli stili di vita delle ragazze e dei ragazzi in Toscana, promossa dalla Regione Toscana, in collaborazione con l'Ufficio Scolastico Regionale per la Toscana ed il Centro di documentazione per l'infanzia e l'adolescenza (CRIA) presso l'Istituto, con un focus su scuola, relazioni, tempo libero, benessere e sguardo al futuro, e presentata ufficialmente il 20 novembre 2023.³⁴

Sempre a livello regionale, l'Istituto è partner tecnico per la realizzazione dei percorsi formativi finalizzati al rilascio del Patentino Digitale promosso dal Co.re.com. Toscana. Il Patentino si rivolge agli studenti delle classi prime delle scuole secondarie di primo grado e agli insegnanti di tutte le scuole primarie e secondarie, con l'obiettivo di migliorare l'alfabetizzazione, le competenze e l'inclusione nel mondo digitale. Il progetto si dirama in due proposte formative parallele: i percorsi formativi a distanza in modalità sincrona per gli studenti e i brevi corsi di formazione a distanza in modalità asincrona per gli insegnanti³⁵. Nell'anno scolastico 2022/23 sono stati realizzati 25 percorsi per studenti in 6 scuole della Toscana per un totale di 571 studenti coinvolti. Nell'anno scolastico 2023/24 sono stati realizzati altrui 25 percorsi in 8 scuole per un totale di 557 studenti. Il 2 maggio 2024 il Co.re.com. Toscana e l'Istituto degli Innocenti hanno sottoscritto un nuovo accordo di collaborazione³⁶ per consolidare ulteriormente il progetto e rafforzare la sua diffusione regionale su larga scala. Il nuovo accordo prevede la realizzazione di 50 percorsi per studenti delle classi prime delle scuole secondarie di primo grado.

³⁴ La ricerca ha coinvolto quest'anno circa 15mila studenti frequentanti delle scuole secondarie di primo e di secondo grado (tra gli 11 e i 17 anni di età). Più nel dettaglio, hanno collaborato alla ricerca 183 scuole e circa 800 classi che sono state contattate e accompagnate dal team di ricerca del CRIA in tutto il percorso di rilevazione dei dati (<https://www.istitutodeglinnocenti.it/it/notizie/presentata-terza-ricerca-sugli-stili-di-vita-delle-ragazze-dei-ragazzi-in-toscana>). Dalla ricerca emerge che: sono pochi i giovani che leggono e rari quelli che leggono più di un libro all'anno; l'89% delle ragazze passa al cellulare più di tre ore al giorno; circa la metà è toccato direttamente dal fenomeno del bullismo e circa il 25% da quello online e tra le ragazze coinvolte per una su due si tratta dell'aspetto fisico.

³⁵ Il percorso formativo per studenti si struttura in incontri in videoconferenza condotti da una formatrice che coinvolgono nei primi incontri anche genitori e insegnanti e viene attivato su richiesta delle scuole che desiderano aderire al progetto con una o più classi. Il programma didattico è volto in particolare a fornire un bagaglio di competenze minime necessarie a navigare in rete e nei social network, a usare le tecnologie della comunicazione con consapevolezza e responsabilità. Accanto al programma formativo viene realizzato un programma di monitoraggio articolato in tre indagini (preliminare, di follow-up, e di valutazione del gradimento) volto a identificare il quadro delle abitudini nell'uso della rete e il bagaglio di conoscenze in entrata, verificare l'efficacia del percorso formativo e l'impatto sulle abitudini digitali degli studenti.

³⁶ <https://www.istitutodeglinnocenti.it/it/progetti/patentino-digitale#:~:text=Il%20%20maggio%202024%20il,diffusione%20regionale%20su%20larga%20scala>.

Si segnala infine che dal 15 febbraio 2024 è online il nuovo sito dell'*Innocenti Academy*³⁷, una piattaforma dove sono riportati e/o disponibili corsi, convegni, seminari e gruppi di lavoro dell'Istituto degli Innocenti.

Italian Digital Media Observatory (IDMO) è uno dei 14 *hub* dell'European Digital Media Observatory (EDMO), nato su impulso della Commissione europea per costituire un punto di riferimento per l'analisi ed il contrasto alla disinformazione. L'Osservatorio studia e analizza l'impatto della disinformazione sulle società e diffonde pratiche positive nell'uso dei media digitali attraverso *media literacy*, ricerche scientifiche, e-literacy e il fact-checking. L'hub italiano IDMO attualmente è composto dall'Università Luiss Guido Carli, attraverso il Luiss Data Lab, RAI, TIM, ANSA, T6 Ecosystems, NewsGuard, Pagella Politica e CY4GATE³⁸.

Il progetto IDMO, partito a settembre 2021, si snoda su più anni e ha previsto molteplici attività oltre ad un'intensa azione di disseminazione che si articola anche nel periodo di riferimento. In questo quadro particolare attenzione è stata posta nella divulgazione dei risultati delle ricerche nel periodo di riferimento. A fine settembre 2023, IDMO ha, infatti, pubblicato una ricerca in materia di alfabetizzazione digitale e mediatica in rapporto alla disinformazione dal titolo "Digital Media Literacy Gaps and Needs", curata da Rai Ufficio Studi, T6 Ecosystems e TIM, in collaborazione con Luiss e con il sostegno istituzionale del MIM-Direzione generale per i fondi strutturali per l'istruzione, l'edilizia scolastica e la scuola digitale. L'obiettivo della ricerca è stato quello di indagare, con il supporto di una rilevazione sul campo rivolta al mondo della scuola, le esigenze e necessità dei docenti e studenti in termini di *media literacy* al fine di fornire raccomandazioni utili per la formulazione di percorsi scolastici e di un'offerta educativa di ampio respiro. La ricerca *Digital Media Literacy gaps and needs*³⁹ si pone come il naturale completamento della precedente ricerca *Media Literacy vs Fake News*⁴⁰, realizzata da Rai Ufficio Studi in collaborazione con l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano che fornendo, tra l'altro, il quadro definitivo di riferimento, ha delineato gli ambiti di approfondimento oggetto della successiva ricerca e, in

³⁷ <https://www.innocentiacademy.it>

³⁸ www.idmo.it

³⁹ La ricerca è disponibile al seguente link: https://www.idmo.it/wp-content/uploads/2023/12/IDMO-Digital-Media-Literacy-Gaps-and-Needs-IT_finale_compressed.pdf

⁴⁰ La ricerca è disponibile al seguente link: <https://www.idmo.it/2022/05/19/fake-news-rai-cattolica/>

particolare, del questionario usato per la rilevazione. In base ai principali risultati dell'indagine, IDMO ha formulato alcune raccomandazioni per le istituzioni:

- 1- Migliorare i programmi scolastici con l'obiettivo di aiutare gli studenti ad aumentare le competenze digitali e le capacità di pensiero di ordine superiore (come l'analisi, la valutazione e la produzione di messaggi mediatici).
- 2- Realizzare un'azione speciale per sostenere i giovani studenti delle scuole secondarie di secondo grado nell'affrontare il tema della disinformazione e l'importanza delle competenze digitali;
- 3- Invitare le famiglie a partecipare a corsi o laboratori per riflettere insieme sul tema.
- 4- Investire nella creazione di un media educator nelle scuole secondarie di secondo grado.
- 5- Investire nella creazione di un catalogo online ad accesso libero per combattere la disinformazione.

Tra le altre attività di IDMO si segnalano nel periodo di riferimento i report mensili⁴¹ sulla disinformazione in Italia e la newsletter settimanale *IDMO – Intelligence Digest*⁴² dedicata ad approfondimenti e notizie sulla sicurezza digitale, nonché sui principali trend di disinformazione.

Si segnala la conclusione del progetto *Appuntamento con i Digital Media*⁴³ quarta edizione del programma formativo di TIM per IDMO (6 dicembre 2023). Il progetto ha riguardato oltre 60 scuole per più di 18.000 tra studenti e docenti di istituti superiori di primo e secondo grado in Italia. Il programma è stato strutturato in *webinar live* dedicati a diffondere conoscenza e consapevolezza sulle opportunità degli strumenti di comunicazione digitale, nonché sui rischi derivanti da un uso scorretto degli stessi, attraverso un milione di ore di formazione fruite (live, e-learning e game). Le scuole aderenti hanno avuto la possibilità di usufruire di materiali di approfondimento suddivisi in sezioni sulla base della tipologia di contenuti, nonché giochi interattivi volti ad attestare il livello di conoscenza in materia. I materiali di riferimento sono disponibili gratuitamente sul sito www.idmo.it

Per quanto concerne il contributo di RAI per IDMO, nel corso del 2023 si segnala in particolare la prosecuzione della campagna “Uniti contro la disinformazione”: La

⁴¹ <https://www.idmo.it/category/report-mensili/>

⁴² <https://www.idmo.it/2024/04/24/intelligence-digest-idmo-newsletter/>

⁴³ <https://www.gruppotim.it/it/gruppo/chi-siamo/news/appuntamento-digital-media.html>

produzione RAI si compone di tre serie di 10 brevi filmati (pillole) sul tema delle *fake news*. Tra settembre e fine dicembre 2023 è andata in onda la terza serie delle pillole.

Tutte e tre le serie di pillole sono andate in onda su tutte le reti RAI e su RaiPlay e sono disponibili online⁴⁴.

La campagna *Uniti contro la disinformazione* ha ottenuto 848 milioni di contatti totali⁴⁵. Nella seconda fase di IDMO, iniziata il 1° maggio 2024, si evidenziano in particolare i partenariati istituzionali con il Ministero dell’Istruzione e del Merito e con Repubblica Digitale. Il Protocollo d’Intesa MIM-IDMO è il frutto di una collaborazione nata in occasione della ricerca Digital Media Literacy Gaps and Needs, con il coordinamento per IDMO di RAI Ufficio Studi. La collaborazione con Repubblica Digitale è nata a seguito di una proficua collaborazione tra IDMO e il Dipartimento per la Trasformazione Digitale della Presidenza del Consiglio dei Ministri e prevede l’utilizzo di materiale IDMO per un’azione di sensibilizzazione sul tema della disinformazione sul territorio nazionale.

Movimento Italiani Genitori (**MOIGE**) è un’associazione di promozione sociale attiva sin dal 1997, impegnata in ambito sociale ed educativo per la protezione dei minori e per la tutela dei diritti dei genitori.

Nel periodo di riferimento della presente relazione annuale, MOIGE ha avviato la settima edizione della campagna “Giovani Ambasciatori per la cittadinanza digitale contro cyberbullismo e cyber risk”, che punta alla formazione tra pari, stimolando gli studenti, scelti dai docenti per particolari sensibilità e capacità empatiche, prima a diventare dei “Giovani Ambasciatori” del cyberbullismo – ovvero punti di riferimento per i coetanei all’interno della scuola – e poi a formare, a loro volta, i compagni stessi⁴⁶.

Nel 2023 il progetto ha coinvolto:

- 300 scuole primarie e secondarie di I e II grado in 77 province delle 20 regioni.
- 75.123 studenti coinvolti in attività di sensibilizzazione e formazione.
- 1.788 Giovani Ambasciatori per la cittadinanza digitale, formati per essere un punto di riferimento all’interno della scuola.
- 150.246 genitori degli studenti informati attraverso il materiale didattico dedicato.

⁴⁴ <https://www.raiplay.it/programmi/pillolecontroladisinformazione>

⁴⁵ <https://www.idmo.it/2024/01/08/record-idmo-rai/>

⁴⁶ <https://www.moige.it/progetti/evento-giovani-ambasciatori/>

Nel 2024 Moige ha avviato l'ottava edizione della campagna. I dati numerici raggiunti sono gli stessi ma su territori diversi, il progetto ha coinvolto:

- 300 scuole primarie e secondarie di I e II grado in 149 città delle 20 regioni.
- 75.123 studenti coinvolti in attività di sensibilizzazione e formazione.
- 1.788 Giovani Ambasciatori per la cittadinanza digitale, formati per essere un punto di riferimento all'interno della scuola.
- 150.246 genitori degli studenti informati attraverso il materiale didattico dedicato.

Nello stesso periodo, inoltre, è giunta alla diciassettesima e diciottesima edizione l'iniziativa “Un anno di zapping e di streaming”, dedicata a un'analisi critica *family-friendly* dei programmi televisivi e web prodotti e trasmessi in Italia, con l'obiettivo duplice di porre l'accento su contenuti che veicolano messaggi e valori positivi a tutta la famiglia ma anche di indicare ciò che può recare messaggi inadeguati per un pubblico familiare e di minori. Questo lavoro è frutto di un anno di analisi e monitoraggio dell'Osservatorio Media del Moige, che si occupa anche di segnalare agli organi competenti le violazioni di tutela dei minori nell'ambito tv, web, messaggi pubblicitari. Le schede critiche, risultato di tale lavoro, sono a disposizione delle famiglie e di chiunque voglia formare il proprio spirito critico o avere indicazioni per una scelta consapevole nell'archivio digitale⁴⁷. Al termine di ciascuna stagione televisiva a giugno si svolge alla Camera dei Deputati un evento di premiazione dei programmi *family-friendly* alla presenza di istituzioni e rappresentanti del mondo tv e web⁴⁸.

Parole O_Stili è un'associazione nata a Trieste nell'agosto 2016 con l'obiettivo di responsabilizzare ed educare gli utenti della Rete a prediligere forme di comunicazione non ostili. L'associazione, insieme alle scuole, alle università, alle imprese, alle associazioni e alle istituzioni nazionali e territoriali mira a diffondere le pratiche virtuose della comunicazione in Rete, promuovendo una consapevolezza diffusa della responsabilità degli individui⁴⁹.

In riferimento alle attività condotte, si segnala in primo luogo il *Manifesto*⁵⁰, ovvero una carta che elenca dieci principi utili a migliorare lo stile ed il comportamento di chi sta in Rete. I dieci principi sono strutturati sulla base della materia di riferimento, per cui

⁴⁷ www.moige.it/guida-un-anno-di-zapping/

⁴⁸ www.moige.it/?s=evento+un+anno+di+zapping

⁴⁹ <https://paroleostili.it/chi-siamo/>

⁵⁰ <https://paroleostili.it/manifesto/>

presentano degli adattamenti nei contenuti in relazione a pubblica amministrazione⁵¹, politica⁵², sport⁵³, aziende⁵⁴, infanzia⁵⁵, inclusione⁵⁶ e scienza⁵⁷.

Usando il Manifesto come base, Parole O_Stili ha sviluppato negli anni diversi percorsi formativi per docenti, studenti, dipendenti della PA, personale delle aziende e cittadinanza. Nel 2024, circa 500.000 studenti e 250.000 insegnanti sono stati coinvolti nelle attività di Parole O_Stili. Tra gli argomenti trattati, ci sono il discorso d’odio, il bullismo e il cyberbullismo, il linguaggio inclusivo, l’uso responsabile delle chat, i rischi e l’opportunità della Rete, l’Intelligenza Artificiale, i social media, il revenge porn e il sexting.

L’Associazione offre anche la possibilità di usufruire, attraverso la piattaforma “Anche Io Insegno”, accessibile direttamente dal sito, di un percorso didattico gratuito per quanto concerne l’insegnamento dell’Educazione Civica attraverso i principi espressi nel *Manifesto*. Il percorso è strutturato in attività didattiche digitali, suddivise in 7 diverse fasce d’età, dalla scuola dell’infanzia alla scuola secondaria di II grado, in riferimento alla cittadinanza digitale, alla Costituzione e alla sostenibilità⁵⁸. Circa 30.000 docenti in tutto il territorio nazionale utilizzano la piattaforma “Anche Io Insegno”.

Save the Children Italia è stata costituita alla fine del 1998 come Onlus ed ha iniziato le sue attività nel 1999. Attualmente è una ONG (Organizzazione non governativa) riconosciuta dal Ministero degli Affari Esteri e, da maggio 2023, costituita come Associazione denominata “Save the Children Italia – ETS”.

Le principali attività e progetti sono rivolti sia ai bambini e alle bambine dei cosiddetti paesi in via di sviluppo che a quelli che vivono sul territorio italiano.

In particolare, si segnala *Connessioni Digitali*⁵⁹, un progetto attivo dal 2021 fino a giugno 2024, promosso da Save the Children e sostenuto dal Gruppo Crédit Agricole in Italia, con l’obiettivo di migliorare le competenze digitali di ragazze e ragazzi delle

⁵¹ <https://paroleostili.it/pubblica-amministrazione/>

⁵² <https://paroleostili.it/cambiostile/>

⁵³ <https://paroleostili.it/il-manifesto-della-comunicazione-non-ostile-per-lo-sport/>

⁵⁴ <https://paroleostili.it/manifesto-aziende/>

⁵⁵ <https://paroleostili.it/il-manifesto-della-comunicazione-non-ostile-per-l-infanzia/>

⁵⁶ <https://paroleostili.it/inclusione/>

⁵⁷ <https://paroleostili.it/il-manifesto-della-comunicazione-non-ostile-per-la-scienza/>

⁵⁸ <https://www.ancheioinsegno.it/educazione-civica/>

⁵⁹ <https://www.savethechildren.it/cosa-facciamo/progetti/connessioni-digitali>

scuole secondarie di primo grado. Nel progetto sono state coinvolte 99 scuole di 56 città e 17 regioni, con la partecipazione di più di 1.000 docenti e 6.000 tra studentesse e studenti. *Connessioni Digitali* si articola come segue:

- Realizzazione di prodotti di comunicazione da parte degli studenti (petizioni, podcast, foto e video) che permettono il consolidamento delle competenze digitali attraverso un percorso didattico annuale di 26 ore;
- Coinvolgimento dei docenti in percorsi di formazione (in modalità blended, con incontri nazionali e territoriali) e tutoraggio, volti a trasmettere le conoscenze e le competenze digitali funzionali a progettare e realizzare percorsi educativi finalizzati all'acquisizione e alla verifica delle competenze digitali di base;
- Alleanza con la comunità educante per favorire nuove sinergie tra scuola ed extra-scuola nei territori coinvolti. Il percorso didattico proposto promuove il coinvolgimento di realtà territoriali (associazioni, autorità locali, volontari, ecc.) nel percorso curricolare;
- Allestimento di newsroom, aule-ambienti di apprendimento fornite di tutti gli elementi essenziali per accogliere le classi. La redazione giornalistica digitale consente agli studenti di cimentarsi in video interviste, reportage, inchieste e quindi esercitare le proprie competenze digitali come reali protagonisti della rete;
- Creazione di una piattaforma digitale composta da schede didattiche, tutorial, strumenti di valutazione ed auto-valutazione e forum a disposizione di studenti e docenti⁶⁰;
- Certificazione delle competenze: il percorso didattico viene monitorato e valutato attraverso un e-portfolio compilato dagli stessi studenti e valorizzato dai docenti in ambito valutativo.

Si segnala, inoltre, un'attività di ricerca condotta da Save The Children, *XIV edizione dell'Atlante dell'infanzia a rischio in Italia*, dal titolo "*Tempi digitali*" (15 novembre 2023), volta ad esplorare le opportunità e i rischi che bambini, bambine e adolescenti affrontano dentro la nuova rivoluzione dell'*onlife* e di una vita spesa tra reale e virtuale. La ricerca dimostra come da un lato emergano le conseguenze di una sovraesposizione al digitale, mentre dall'altro ci siano anche quelle dell'essere esclusi dalla dimensione online, se non si ha accesso alla rete o si è privi di competenze. Nella pubblicazione di Save the Children, dati, mappe e interviste fotografano il bisogno di protezione per i più

⁶⁰ <https://connessionidigitali.savethechildren.it/>

giovani mentre affrontano le “opportunità rischiose” della rivoluzione digitale in un’Italia che sconta ancora ritardi e carenze sulla strada per la transizione digitale⁶¹.

La **Fondazione S.O.S Il Telefono Azzurro ETS** nasce nel 1987 a Bologna al fine di dare ascolto alle richieste di aiuto dei bambini, ovvero una risposta concreta al *diritto all’ascolto* riconosciuto al bambino dalla Convenzione Internazionale sui Diritti dell’Infanzia firmata dalle Nazioni Unite.

Oggi Telefono Azzurro predispone linee di ascolto e di intervento, telefoniche e online (mobile, web, chat, app, social network), interventi di emergenza in caso di necessità, progetti per i bambini figli di detenuti, progetti sul territorio e prevenzione tramite educazione e sensibilizzazione nelle scuole, verso gli adulti e verso chi decide⁶².

Sul sito sono presenti tre macroaree suddivise per fasce d’età: la prima (bambini 6-12)⁶³ affronta tra le varie tematiche anche le problematiche legate al fenomeno del cyberbullismo e dell’adescamento online; la seconda area dedicata ai ragazzi (13-18)⁶⁴ pone l’attenzione su cyberbullismo, sexting e tecnologie digitali; la terza area dedicata agli adulti⁶⁵ pone l’attenzione sulle tematiche del cyberbullismo, del sexting, delle dipendenze patologiche con un approfondimento dedicato al rapporto dei ragazzi con Internet e media.

Si segnala la presenza, oltre che del contatto telefonico e via chat, di un servizio dedicato alle segnalazioni di materiale dannoso o pedopornografico direttamente dal sito

⁶¹ Tra le altre pubblicazioni si segnalano: a) *Save The Children – Violenza Onlife*, sondaggio condotto da IPSOS nel gennaio 2024 e pubblicato il 13 febbraio 2024, su un campione rappresentativo di 800 giovani di età compresa tra 14 e 18 anni con quote rappresentative dell’universo di riferimento per genere, età e area geografica; b) *Le ragazze stanno bene? Indagine sulla violenza di genere online in adolescenza*, report (13 febbraio 2024) che si basa sui risultati di un lavoro di ricerca finalizzato ad esplorare il tema degli stereotipi e della violenza di genere interpellando direttamente gli adolescenti, c) *Manifesto in 10 punti per l’inclusione di minorenni e giovani migranti* (30 maggio 2024); d) *Illuminiamo il Futuro: indicazioni per il contrasto della povertà educativa* manifesto (21 ottobre 2024) nato da una riflessione tra Save the Children e le associazioni partner dei Punti Luce volto ad individuare i principi cardine per un’azione sistemica di contrasto alla povertà educativa, tramite cui si richiede, al punto 2. *Attività educative, sociali, culturali, sportive accessibili a tutti e tutte*, lo stanziamento di adeguate risorse per realizzare spazi dedicati allo sport ed alla socializzazione e dotare i luoghi pubblici e del privato sociale già esistenti di tutti gli strumenti necessari, tra cui anche strumenti digitali e la connessione alla rete internet; e) Guida per genitori, “*Adescamento Online. Conoscere e prevenire*”, che si inserisce nell’ambito di un Accordo tra la Polizia di Stato e Save the Children, volto a favorire l’accesso dei minori a un ambiente online più sicuro, a prevenire i rischi connessi a un utilizzo non consapevole della rete, tra cui il cyberbullismo, a contrastare gli abusi sessuali online, promuovendo attività di prevenzione, segnalazione ed emersione precoce di potenziali abusi.

⁶² <https://azzurro.it>

⁶³ <https://azzurro.it/bambini-6-12/>

⁶⁴ <https://azzurro.it/ragazzi-13-18/>

⁶⁵ <https://azzurro.it/adulti/>

*Clicca e Segnala*⁶⁶, che si affianca all'*helpline* telefonica gestita per conto del Safer Internet Centre (cfr. paragrafo 4.1a)⁶⁷.

Si segnala, inoltre, l'*Azzurro Academy*⁶⁸, un progetto che ha come obiettivo quello di trasmettere competenze a una vasta ed eterogenea platea di persone quali bambini ed adolescenti, docenti, genitori e familiari, ma anche educatori, psicologi e medici. Nello specifico, il progetto ruota attorno ad una piattaforma online, un'attività che si inserisce nel più ampio scenario dettato dall'accordo di collaborazione con il MIM per lo svolgimento di attività didattiche e formative volte a promuovere un'idea di cittadinanza digitale attiva e consapevole. In particolare, Telefono Azzurro sarà impegnato nelle seguenti attività:

- Comunicazione delle iniziative realizzate all'interno dell'accordo;
- Divulgazione di studi e ricerche di particolare interesse per docenti e studenti;
- Promozione di attività didattiche per gli studenti e di iniziative di formazione per le professionalità del mondo della scuola e per le famiglie, allo scopo di promuovere i diritti del bambino;
- Sperimentazione di metodi innovativi di *Media Education*, usufruendo anche della realtà aumentata;
- Diffusione della conoscenza e del corretto utilizzo dei servizi dell'Associazione;
- Promozione e sostegno all'implementazione di progetti didattici e di formazione, con riferimento all'educazione digitale e ad un uso informato di Internet.

Il corso più recente è dell'ottobre 2023, *Comportamenti rischiosi online*⁶⁹, ma risulta essere ancora attivo e facilmente fruibile, offrendo la possibilità di ottenere una certificazione al completamento dei quiz dei moduli presenti.

⁶⁶ <https://azzurro.it/clicca-e-segnala/>

⁶⁷ Tra i principali eventi realizzati da Telefono Azzurro nel periodo di riferimento della presente relazione annuale si segnalano inoltre: a) l'evento in occasione della Giornata mondiale dell'infanzia e dell'adolescenza *Il futuro dell'infanzia tra nuovi scenari e risposte concrete* (15 novembre 2023) dedicato al benessere psicofisico dei ragazzi e volto a sensibilizzare l'opinione pubblica sui loro bisogni emergenti, considerando anche le implicazioni del digitale, la cui pervasività determina un impatto sulla salute mentale; b) l'evento in occasione della Giornata internazionale per la protezione dei minori contro lo sfruttamento e gli abusi sessuali *Rompiamo il silenzio* (17 novembre 2023), volto a focalizzare l'attenzione sulla prospettiva di bambini ed adolescenti vittime di abuso e sfruttamento sessuale; c) l'evento del *Safer Internet Day 2024 – Ci arriva anche un bambino* (5 e 6 febbraio 2024); d) l'evento organizzato in occasione della Giornata Nazionale contro la Pedofilia e la Pedopornografia *La dignità dei bambini nel mondo digitale* (3 maggio 2024).

⁶⁸ <https://academy.azzurro.it>

⁶⁹ Il corso è disponibile alla pagina web <https://academy.azzurro.it/course/>

5. Il monitoraggio delle iniziative di alfabetizzazione digitale e mediatica da parte degli operatori.

In sede di attuazione delle nuove disposizioni normative in materia di monitoraggio dell'attività di promozione dell'alfabetizzazione mediatica e digitale attraverso la ricognizione e l'analisi delle iniziative in materia portate avanti dai principali operatori interessati, l'Autorità, proseguendo nel lavoro già svolto negli anni precedenti, ha svolto attraverso specifiche richieste di informazioni⁷⁰ il monitoraggio delle iniziative di alfabetizzazione digitale e mediatica da parte dei fornitori di servizi media lineari e non lineari in ambito nazionale e delle piattaforme di condivisione di contenuti video per le iniziative svolte in Italia. Si segnala in questa sede che l'Autorità aveva già inviato richieste di informazioni agli operatori interessati sia nel 2022 (confluite nella prima relazione di monitoraggio poi pubblicata dalla Commissione europea) che nel 2023. Dall'analisi delle risposte pervenute nel 2023 erano emerse una specifica attenzione ad attività formative, campagne di comunicazione e partnership con istituzioni o terzi, piuttosto che all'attivazione di *hotline/helpline* e allo svolgimento di studi e ricerche su competenze mediatiche e digitali; una gamma piuttosto ampia di tematiche trattate e di obiettivi-target delle iniziative di alfabetizzazione mediatica e digitale, con una preferenza per temi quali *cyberbullismo*, *revenge porn* e sicurezza in rete e per target in ambito scolastico.

Alla luce dei contributi pervenuti e della successiva analisi delle attività condotte dai suddetti operatori in materia di alfabetizzazione mediatica e digitale, si riportano di seguito le principali evidenze emerse per il periodo di riferimento per la presente relazione annuale, con riferimento alla tipologia delle iniziative condotte, alle tematiche trattate, nonché a destinatari, risorse e performance delle stesse.

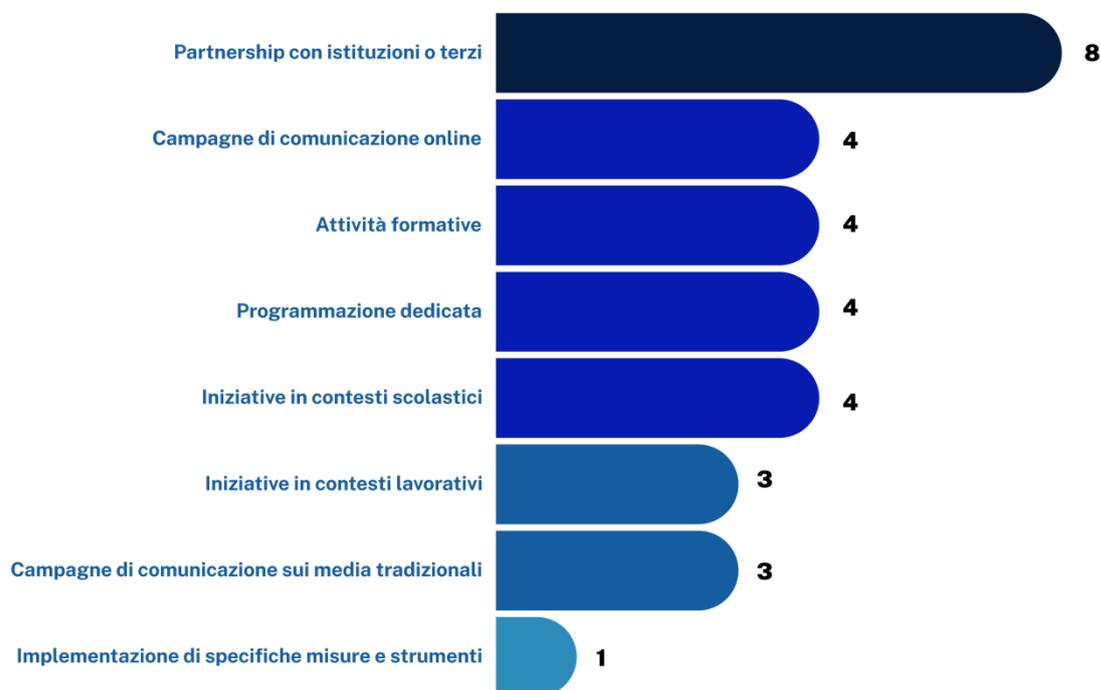
5.1. Tipologia delle iniziative realizzate o in corso di realizzazione

Tramite le risposte pervenute sulla base del questionario inviato dall'Autorità sono stati messi a fuoco diversi tipi di iniziative condotte dagli operatori interessati nel periodo di riferimento della presente relazione.

⁷⁰ In particolare, a fine ottobre 2024, sono state inviate richieste di informazioni a 13 fornitori di servizi media audiovisivi (FSMA) e 5 fornitori di piattaforme per la condivisione dei contenuti video (VSP). L'Autorità ha ricevuto riscontro da parte di 11 FSMA (di cui due prive di informazioni o aggiornamenti di merito) e 3 VSP. Sono state pertanto oggetto di analisi le risposte di 9 FSMA e 3 VSP.

A tal proposito, nella seguente figura si sintetizzano i diversi tipi di iniziative in materia di alfabetizzazione digitale e mediatica realizzate o in corso di realizzazione.

Figura 1. Tipologia delle iniziative realizzate dagli operatori⁷¹.



Le *partnership con istituzioni o terzi* rappresentano la categoria a cui riferimento un maggior numero di iniziative condotte dagli operatori (8). Se la scelta di lavorare con soggetti terzi, in particolare del mondo associativo e della società civile, può essere certamente un valore aggiunto considerato che molti soggetti partner sono in grado di impegnarsi sia in attività di ricerca e monitoraggio sia in attività di *awareness raising*, nonché di rispondere prontamente alle tendenze e alle dinamiche sociali e comunicative emergenti e di figurare come soggetti credibili e affidabili anche alla luce del legame diretto con diverse comunità, tale percorso va in ogni modo adeguatamente accompagnato e supportato lungo tutte le fasi (ideazione, progettazione, implementazione e valutazione) da parte degli operatori di mercato, condividendo con i soggetti del terzo settore principi, obiettivi e valori e fornendo ai soggetti terzi gli opportuni strumenti, nonché possibilità tecniche e dati.

⁷¹ L'attribuzione di ogni iniziativa a una o più categorie di riferimento è stata effettuata direttamente dagli operatori (tranne in un caso), sulla base del questionario inviato dall'Autorità unitamente alla richiesta di informazioni.

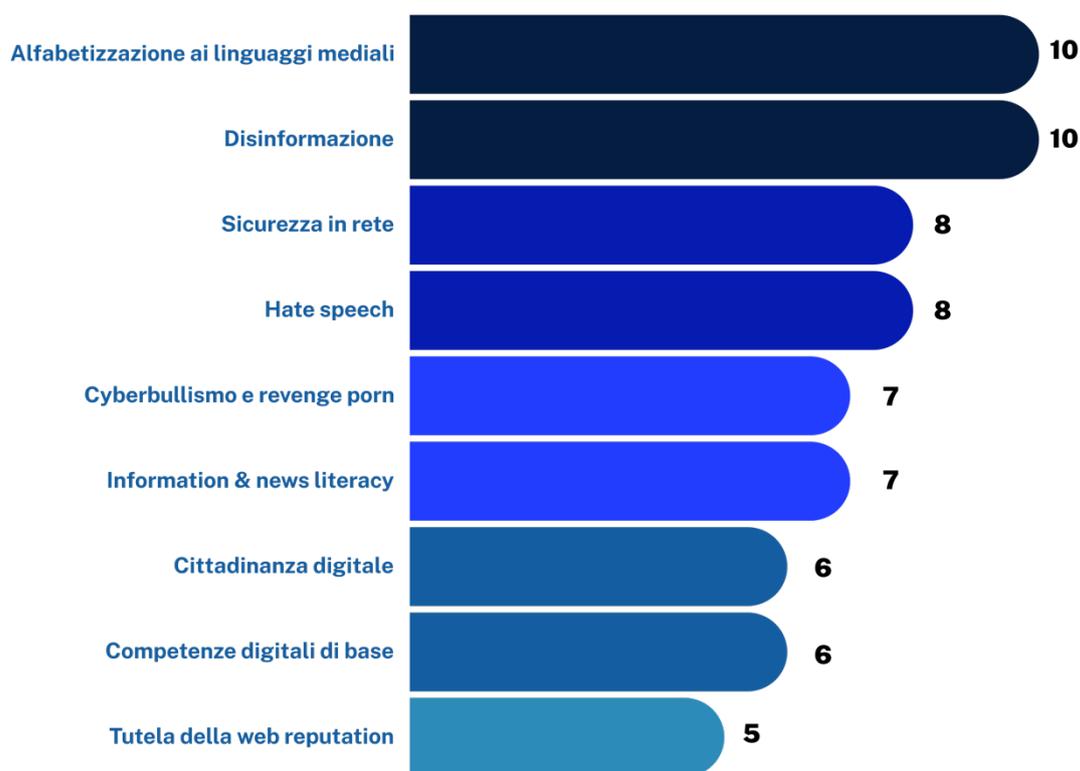
Campagne di comunicazione online, attività formative, implementazione di specifiche misure e strumenti nonché iniziative in contesti scolastici risultano gli altri tipi di iniziative prevalenti, con 4 iniziative per ognuna di queste categorie.

Se negli anni precedenti le categorie *hotline/helpline* e *studi e ricerche sulle competenze digitali e mediatiche* erano quelle in cui ricadevano un numero minore di iniziative condotte da FSMA e VSP, per il periodo di riferimento tali tipi di attività non sono state affatto espletate dagli operatori, a testimonianza di uno scarso interesse verso studi e analisi che possano precedere altri tipi di iniziative o di attività di supporto agli utenti che, con riferimento in particolare ai minori, sono tipiche di organizzazioni della società civile con esperienza pluriennale nell'ambito dell'alfabetizzazione digitale e mediatica (cfr. paragrafo 4.3).

In ogni caso, il mancato sviluppo di specifiche iniziative o lo svolgimento da parte di ogni singolo soggetto di non più di cinque diversi tipi di iniziative testimoniano la mancanza di programmi e strategie più ampie e coordinate in materia di alfabetizzazione digitale e mediatica.

5.2. Tematiche trattate nell'ambito delle iniziative realizzate o in corso di realizzazione.

Per quanto concerne le tematiche affrontate nelle varie iniziative realizzate dagli operatori, si nota come queste ricoprano una gamma piuttosto ampia di prassi e attività, che sono riportati schematicamente nella figura seguente.

Figura 2. Tematiche di riferimento delle iniziative realizzate dagli operatori⁷²

Dalla rappresentazione di sintesi delle iniziative distinte per tematiche di riferimento, risulta che gli operatori hanno maggiormente trattato, nell'ambito delle proprie attività di alfabetizzazione digitale e mediatica, una tematica ampia quale l'*alfabetizzazione ai linguaggi mediali* e una tematica specifica quale la *disinformazione* (10). Seguono le iniziative in materia di *sicurezza in rete* e *hate speech* (8), ovvero le iniziative riguardanti il *cyberbullismo/revenge porn* nonché quelle riguardanti l'*information & news literacy* (7).

Rispetto ai precedenti cicli di monitoraggio, si segnala una maggiore attenzione al macro-tema della *media literacy* e alla prevenzione e al contrasto alla disinformazione, da collegare probabilmente anche al fatto che nel periodo oggetto della presente relazione annuale c'è stato un importante appuntamento elettorale (elezioni europee del giugno 2024). In ogni caso si tratta di una tendenza che rispecchia il nuovo corso dell'alfabetizzazione digitale e mediatica. Se precedentemente, infatti, la *media e digital literacy* era vista più come strumento per aumentare la consapevolezza degli utenti, in

⁷² L'attribuzione di ogni iniziativa a una o più tematiche di riferimento è stata effettuata direttamente dagli operatori sulla base del questionario inviato dall'Autorità unitamente alla richiesta di informazioni.

particolare dei minori, sui rischi connessi a un utilizzo non corretto delle nuove tecnologie, o a far comprendere la rilevanza della tutela dei propri dati online, oggi, agli occhi di numerosi stakeholders interessati, l'alfabetizzazione mediatica e digitale si sta trasformando in uno strumento di crescita della dimensione civica degli individui e della capacità dei cittadini di vivere a partecipare a pieno alla vita democratica del proprio Paese (o dell'Unione Europea), formando quindi un insieme di attività volte all'educazione alla cittadinanza digitale⁷³.

5.3. Destinatari, risorse e performance delle iniziative realizzate o in corso di realizzazione.

In riferimento ai destinatari delle iniziative di alfabetizzazione realizzate dagli operatori, dalle informazioni raccolte emerge uno specifico interesse verso i cd. grandi minori (minori di età compresa tra i 14 e i 17 anni) e giovani adulti. Gli adulti sono toccati come target secondario in progetti rivolti all'intera comunità scolastica, o come target primario nel caso di programmazione dedicata da parte degli FSMA o di alcune specifiche iniziative sulle competenze digitali da parte di un singolo operatore.

In ambito scolastico, i progetti hanno coinvolto studenti, e in alcuni casi docenti e genitori, su tutto il territorio italiano, in particolare della scuola secondaria di secondo grado.

Con riferimento alle risorse dedicate per le iniziative di alfabetizzazione, si è trattato sia di produzioni interne che esterne ai soggetti promotori. Quando reso noto, il budget dei progetti è stato molto eterogeneo.

Rispetto agli strumenti di valutazione delle iniziative concluse, in quasi tutti i casi non vengono effettuate sistematicamente indagini specifiche sul livello di consapevolezza e sul miglioramento delle competenze oggetto del progetto raggiunto dal pubblico, ma vengono presentati solo alcuni riferimenti rispetto al numero di utenti raggiunti.

In particolare, alcuni tra i principali operatori, pur avendo rendicontato un insieme piuttosto ampio ed eterogeneo di iniziative, non riportano alcun elemento oggettivo che permetta di conoscere l'efficacia delle iniziative stesse, le quali, pur essendo tutte

⁷³ Secondo la Raccomandazione CM/Red (2019)10 del 21 novembre 2019 del Consiglio d'Europa su sviluppo e promozione della *digital citizenship education*, l'educazione alla cittadinanza digitale mira all'acquisizione da parte dei cittadini di competenze per l'apprendimento e la partecipazione attiva alla società digitale, al fine di esercitare e difendere i propri diritti democratici anche online, e promuovere e proteggere i diritti umani, la democrazia e lo Stato di diritto nel cyberspazio.

apprezzabili su carta, non sono mai supportate da dati o informazioni che indichino la loro reale portata.

Solo in alcuni casi, quali le attività formative di carattere seminariale, viene effettuata un'analisi circa il coinvolgimento degli utenti, che viene misurato raccogliendo il *feedback* dei partecipanti tramite questionari. In altri casi, la partecipazione degli utenti viene misurata in termini di studenti e docenti iscritti alle attività (in caso di attività formative) o numero di spettatori (in caso di programmazione dedicata).

Nel caso delle iniziative veicolate tramite gli spazi televisivi o online, gli strumenti di misurazione dell'efficacia delle iniziative realizzate possono consistere, oltre che nell'audience raggiunta, nella visibilità in rassegna stampa.

Nel caso specifico delle iniziative portate avanti da fornitori di piattaforme di condivisione video nel contesto italiano, la mancata trasparenza e condivisione di strumenti di analisi e dati rappresentano elementi particolarmente rilevanti anche alla luce delle raccomandazioni istituzionali⁷⁴ e degli impegni assunti a livello europeo⁷⁵.

Si tratta in ogni caso di un insieme di informazioni di carattere quantitativo di difficile contestualizzazione e non adatte a misurare il reale impatto di tali iniziative sul miglioramento delle competenze di *media literacy* (o di sotto-competenze più specifiche) nelle diverse fasce della popolazione interessate.

6. Considerazioni conclusive.

Il monitoraggio effettuato dall'Autorità ha evidenziato la coesistenza di iniziative caratterizzate da obiettivi simili messe in campo in maniera indipendente da diversi attori, nazionali e locali, istituzionali e non.

Nel merito delle iniziative analizzate, se tipologia, tematiche di riferimento e destinatari paiono complessivamente differenziarsi, emerge certamente una specifica attenzione a percorsi formativi di alfabetizzazione ai linguaggi mediali rivolti a una platea in età scolastica (in particolare soggetti tra i 14 e i 18 anni), nonché a iniziative con target più

⁷⁴ Cfr. ERGA (2021), *ERGA Media Literacy Report. Recommendations for key principles, best practices and a Media Literacy Toolbox for Video-sharing Platforms*, disponibile al link <https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2021/12/ERGA-AG3-2021-Report-on-Media-Literacy.pdf>, in particolare la sezione 4.

⁷⁵ Cfr. in particolare il Commitment 17 sottoscritto dalla principali piattaforme online che offrono servizi di social networking e di condivisione di contenuti video firmatarie dello *Strengthened Code of Practice on Disinformation 2022*, recentemente convertito in codice di condotta ai sensi dell'art. 45 del Regolamento UE sui Servizi Digitali (cd. *Digital Services Act*).

ampi in materia di disinformazione, che rappresenta un evidente segnale di una nuova tendenza alla promozione di competenze di cittadinanza digitale.

Nonostante la presenza di iniziative incentrate anche su altre tematiche, si evidenzia in ogni caso una specifica enfasi sulla dimensione della *digital safety* e/o della sicurezza in rete, che resta prioritaria per numerosi soggetti di diversa natura coinvolti in misure e iniziative di alfabetizzazione digitale e mediatica.

Con riferimento in particolare alle iniziative attuate in contesti scolastici, pur in presenza di una maggiore attenzione alle tematiche relative alla dimensione più prettamente civica, mancano tuttora attività specifiche che mirino alla promozione della resilienza delle fasce più giovani della popolazione anche in termini di rafforzamento dell'integrità dell'informazione contro i rischi di manipolazione⁷⁶.

Se gli operatori, in particolare quelli di mercato, scontano la mancanza di forme di coordinamento nazionale o comunque di forme di raccordo delle diverse iniziative di tipo strategico o meramente organizzativo, al tempo stesso manca da parte degli attori economici l'indicazione di modalità e strumenti di misurazione delle performance.

Questa lacuna non solo va in senso opposto rispetto alle più recenti interpretazioni degli stakeholders che vedono una forte componente *evidence-based* nello sviluppo di iniziative di alfabetizzazione mediatica⁷⁷, ma rischia di deviare i promotori di tali iniziative, che nell'apprezzare i risultati raggiunti in termini di audience e visibilità possono essere portati a considerare solo gli effetti di *confidence* e non quelli relativi alla modifica dei comportamenti o creazione di nuove pratiche di *media creation*⁷⁸.

La carenza di strategie e strumenti di valutazione dell'impatto delle iniziative di alfabetizzazione digitale e mediatica, nonché di efficaci analisi di contesto delle iniziative esistenti e degli attori in campo, rende inoltre estremamente difficile la programmazione di cicli continuativi e periodici di tali attività. In mancanza di evidenze concrete sulle performance delle numerose attività messe in campo, molti attori hanno

⁷⁶ Cfr. a tal proposito le raccomandazioni fornite nel report OECD (2024), *Facts not Fakes: Tackling Disinformation, Strengthening Information Integrity*, disponibile alla pagina web https://www.oecd.org/en/publications/facts-not-fakes-tackling-disinformation-strengthening-information-integrity_d909ff7a-en/support-materials.html

⁷⁷ Cfr., tra gli altri, European Digital Media Observatory (2024), *EDMO Guidelines for Effective Media Literacy Initiatives*, disponibile al link: <https://edmo.eu/wp-content/uploads/2024/10/EDMO-Guidelines-for-Effective-Media-Literacy-Initiatives.pdf>

⁷⁸ Cfr. Bulger M., Davison P. (2018), *The Promises, Challenges, and Futures of Media Literacy*, disponibile al link: https://datasociety.net/wp-content/uploads/2018/02/DataAndSociety_Media_Literacy_2018.pdf

preferito infatti negli ultimi anni proporre iniziative sempre nuove piuttosto che riproporre quelle già rodute, con il rischio quindi di affrontare di volta in volta differenti tematiche e aspetti, senza conoscere il tipo di risposta concreta a specifiche criticità che le precedenti iniziative avrebbero (o non avrebbero) favorito.

A livello di politiche pubbliche, infine, emerge in particolare un affastellamento di misure, strumenti e disposizioni legislative e organizzative che rischiano di accrescere la parcellizzazione e la sovrapposizione delle competenze istituzionali. Potrebbe, pertanto, risultare utile, alla luce di un quadro istituzionale stratificato e complesso, una strategia nazionale in materia di alfabetizzazione digitale e mediatica, che sia in grado di dettare priorità e individuare specifiche aree di intervento.