



ELEZIONI: APPELLO DELLE ASSOCIAZIONI AI PARTITI: La tutela dei consumatori sia una priorità

Le associazioni dei consumatori Adiconsum, Adoc, Adusbef, Assoutenti, Casa del Consumatore, Cittadinanzattiva, Codacons, Codici, Confconsumatori, Ctcu, Federconsumatori, Lega Consumatori, Mdc, Movimento Consumatori, Utenti TV rivolgono un appello ai leader e ai gruppi dirigenti dei partiti politici affinché il tema della tutela dei consumatori sia una priorità nei loro programmi e nella campagna elettorale già, di fatto, in corso.

È importante che le diverse forze politiche si confrontino su quanto già realizzato e su quel che intendono fare in futuro su questi diritti fondamentali dei cittadini. Il prossimo Governo avrà davanti a sé emergenze legate ai consumi: bollette, carburanti, prezzi, pratiche commerciali scorrette e illecite, truffe continueranno a dettare buona parte dell'agenda politica. I cittadini interpellati dai vari istituti di ricerca risultano preoccupati prevalentemente dai temi relativi al consumo oltre che al lavoro e alle tasse.

Pandemia, crisi economica e sociale, crisi climatica, insieme alle attuali difficilissime relazioni politiche internazionali, hanno portato i prezzi di beni e servizi a livelli insostenibili, ampliando enormemente il numero di cittadini in stato di grave disagio economico e in povertà assoluta.

Perciò è fondamentale che sin d'ora i partiti si confrontino e che dedichino spazio in campagna elettorale a quel che è stato fatto in questi anni e a che cosa intendano fare per la miglior tutela dei consumatori e degli utenti.

Le associazioni chiedono a tutti i leader politici e ai candidati dei partiti e delle coalizioni che la tutela dei

consumatori sia una vera priorità nei programmi di governo. Le associazioni, per parte loro, terranno sotto attenta osservazione i programmi e le attività elettorali di partiti e candidati rivolte ai cittadini, consumatori e utenti.



SPECIALE PROGETTO SPID

L'educazione digitali dei minori: la web reputation e la datificazione



**Sostenere la Partecipazione
all'Innovazione Digitale**

Nell'ambito del Progetto SPID (Sostenere la Partecipazione all'Innovazione Digitale) promosso dal Movimento Difesa del Cittadino e finanziato dal MISE con la Legge 388/2000 – ANNO 2021, teso a favorire la Transizione Digitale, particolare attenzione merita l'educazione digitale dei minori.

E' sotto gli occhi di tutti noi come sempre di più adolescenti ma anche bambini in tenera età utilizzino, per necessità o per semplice passatempo, le tecnologie digitali (o ne siano, loro malgrado "oggetto"): giochi, social, navigazione in rete, applicazioni di messaggistica sono dunque strumenti che i minori conoscono e utilizzano con grande frequenza, o su cui finiscono spesso informazioni, dati e immagini a loro riferibili, con il rischio di incorrere in due rischi: la "web reputation" e "la datificazione".

COSA SI INTENDE PER WEB REPUTATION?

Si tratta della reputazione online di una persona fisica o giuridica, ovvero della percezione che gli utenti del web hanno di quello specifico soggetto. Ogni azione che si compie online, ogni comportamento e ogni notizia contribuiscono dunque a formare un'idea ed un giudizio, ovvero una propria identità digitale con annessa reputazione.

Sembra strano che possa farsi riferimento a questa tematica anche per i minori, eppure, considerando che bambini e bambine iniziano ad interfacciarsi con gli ambienti digitali già dalla loro nascita (per il tramite dei propri genitori), per poi continuare autonomamente

dai 6 anni in poi - a volte con profili social personali oppure con profili condivisi con adulti o tramite i profili degli adulti soltanto - è facile comprendere come sia necessario prestare attenzione sia a ciò inevitabilmente finisce per creare la web reputation - attuale o futura - del minore, nonché alla diffusione delle informazioni sensibili e personali messe in rete (in primis dai genitori stessi).

La Polizia Postale suggerisce quindi alcune semplici condotte per proteggere la reputazione online dei più piccoli e agire in maniera sicura. Innanzitutto ci si deve chiedere:

- L'immagine del proprio figlio/figlia che si sta per postare è privata e intima? Ha senso che sia resa pubblica?
- Il proprio figlio vorrebbe che venga condiviso pubblicamente ciò che ad esempio gli insegnanti hanno riferito di lui?
- Tra 10 anni, il minore sarà contento/a di trovare online questa immagine o video di sé?
- Una volta condivisa una foto/video del proprio figlio/a in una chat di gruppo, c'è la sicurezza e la certezza che questo contenuto non verrà poi scaricato da qualcuno e usato in altre chat?

E LA DATIFICAZIONE?

Al tema della web reputation, non può non collegarsi quello della "datificazione" e cioè del processo tecnologico che trasforma le informazioni e i dati relativi a una persona in valore economico e commerciale. Quando si mette in rete il contenuto video o foto di un

minore, questo infatti oltre a contribuire alla creazione di una certa immagine dello stesso sul web, per alcuni è anche fonte di guadagno. È molto importante pertanto che i genitori facciano attenzione alle tracce digitali dei propri figli che lasciano in rete, alle app di profilazione e sorveglianza che usano e al condividere ogni aspetto della loro vita online, anche prima della nascita dei bambini, perché quelle informazioni – dati personali - potranno essere utilizzate, a proprio uso e consumo, dai gestori delle piattaforme social in cui vengono pubblicate, oppure dai creatori di quella app e così via.

I dati personali sono infatti tutte quelle informazioni che identificano o rendono identificabile, direttamente o indirettamente, una persona: informazioni anagrafiche, informazioni sul suo aspetto (“dati identificativi”), sulle sue caratteristiche, le sue abitudini, il suo stile di vita, le sue relazioni personali, il suo stato di salute, la sua situazione economica, il suo orientamento sessuale, le sue idee politiche (“dati sensibili”).

L’uso delle tecnologie digitali e i comportamenti online nelle piattaforme lasciano numerose tracce di dati, creando la nostra “impronta digitale”, a cui le aziende private sono molto interessate.

Per tutti i servizi online che appaiono gratuiti (come i social network), i gestori di queste piattaforme “chiedono” (e ottengono), in cambio, dati personali, in parte al fine di “profilare” gli utenti, cioè raccolgono ed elaborano dati degli utenti di servizi online per categorizzarne i comportamenti, le abitudini e le preferenze (spesso a fini pubblicitari e commerciali).

Non tutti, sicuramente non i più piccoli, hanno pertanto gli strumenti per capire quanto valore hanno le tracce digitali online, quali dati vengono raccolti e da chi, e quali conseguenze tutto ciò comporta, anche per la scarsa trasparenza delle aziende di servizi online rispetto all’utilizzo (e la rivendita a terzi) dei nostri dati.

Si pensi che una singola immagine pubblicata online viene analizzata da diversi algoritmi in grado di elaborare ed acquisirne molti dati personali: di quella foto non solo perdiamo la “proprietà” e l’uso che se ne può fare tramite un “download” da parti di altri utenti, ma anche il controllo sui dati o metadati associati a quella foto (e su come essi possono essere utilizzati dalle piattaforme online per altri scopi, non tutti dichiarati).

LA NETIQUETTE E LE REGOLE DELLA RETE

Il Progetto SPID (Sostenere la Partecipazione all’Innovazione Digitale) promosso dal Movimento Difesa del Cittadino e finanziato dal MISE con la Legge 388/2000 – ANNO 2021, è teso a favorire la Transizione

Digitale, anche attraverso la formazione e l’educazione al rispetto delle regole di chi naviga in rete. Sempre più spesso si sente parlare infatti di netiquette, e molti di noi avranno notato che nei gruppi su Facebook, nei blog, nelle pagine ove è possibile interagire e lasciare dei commenti, sono elencate una serie di regole che i partecipanti sono tenuti a rispettare: si tratta cioè delle regole che disciplinano il comportamento dell’utente in quello specifico spazio sociale, insomma le “regole della casa”, di “buona educazione”.

La netiquette ha quindi la stessa funzione della buona educazione nella vita di tutti i giorni: far sì che gli utenti online si rapportino tra loro con rispetto, cortesia e gentilezza. Si tratta di un “codice di comportamento” non imposto per legge – tanto che l’eventuale trasgressione non comporta sanzioni, salvo che quel commento, quel giudizio o quella espressione non leda la reputazione o l’onore o l’immagine di altri, e dunque configuri il reato di diffamazione.

Tuttavia, quando i limiti imposti dal proprietario della pagina o dal moderatore vengono superati, quel commento può essere rimosso dalla rete (in gergo bannato) e l’account chiuso o bloccato.

Proprio per agevolare gli utenti del web ad impostare la propria condotta in forma rispettosa, nel 1995 è stato redatto dalla Internet Engineering Task Force (organismo internazionale interessato all’evoluzione tecnica e tecnologica di Internet) un documento ufficiale - RFC 1855 – contenente un corpus di regole ufficiali sulla netiquette, così da rendere l’esperienza del web la migliore possibile per chiunque.

Le regole principali, che si evolvono al passo con i tempi e che valgono per ogni genere di comunicazione o interazione sul web sono quindi:

- curare la grammatica e la forma dei messaggi, per rendere più agevole la lettura e la comprensione del testo scritto;
- evitare di scrivere in MAIUSCOLO o in grassetto: questo tipo di carattere è associato ad un tono di prepotenza e arroganza, ed equivale al gridare;
- cercare di essere sintetici e precisi e rimanere “on topic”, ovvero “in argomento”, evitando di ripetersi, inviare posta o inserire testi giusti per sottolineare gli errori di battitura o i refusi degli altri;
- evitare di condurre guerre personali in pubblico: si può continuare la conversazione in privato se proprio necessario;
- non generare flames (messaggi d’ira) anche in caso di provocazione;
- evitare di inviare SPAM, ovvero messaggi indesiderati

e/o pubblicitari;

- rispettare le opinioni diverse dalle proprie, ad eccezione delle opinioni omofobe, razziste, sessiste e denigratorie in genere, che configurano reato e che vengono spesso sanzionate dai moderatori, oltre che dalla legge;

- compilare correttamente il campo "oggetto" delle email per far comprendere al destinatario l'argomento e l'importanza del messaggio;

- a meno che non si usino strumenti di crittografia (hardware o software), non inserire mai in un messaggio elettronico contenuti delicati o privati;

- non inviare lettere a catena via posta elettronica (vietate, pena la revoca dell'accesso) o richiedere indiscriminatamente, per qualsiasi messaggio di posta elettronica, la ricevuta di ritorno;

- non inviare allegati alle mail troppo grandi, o file con nomi lunghi e con caratteri particolari come quelli di punteggiatura (se possibile concordare col destinatario l'invio di file oltre 1 MB);

- rispettare il copyright sui materiali riprodotti;

- non considerare la timeline di un social network come proprio spazio privato per inserire pubblicità di prodotti;
- se si pubblicano testi, foto o video provenienti da altri siti web citare la fonte (ove possibile aggiungere il link di riferimento).

Le regole sopra elencate non sono immutabili, ma si evolvono col tempo, tanto che alcuni comportamenti prima sconsigliati o inopportuni, oggi sono tollerati: è il caso dei grandi allegati: se prima della "banda larga" l'invio di un allegato "pesante" - in termini di dimensioni - era infatti considerata una infrazione del galateo del web perché costringeva il destinatario a lunghe attese per scaricarlo e fruirne i contenuti, oggi con la fibra e le connessioni veloci non è più così.

Non dimentichiamo poi che ogni "spazio virtuale" ha delle regole ben precise.

Per i social ad esempio, è importante - prima di pubblicare contenuti e commenti - comprendere (ed accertarsi) quali argomenti possono essere trattati in pubblico o in conversazioni private, per non rischiare di violare la privacy dell'interlocutore, magari rendendo pubbliche informazioni riservate.

Altra buona abitudine, soprattutto su social come Facebook o Instagram, è poi quella di chiedere sempre l'autorizzazione alle persone ritratte in una foto prima di pubblicarla o di taggarle; evitare di postare foto di minori, soprattutto se figli altrui; non pubblicare foto che potrebbero mettere in imbarazzo un altro utente.

Regole fondamentali sono inoltre quelle di non pubblicare contenuti inesatti, imprecisi o addirittura falsi

- insomma evitare le cd bufale - (quando si condivide una informazione è importante essere certi della sua veridicità, dopo averne approfondito la provenienza e la fonte) e non svelare particolari importanti riguardanti un contenuto, per lo più narrativo, rivelando anticipazioni, colpi di scena o eventi importanti - cd spoiler -.

Infine, è buona norma non pubblicare post che contengano abusi personali, parole d'odio e di pregiudizio, inclusa ogni forma di discriminazione razziale, religiosa, sessuale.

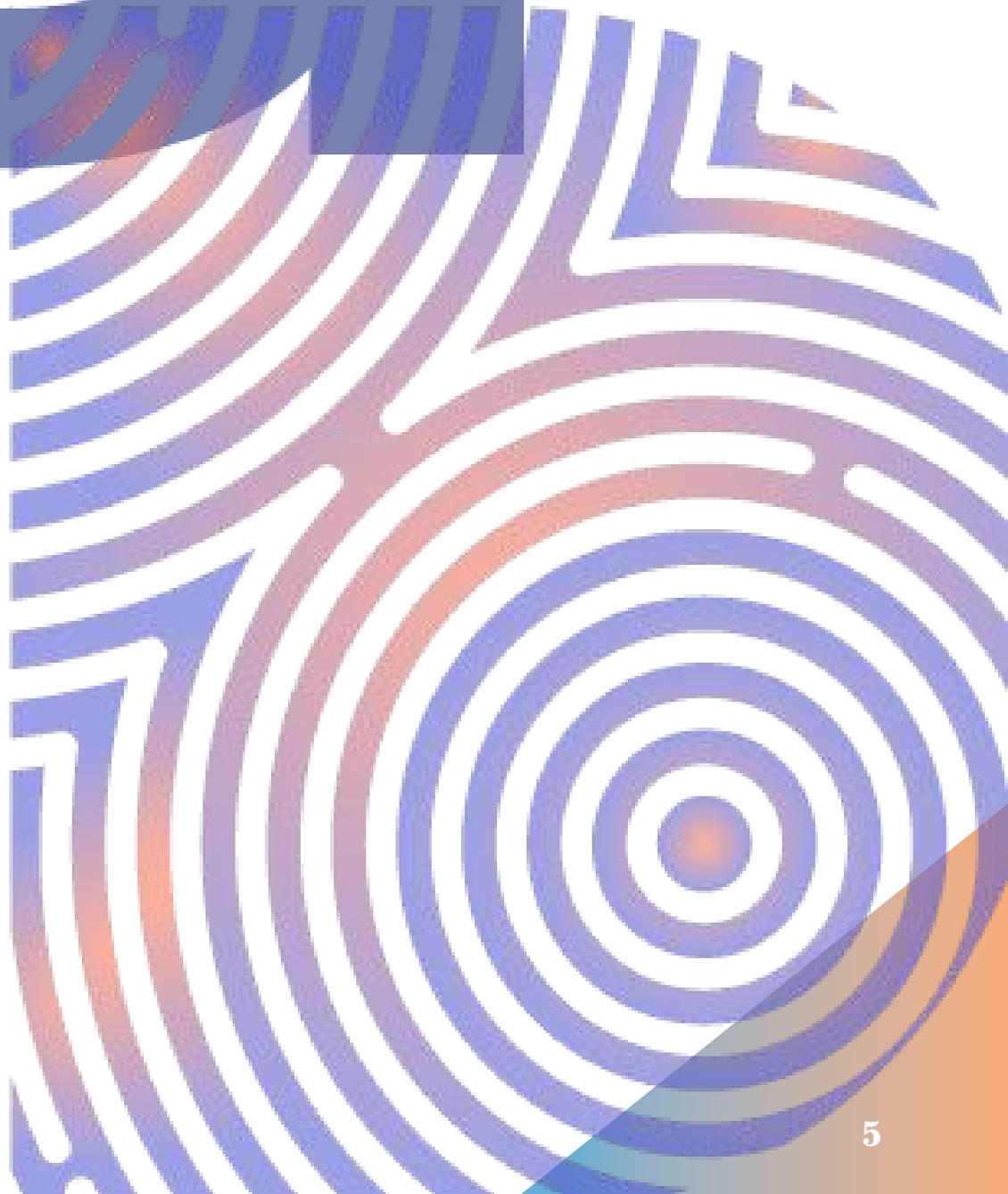
Il bullismo digitale viene penalizzato dagli utenti e dagli stessi social media (spam) e sanzionato anche penalmente lì dove ingeneri un danno all'utente.

Per bullismo digitale si intende il comportamento di chi, attraverso profili fake o chiusi, i cd "leoni da tastiera o haters", usa i social media o altre piattaforme per insultare e discriminare persone, denigrare pagine, sminuire prodotti e servizi, con termini e linguaggi aggressivi e offensivi.

In questi casi, oltre a segnalare alla piattaforma tali commenti o comportamenti, e denunciare alla Polizia Postale, attraverso la netiquette della pagina si possono isolare immediatamente i profili che violano le regole di buona convivenza e attuano comportamenti inaccettabili, bloccandoli e segnalandoli alle piattaforme.

Insomma, in una realtà sempre più virtuale, dove tutto diventa in pochi istanti permesso e di tendenza, la buona educazione non passa mai di moda!

SPB



DIRITTI&CONSUMI

MENSILE DEL MOVIMENTO DIFESA DEL CITTADINO

Numero di iscrizione al Tribunale di Roma – Sezione Stampa
- 503/00 del 28.11.2000

Direttore Responsabile: Francesco Luongo

Responsabile di Redazione: Gerry Mottola

Progetto Grafico: Eleonora Salvato

Sede e Redazione: Via Casilina, 3/T
00182 Roma

Tel. 064881891

Mail: ufficiostampa@mdc.it

Stampa: FP Design S.r.l. a s.u.

Finito di stampare il 04/09/2022



LEGAMBIENTE

Il Movimento Difesa del Cittadino
collabora con **Legambiente:** www.legambiente.it



Il Movimento Difesa del Cittadino nasce nel 1987 con l'obiettivo di promuovere con ogni mezzo la difesa dei diritti, della libertà e della dignità dei cittadini, in particolare nei confronti della Pubblica Amministrazione. Uno scopo a cui, negli ultimi anni, si sono affiancati tanti altri temi legati alla tutela del cittadino e consumatore. Siamo un'associazione rappresentativa dei consumatori a livello nazionale, riconosciuta dal Ministero dello Sviluppo Economico e componente del Consiglio Nazionale dei Consumatori ed Utenti. La nostra rete di oltre 100 Sedi e Sportelli del cittadino in 18 Regioni Italiane offre quotidianamente ai soci servizi di assistenza e consulenza, con esperti qualificati, per tutte le problematiche connesse al consumo ed al risparmio consapevole e sicuro.

L'ISCRIZIONE A MDC COSTA SOLO 1 EURO!

TIENITI AGGIORNATO SU WWW.DIFESADELLECITTADINO.IT
E ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER MDC NEWS

seguici su



MOVIMENTO DIFESA DEL CITTADINO



DIFESA DEL CITTADINO

DONA IL 5X1000 AL MOVIMENTO DIFESA DEL CITTADINO

CODICE FISCALE: **97055270587**

**SOSTIENI CHI
TI SOSTIENE!**



DONACI IL **5X1000**

SCRIVI **97055270587**