



By Avvocato Giulio PALMA

PIATTAFORME SOCIALI: SALUTE MENTALE DEI GIOVANI, I RISCHI E LA GIURISPRUDENZA



Giulio Palma

Avvocato/Attorney | Criminal Law| G.R. Management Compliance strategies| International Relations|Geopolitics|Cybersecurity|Cybercrimes & Investigations|Writer

March 14, 2024

Prefazione

Nel panorama attuale, dove il digitale e il sociale si intrecciano in modo inestricabile, la questione della salute mentale, in particolare tra i giovani, assume contorni sempre più complessi e sfaccettati.

Inizieremo esaminando come le piattaforme social influenzano la salute mentale dei giovani, attingendo a studi recenti che delineano un quadro sia degli aspetti positivi che di quelli negativi. Analizzeremo come l'interazione costante e a volte ossessiva con questi ambienti digitali può influenzare l'autostima, le relazioni interpersonali e il benessere psicologico dei più giovani.

Successivamente, ci addentreremo nell'analisi dei rischi concreti che emergono dall'utilizzo delle piattaforme social, come il cyberbullismo, la dipendenza da Internet e l'esposizione a contenuti inappropriati, evidenziando come questi fattori possano incidere sulla salute mentale.

Ci focalizzeremo sul quadro giuridico attuale e su come questo sta evolvendo per affrontare le sfide poste dall'era digitale. Esamineremo la legislazione esistente, le recenti iniziative giuridiche e le sentenze che hanno segnato un precedente, al fine di capire come il diritto stia cercando di proteggere i giovani utenti delle piattaforme social. Per dare un fondamento solido alla nostra analisi, ci appoggeremo a ricerche e studi accademici che hanno esplorato il legame tra l'uso dei social media e la salute mentale, oltre a considerare report e dati provenienti da organizzazioni sanitarie e istituzioni giuridiche riconosciute. Attraverso questo approccio multidisciplinare, miriamo a fornire una panoramica olistica che illumini le complesse interazioni tra piattaforme social e salute mentale dei giovani, offrendo spunti di riflessione e indicazioni per azioni future.

Nuovi orizzonti: le piattaforme online

«How do you measure a year? In daylights, in midnights, in sunsets, in cups of coffee. Measure in love». (Larson, J. (Producer), Rent, 1996)

Ebbene oggi potremo ribaltare, cinicamente, questa prospettiva e supporre di dividere e misurare il nostro tempo in connessioni, in status, hashtag e tweet.

Prospettiva, alquanto triste, ma veritiera dei tempi che corrono dove le neotecnologie e i social network guidano le nostre vite, il *modus vivendi* di oggi è il “sempre connessi” e il reale si avvicina sempre più al virtuale, fino a confondersi in esso e rendendo difficoltosa la separazione e la distinzione tra le due cose.

L'avvento dei social network ha cambiato e continua a cambiare il nostro modo di comunicare all'interno di uno scenario che si configura incerto e problematico, costellato di situazioni ancora in via di definizione e ancora in corso di studio, per questo non di immediata comprensione.

Da una prospettiva di sociologia dei media possiamo affermare che, anche grazie ai media mobili e convergenti, il digitale rappresenta una parte importante della vita delle/dei giovani (e non solo) e le pratiche quotidiane stanno diventando sempre più mediate con una conseguente compenetrazione delle esperienze online e offline.

Lo sviluppo commerciale di internet, a partire dagli anni '90 ha raggiunto il suo apice passando prima dai personal computer per arrivare, ad oggi, all'ampio e, per certi versi, spropositato uso di smart phone che consentono la possibilità di accesso alla rete da qualsiasi luogo (o quasi).

Se negli anni '80 e '90 internet era percepito ancora come una dimensione quasi esclusiva del lavoro, usato prevalentemente nelle grandi aziende, uniche a poterselo permettere, per la comunicazione interna e la gestione dei dati, si è avuto col passaggio agli anni 2000 e al Web 2.0 un ampliarsi della dimensione ricreativa (giochi di ruolo online e gioco d'azzardo online), economica (ebay e altri siti di e-commerce) e di quella “sociale”, con lo sviluppo delle prime forme di chat, siti di incontri online per arrivare alla grande piazza costituita, oggi, dai social network e dalla grande invasione dei blog, che dal semplice diario, ricettacolo della pagina cartacea a cui confidare segreti e tormenti, si è trasformato anch'esso in luogo a cui assoggettare una dimensione commerciale e/o pubblicitaria (es. fashion blogging, food blogging).

Con MySpace, fondato anch'esso nel 2003, si aprì la stagione dei social network come fenomeno globale. MySpace nacque con una politica molto più leggera sul fronte dell'accertamento dell'identità reale, chiunque poteva crearsi un proprio profilo, sia usando il proprio nome che creandone uno fittizio, e personalizzarlo come più gli piaceva, inserendo immagini, video e suoni. Questo fattore portò al successo MySpace grazie al grande utilizzo che ne fecero band emergenti per farsi pubblicità, inserendo loro materiali e portandosi dietro gruppi, più o meno grandi, di fan o amici.

Solo nel 2009 MySpace è scalato al secondo posto dei social network più usati lasciando il primo posto a quello che oggi è considerato il social per eccellenza. Facebook, che sulla sua pagina si presenta così: Founded in 2004, Facebook's mission is to give people the power to share and make the world more open and connected. People use Facebook to stay connected with friends and family, to discover what's going on in the world, and to share and express what matters to them. In realtà Facebook nasce dalla mente di Mark Zuckerberg come portale per consentire agli studenti di Harvard di mettersi in contatto attraverso la versione 12 online dell'annuario universitario. Riservato al solo territorio americano fino al 2005, è nel 2006 che Facebook varca i confini e apre le sue porte a qualsiasi utente che abbia compiuto più di 13 anni. Dal 2006 ad oggi Facebook ha moltiplicato esponenzialmente il numero dei suoi utenti (1 miliardo e 11 milioni nel 2013) diventando una vera e propria piattaforma sociale che contiene al suo interno molteplici funzionalità e applicazioni: sia interne che esterne. Ma è diventato soprattutto un vero fenomeno globale e pervasivo della quotidianità moderna tanto da attrarre l'attenzione di analisti e studiosi di tutti gli ambiti disciplinari, dal marketing alla psicologia.

Nel 2010 nasce invece Instagram, rilasciato tramite applicazione nell'AppStore. Instagram fa uno della fotografia, con foto quadrate in omaggio alla Polaroid, che consentono agli utenti di comunicare grazie all'utilizzo hashtag, commenti e di tutta una serie di servizi correlati (v. InstaMessage, applicazione gratuita di messaggistica istantanea che mette in contatto tra loro gli utenti di Instagram). Con utenti a metà tra il fotoreporter e il voyeur l'ampio successo di Instagram si deve anche suo lato oscuro fatto di immagini osé e al limite della pornografia, con tendenze di ogni tipo che denotano un esibizionismo dilagante.

Le opportunità e i rischi dei social network: la privacy e la salute mentale dei più giovani I social network sono costellanti anche di aspetti positivi e di opportunità che andrebbero comprese, sviluppate e potenziate proprio dalla società stessa in modo da ridurre i comportamenti disfunzionali e gli usi irresponsabili.

In primo luogo, i social network si configurano come un ambiente perfetto per chi vuole farsi e fare pubblicità, soprattutto per quei marchi che desiderano rivolgersi un pubblico giovane: il social media marketing è oggi un compartimento necessario e indispensabile per ogni azienda che voglia fare una pubblicità efficace e mirata.

Una ricerca svolta a livello mondiale da Microsoft Digital Advertising Solutions ha messo in evidenza come la pubblicità sui social network sia caratterizzata da un forte senso di fiducia da parte dell'utenza, derivante dai commenti dagli stessi utenti che si presume abbiano usato e testato il prodotto.

Questo è anche il principio che guida social network settoriali come TripAdvisor, dove i ristoranti si fanno pubblicità ma devono sottostare al giudizio degli utenti con tutta una serie di problematiche, messe in evidenza nel tempo, legate alla mancanza di verità e autorevolezza dei commenti.

Facebook mette a disposizione dei suoi utenti tutta una serie di proprietà relative all'advertising nella gestione delle pagine, con possibilità di promuovere pagine ed eventi con inserzioni mirate a un pubblico specifico e selezionato.

Inoltre, permette anche allo stesso utente di poter filtrare le pubblicità in base ai suoi interessi (es. seguendo i "Mi piace") aumentando così la possibilità di imbattersi in inserzioni veramente interessanti ed utili per gli utenti, che con maggiore probabilità risponderanno positivamente.

In secondo luogo, l'obiettivo dei social è quello di condividere necessità, scambiarsi professionalità, conoscenze, portare avanti iniziative collettive di interesse comune e trarre quindi tutti i benefici derivanti da una maggiore interazione sociale.

I social, tuttavia, nascondono numerosi rischi sottesi al loro uso scorretto: è possibile perdere il senso della realtà e nascondersi in un luogo che rende più facili le interazioni solo grazie ad una maschera virtuale; nascondersi dietro nickname rende più facile comunicare, essere coraggiosi e offendere spesso gratuitamente forti dello scudo invisibile di internet.

Tra i principali rischi vi è quello della perdita d'identità.

I social network sono uno strumento con cui è possibile definire la propria identità sociale, sempre più infatti ci viene richiesto di inserire i nostri interessi, i nostri dati personali, il tipo di relazione che intratteniamo con alcune persone e tutta un'altra serie di dati che vanno a costituire la nostra identità in rete.

Tutto questo processo si lega indissolubilmente ad una sempre maggiore mancanza di sicurezza e a una instabilità delle identità costruite in rete, cosa che si lega al primo paradosso dei social network: "se io posso più facilmente cambiare la mia identità è vero che anche l'intervento esterno può modificare più facilmente il modo in cui gli altri percepiscono la mia identità".

Bauman parlando della modernità la definisce "liquida" poiché si sono liquefatti i legami tra gli individui e questo processo di liquefazione produce un individuo afflitto dalla solitudine, egoista ed egocentrico, che vive un tempo anch'esso liquido. Un tempo che si contraddistingue anche una sempre più scarsa capacità di relazionarsi con gli altri, che rende più precarie e "leggere" le nostre relazioni, portandoci a quella che viene definita "emotional illiteracy" (analfabetismo emotivo).

Un blocco che deriva dalla maggiore quantità di relazione mediate dall'uso di tecnologia, rispetto a quelle dirette, che non riescono più a essere comprese, né le proprie né quelle degli altri, portando al totale disinteresse emotivo.

I dati personali dei minori nel web anteriormente al **Regolamento UE 679/2016: iniziative europee**

Con l'avvento del web, caratterizzato dalla costante interazione e condivisione, il principio del best interest of the child ha subito un pesante arretramento: il mondo di Internet, contrassegnato da quella che è stata definita "una costante videosorveglianza" sui viaggiatori della Rete, sembra non conoscere più la differenza tra capacità ed incapacità di agire della persona, legata alla minore età che, tendenzialmente, costituisce uno spartiacque per il compimento di atti giuridicamente validi.

Riva riporta come secondo paradosso dei social network il seguente: "se nei social network posso più facilmente cambiare la mia identità virtuale, è vero anche che, seguendo le tracce lasciate dalle diverse identità virtuali, è più facile per altri ricostruire la nostra identità reale". La nostra identità virtuale ci seguirà sempre, ovunque noi andiamo o pensiamo di nasconderci e cambiare la nostra identità richiederebbe come prima cosa la modifica della nostra identità virtuale. Quanto la nostra privacy viene tutelata? Poco. O almeno non molto.

I minori, nativi digitali, per lungo tempo sono stati privi nel mondo digitale di quelle garanzie e tutele di cui l'ordinamento giuridico si è fatto carico nella realtà sociale in funzione di garantire il citato best interest of child.

A livello internazionale, un punto di partenza appropriato è stata la citata Convenzione delle Nazioni Unite sui diritti del bambino (UNCRC) del 1989 la quale si occupa delle esigenze e dei diritti specifici dei minori, riconosce che i bambini hanno il diritto di esprimere le proprie opinioni e agire quando opportuno, hanno il diritto di essere protetti da abusi o forme di sfruttamento e di proteggere la loro privacy, richiede, inoltre, che la loro vita non sia soggetta a interferenze eccessive.

La Convenzione di New York sui diritti dell'infanzia e dell'adolescenza adottata il 20 novembre 1989 è lo strumento internazionale che, ad oggi, ha raccolto il maggior numero di consensi contando 196 Stati parte; l'ultimo Stato ad averla ratificata è stato la Somalia. La Convenzione in Italia è stata ratificata con l. 176 del 27 maggio 1991 in base alla quale è derivato l'obbligo di adottare tutti i provvedimenti necessari per l'attuazione dei diritti in essa sanciti e di predisporre un più adeguato e complesso sistema di tutela, sostegno e promozione: essa costituisce il binario su cui si muove l'Autorità garante per l'infanzia e per l'adolescenza la quale ne monitora l'effettiva attuazione in Italia.

Nonostante a livello internazionale il diritto alla riservatezza e alla protezione dei dati personali, sia stato riconosciuto ai minori già dall'art 16 della citata Convenzione Onu sui diritti dell'infanzia o dall'art 8 della Convenzione di Pechino del 1985 in tema di tutela della vita privata e amministrazione della giustizia minorile, il percorso che dalla direttiva 95/46 ha condotto al vecchio Codice della privacy (d.lgs. 30 giugno 2003, n.196), è stato, difatti, contrassegnato da pochi riferimenti ai minori.

La direttiva 95/46 non operava alcuna distinzione tra il trattamento di dati dei minori e quello di dati degli adulti; allo stesso modo la direttiva 2002/58/CE relativa alla vita privata e alle comunicazioni elettroniche e la decisione quadro 2008/977 sulla protezione dei dati personali trattati nell'ambito della cooperazione giudiziaria e di polizia in materia penale.

Questa scelta, relativamente alla direttiva 95/46, appare ovvia poiché tale direttiva è stata approvata in vigore del Trattato di Maastricht, il quale non conteneva una disposizione che consentisse alle Istituzioni europee di emanare norme ad hoc per i minori; si voleva evitare che la Comunità europea disciplinasse settori, ad esempio quello del diritto di famiglia, in cui la competenza era degli Stati membri.

Tuttavia, ciò non significa che i minori erano completamente sprovvisti di tutela, potendosi gli atti normativi in questione, applicare a tutte le persone naturali: gli Stati membri partendo da essi, potevano introdurre norme ad hoc per l'adozione di atti dispositivi da parte dei minori come per l'espressione del consenso al trattamento dei dati da parte del minore o l'esercizio dei diritti dell'interessato minore.

La mancanza di regole europee uniformi ha portato ad un approccio frammentato da Stato a Stato nell'adozione delle proprie regole: ad esempio, con riferimento all'espressione del consenso, in alcuni Stati si riteneva sufficiente e necessario il consenso del legale rappresentante, in altri era necessario il consenso sia del legale rappresentante sia del minore, in altri ancora, era sufficiente il consenso del minore se aveva raggiunto una determinata età.

L'ampia gamma di pratiche divergenti tra gli Stati membri nel settore della protezione dei dati personali può essere suddivisa in tre gruppi in relazione al metodo e all'interpretazione della soglia esatta d'età che permette ai minori di acconsentire alla loro protezione dei dati: alcuni Stati membri, come la Spagna, i Paesi Bassi, l'Olanda e l'Ungheria, hanno dichiarato esplicitamente nella loro legislazione nazionale la soglia esatta d'età dalla quale i minori sono considerati legalmente competenti per agire in loro conto; altri Stati, scegliendo un modello di regolamentazione per analogia, hanno invocato disposizioni di diritto civile che stabiliscono quando una persona diventa pienamente competente per acquisire diritti e obblighi e applicarli all'area della protezione dei dati; molti Stati, ad esempio il Regno Unito, hanno adottato un approccio soggettivo non disponendo di disposizioni specifiche ma valutando la situazione concreta caso per caso sulla base dell'interesse superiore del minore e del livello di sviluppo morale e psicologico.

A livello europeo, la maggior parte degli Stati ha adottato un approccio soggettivo; allo stesso modo il WP 29 non ha fissato limiti d'età precisi per i quali è richiesto il consenso dei genitori e ha sottolineato l'importanza della maturità di un bambino anche sulla base dei dati in questione: ad esempio, ha ritenuto che la raccolta di dati da un bambino di otto anni allo scopo di inviare riviste non richieda il consenso dei genitori, mentre tale consenso sarebbe necessario per la partecipazione dello stesso bambino ad uno spettacolo televisivo.

Tale eterogeneità di soluzioni nazionali, sia per quanto riguarda la protezione dei dati personali del minore sia per l'espressione del consenso, è divenuta pericolosa man mano che la società digitale si è sviluppata e ha fatto insorgere la necessità di scorgere non solo un diritto in capo ai minori di poter agire a difesa dei propri dati ma, anche, un'autonomia in relazione al trattamento dei dati.

In questo senso, la protezione dei minori ha costituito certamente un interesse di rango costituzionale nonché un interesse generale dell'Unione Europea che ha ricercato un equilibrio normativo ad hoc per i minori capace di incidere sui loro diritti e, quindi, nello specifico anche sull'ampiezza del loro diritto alla riservatezza e alla protezione dei dati personali.

Un ruolo di rilievo è stato svolto dal "Working Party ex art.29" che ha sottolineato l'esigenza di un'attenzione particolare da dedicare al trattamento dei dati dei minori e, tramite interventi prettamente settoriali, ha tentato un intervento di armonizzazione delle discipline nazionali.

Il primo intervento, in ordine di tempo, si è avuto nel settore del marketing diretto con l'Opinion 3/2003/102 dove particolare attenzione è stata riservata alle previsioni contenute nel Codice europeo di condotta per l'uso dei dati personali nel marketing diretto.

Il Codice è stato adottato nel 2003 dalla Federazione europea per il marketing diretto ed interattivo (FEDMA), un'organizzazione settoriale che rappresenta ampiamente l'industria del marketing diretto e online a livello europeo: lo scopo del Codice è, in parte, proteggere i minori dai rischi commerciali inerenti al mondo online.

Il WP nel fornire il proprio parere, ha riservato particolare attenzione alle disposizioni dedicate ai bambini, ossia secondo la terminologia usata nell'atto, ai minori di 14 anni e ha dichiarato che le disposizioni del codice non offrivano un livello di tutela sufficiente in riferimento ai soggetti minori d'età ponendole in relazione, in particolare, alla protezione offerta dal COPPA degli Stati Uniti; pur approvando il codice, ha chiesto alla FEDMA di redigere un allegato al Codice riguardante, in particolare, la protezione dei bambini.

Nel 2010 il codice è stato integrato con un allegato applicabile al marketing online, anch'esso approvato dal WP ex art 29: la sezione 6 dell'allegato, disciplinando la protezione dei minori, stabilisce la responsabilità del titolare del trattamento dei dati per l'implementazione delle procedure volte a garantire la verifica dell'età del minore e l'autenticità del consenso dei genitori, dispone l'obbligo per il responsabile del trattamento di fornire informazioni adeguate sull'elaborazione dei dati dei minori, di richiedere il consenso informato e preventivo del genitore del minore di 14 anni e di compiere ogni ragionevole sforzo per verificare che la persona che presta il consenso sia il genitore del minore; limita, inoltre, la raccolta di dati sensibili e proibisce incentivi a fornire dati personali a fini di marketing o in cambio di premi.

Il secondo intervento del WP si ha con l'Opinion 5/2005 on the use of location data with a view to providing value added services, la quale affronta il tema dei sistemi che consentono ai genitori di localizzare i propri figli tramite lo smartphone o altri dispositivi elettronici. Si pone la questione del bilanciamento tra il diritto alla riservatezza del minore e il dovere-diritto del genitore di prendersi cura del proprio figlio: il WP richiede che i fornitori di tali servizi debbano adottare procedure appropriate per identificare le persone che si registrano come genitori e pone l'attenzione sul consenso del minore che deve essere informato di essere oggetto di richiesta di localizzazione, potendo, nel caso di rifiuto, esercitare il diritto di recesso a norma dell'art 9 della dir. 2002/58/CE.

Rispetto a questi interventi settoriali, l'intervento più importante si ha con l'Opinion 2/2009107 con cui il Gruppo di lavoro non si è limitato a dettare disposizioni riguardo il trattamento dei dati in ambito scolastico ma ha fornito indicazioni riguardanti il trattamento dei dati dei minori in ogni settore.

La prima parte dell'Opinion contiene una serie di principi guida tratti dalla normativa internazionale: il primo è il principio del c.d. best interest of the child, seguito dal pieno riconoscimento del right to privacy in capo ai bambini e dal principio di rappresentanza legale dei minori nell'esercizio dei loro diritti, nonché dalla necessità che nelle decisioni concernenti il minore si tenga conto del suo livello di maturità, coinvolgendolo progressivamente nelle scelte che lo riguardano e nell'esercizio dei loro diritti, compreso quello alla protezione dei dati personali.

La seconda parte dell'Opinion è, invece, dedicata a fornire indicazioni ai destinatari della normativa in materia di protezione dei dati e alle Autorità nazionali di regolamentazione su come le norme della Direttiva 95/46 possano essere meglio applicate al fine di assicurare una protezione effettiva della privacy dei minori: viene menzionata la questione relativa al c.d. data quality che richiede che i dati siano trattati lealmente e lecitamente e che non siano eccedenti le finalità per cui sono richieste soprattutto nel caso in cui si tratti di dati del minore.

Maggiore attenzione è prestata alla disciplina del consenso che, ai sensi della normativa europea, deve essere inequivocabile ed espresso: il WP si limita a stabilire che deve trattarsi di una manifestazione di volontà libera, specifica ed informata e che laddove le leggi nazionali, consentono al minore, in tutto o in parte, di fornirlo, i criteri di valutazione del medesimo devono essere rapportati alla capacità di discernimento del minore.

Il requisito del consenso va di pari passo con l'obbligo di informare adeguatamente i soggetti interessati e il WP afferma la necessità di utilizzare un linguaggio semplice e coinciso; l'informativa deve essere fornita sempre al legale rappresentante e, dopo aver accertato un'adeguata capacità, anche al minore.

L'ultima questione affrontata è quella del c.d. data security, in relazione alla quale il WP rammenta come una speciale cura ed attenzione deve essere prestata in relazione ai dati del minore: le misure di sicurezza devono essere rafforzate o meglio, adeguate alla condizione del minore, bisognoso di specifiche garanzie.

In questo senso, l'assenza di normative specifiche poste a tutela della privacy del minore e la complessità dell'ambiente mediato dalla tecnologia, ha sollevato una serie preoccupazioni sulla sicurezza dei bambini online a causa del forte aumento dell'utilizzo di Internet da parte di bambini sempre più piccoli: la ricerca empirica ha indicato che alcune delle preoccupazioni più importanti riguardo i bambini sono legate all'abuso di dati personali.

Tale situazione ha portato ad un cospicuo aumento degli interventi dell'Unione europea, finalizzati a sensibilizzare gli Stati membri e il settore del mondo digitale di fronte alle insidie provenienti dall'evoluzione tecnologica e dalle attività svolte in sostanziale assenza di regole europee e nazionali.

L'incessante preoccupazione riguardo la protezione dei minori ha comportato "un impegno incrollabile di autoregolamentazione" che è stata definita dalla Commissione europea come pietra angolare del processo normativo di protezione dei minori.

Un primo esempio di autoregolamentazione nel settore della sicurezza online dei minori è stato avviato e sostenuto dalla Commissione Europea nel 2009 e ha riunito circa 20 società di servizi di social network con l'obiettivo di elaborare "Principi di rete sociale più sicuri" e massimizzare i benefici di Internet, gestendo al contempo i potenziali rischi per i bambini e i ragazzi.

Il documento delinea i sette principi che hanno lo scopo di fornire una guida ai fornitori di SNS al fine di ridurre al minimo i potenziali danni a bambini e giovani: i primi due principi incoraggiano un approccio sicuro in relazione alle informazioni personali mediante strumenti e politiche di sicurezza adeguate.

Il terzo principio richiede il potenziamento della tutela dei minori, fornendo loro assistenza in merito a contenuti o comportamenti inappropriati e dunque predisponendo a tal fine misure e tecnologie: le misure e gli strumenti concreti che i fornitori di servizi dovrebbero offrire includono, ad esempio, la possibilità di creare profili privati non ricercabili o la capacità di controllare chi può accedere al profilo o pubblicare commenti.

Allo stesso modo, il quarto e il quinto principio richiedono al fornitore dei servizi di fornire meccanismi di facile utilizzo per la segnalazione di contenuti inadeguati: ad esempio, al ricevimento della notifica di presunti contenuti o comportamenti illeciti, i fornitori dovrebbero disporre procedure efficaci per rimuovere rapidamente i contenuti offensivi. In base al sesto principio, i fornitori devono rendere consapevoli gli utenti di un'eventuale mappatura automatica delle informazioni fornite durante la registrazione e consentire loro di modificare le impostazioni della privacy in qualsiasi momento.

L'ultimo principio si concentra sulla revisione e sulla valutazione da parte dei fornitori del proprio servizio, al fine di identificare potenziali rischi per bambini e giovani.

Come stabilito espressamente nella parte introduttiva del documento, tali linee guida forniscono solo indicazioni per i fornitori di servizi online, non sono in alcun modo prescrittivi o giuridicamente vincolanti; inoltre non rappresentano una "one size fits all solution" poiché nel determinare le proprie strategie di sicurezza, i fornitori che supportano questi principi devono tener conto della natura particolare dei loro servizi al fine di applicare le raccomandazioni pertinenti di tali principi. Ciò porta ad un'applicazione incoerente di tali principi che si dimostrano non sufficienti a fornire un'adeguata tutela.

Un caso di autoregolamentazione degno di attenzione è la nascita della "Coalition to make a better and safe internet for Children" (CEO coalition) che viene lanciata nel dicembre 2011 dal vicepresidente della Commissione europea N. Kroes e mira a proporre e sviluppare soluzioni tecniche e misure per proteggere i bambini online.

La coalizione si concentra su cinque principi chiave che includono: l'inserimento di strumenti per segnalare contenuti dannosi, impostazioni sulla privacy adeguate all'età, classificazione dei contenuti, controlli dei genitori e rimozione efficace del materiale pornografico.

Nonostante l'entusiasmo iniziale, soprattutto a livello politico e la presenza di obiettivi ambiziosi e chiari, la Coalizione CEO non è stata molto attiva nella pratica: il suo operato sembra essersi limitato alla sensibilizzazione e alla condivisione di pratiche migliori e materiale educativo tra i membri della Coalizione.

Un'altra iniziativa di autoregolamentazione simile alla CEO Coalition in termini di contenuto è la ITC Coalition (Coalition for children online). La principale differenza tra le due iniziative sta nel loro processo di formazione poiché la coalizione ICT è stata formata senza alcun coinvolgimento della Commissione europea, però, quasi in modo identico alla CEO persegue l'obiettivo di aiutare gli utenti di Internet più giovani in Europa a sfruttare al meglio il mondo online e ad affrontare potenziali sfide e rischi.

L'ICT Coalition è composta da 23 diverse società provenienti da tutto il settore, le quali sono tenute a presentare un documento che indichi gli obiettivi da raggiungere e i parametri di riferimento che consentano un monitoraggio adeguato dei propri dati.

In termini di portata, i principi della ICT coalition si concentrano su sei aree: contenuto dannoso, controllo genitoriale, uso improprio della tecnologia, abuso di minore o contatti illegali, privacy e alfabetizzazione e consapevolezza digitale. L'area della privacy è definita dal principio n° 5, in base al quale le aziende devono impegnarsi a implementare il sistema di garanzia della privacy e a consentire a bambini e genitori di prendere decisioni informate.

Sebbene ci sia stata una grande diffusione dei principi a livello teorico, l'attuazione concreta, anche in questo caso, viene messa in discussione.

Nell'ambito degli interventi dell'Unione, con la Relazione "Tutela dei minori nel mondo digitale" del 13 settembre 2011, la Commissione, constatando l'assenza di un riferimento normativo unico nelle strategie volte a rendere più sicuri i siti di socializzazione, ha voluto integrare alcune misure adottate dagli Stati dell'Unione ed attuare le raccomandazioni del Consiglio del 1998 e del Parlamento europeo e del Consiglio del 2006, le quali riguardano lo sviluppo dei servizi audiovisivi e d'informazione a tutela dei minori.

La relazione ha la finalità di incentivare la diffusione della conoscenza delle modalità di denuncia dei contenuti impropri on-line, di migliorare le strutture di supporto per agevolare la rimozione o l'oscuramento dei siti pericolosi ed infine di adottare misure di regolamentazione per rendere più sicuri i siti di social network in un'ottica di sensibilizzazione della privacy.

Allo stesso modo, a distanza di pochi mesi, il Consiglio ha ribadito l'importanza di un ambiente mediatico sicuro per i minori caratterizzato da principi di sicurezza e rispetto della privacy e realizzabile attraverso strumenti tecnici di controllo genitoriale, filtri o sistemi di verifica dell'età.

Nonostante il sistema internazionale di tutela del minore, rappresenti l'esempio più cospicuo di specializzazione dell'intervento nel contesto della protezione dei diritti dell'uomo, dall'analisi emerge come tutte le iniziative europee adottate nel settore della sicurezza dei minori online, stabiliscano solo obiettivi e finalità generali che possono essere indicati più come intenzioni o dichiarazioni di impegni e non come vere e proprie regole; si ritiene aggiungano poco al quadro legislativo esistente.

La mancanza di regole chiare e prescrittive nel settore della sicurezza online dei minori, porta a numerose carenze: innanzitutto, le aziende aderiscono alla stessa iniziativa in modo diverso, alcune applicando pedissequamente i principi, altre parzialmente ed altre ancora sostengono addirittura che alcuni obblighi non siano applicabili ai loro servizi; in questo modo risulta difficile valutare la realizzazione e l'efficacia degli obiettivi stabiliti.

La Rete e la salute mentale dei più giovani

La fine della privacy, la perdita dell'identità, il costante desiderio di attenzioni e il voler apparire per forza, la fragilità dei giovani ingigantita dall'uso dei nuovi media che porta ad un alfabetismo emotivo espone sempre più, soprattutto gli adolescenti, a comportamenti ad alto rischio che nascono spesso dall'ingenuità e che trovano nell'uso dei nuovi media un gigante megafono che amplifica e distrugge.

Particolarmente tra i giovani, l'uso di queste piattaforme è diventato tanto ubiquo quanto critico, sollevando interrogativi significativi sulla loro influenza sulla salute mentale.

Il Report StatusOfMind ha monitorato a lungo gli effetti (positivi e dannosi) prodotti dai social media per la salute mentale e il benessere dei giovani, identificando come specifici problemi causati da tali piattaforme: ansia, sentimenti di preoccupazione, nervosismo, disagio, depressione, solitudine, disturbi del sonno, crisi di identità, insoddisfazione della propria immagine, alterazione delle relazioni nel mondo reale. Tali evidenze trovano conferma anche in ulteriori studi da cui si evince che “le persone che usano frequentemente i social media si sentono più depresse e meno felici della vita rispetto a quelle che trascorrono più tempo in attività non legate allo schermo”, alimentando quindi la comparsa di cd. “sentimenti di mancanza” che si manifestano in specifici indici sintomatici di insofferenza, sensazioni di ansia e solitudine, alterazione del sonno, perdita di autostima e concentrazione interrotta.

Una ricerca curata dal Child Mind Institute, approfondendo la connessione tra infelicità e uso reiterato dei social media, afferma che “gli utenti adolescenti e giovani adulti che trascorrono la maggior parte del tempo su Instagram, Facebook e altre piattaforme hanno un tasso di depressione segnalato sostanzialmente (dal 13 al 66%) rispetto a quelli che hanno trascorso meno tempo”. Dello stesso tenore i dati rilevati dal The National Center for Health Research al pari di quanto emerge da più recenti indagini sui medesimi profili di approfondimento.

Anche la ricerca “Associations Between Time Spent Using Social Media and Internalizing and Externalizing Problems Among US Youth” (pubblicata sulla rivista “JAMA Psychiatry”) ha rilevato che gli adolescenti che utilizzano i social media più di tre ore al giorno “possono essere maggiormente a rischio di problemi di salute mentale, in particolare problemi di interiorizzazione”, mentre un report pubblicato da Pew Research Center afferma che “il 59% degli adolescenti statunitensi ha subito atti di bullismo o molestie online” [...] “Circa il 42% degli adolescenti afferma di essere stato chiamato con nomi offensivi online o tramite il cellulare. Inoltre, circa un terzo (32%) degli adolescenti afferma che qualcuno ha diffuso false voci su di loro su Internet, mentre quote minori hanno avuto qualcuno diverso da un genitore che chiede costantemente dove si trovano, con chi stanno o cosa stanno facendo (21%) o sono stati oggetto di minacce fisiche

online (16%) [...] “Inoltre, le ragazze sono più propense dei ragazzi a dichiarare di essere state destinatarie di immagini esplicite che non hanno richiesto (29% contro 20%)”. L'ossessione per le piattaforme social nei giovani si manifesta attraverso una serie di comportamenti che possono avere implicazioni legali e etiche significative.

Come giornalista giuridico, è essenziale esplorare le dimensioni di questa ossessione, le sue manifestazioni comportamentali e le potenziali conseguenze legali.

1. Uso eccessivo e compulsivo: Uno dei segnali più evidenti dell'ossessione è l'uso eccessivo e compulsivo dei social media. I giovani possono trascorrere ore ininterrotte navigando sulle piattaforme, spesso a discapito di attività cruciali come lo studio, il lavoro o il sonno. Questo comportamento può sfociare in veri e propri disturbi comportamentali, richiamando l'attenzione sulle responsabilità delle piattaforme nel promuovere un uso consapevole e limitare la dipendenza.

2. Dipendenza da approvazione e feedback: Molti giovani misurano il proprio valore e successo sociale attraverso like, commenti e condivisioni. Questa ricerca ossessiva di validazione può portare a comportamenti rischiosi online, inclusa la condivisione di informazioni personali sensibili o l'impegno in attività potenzialmente illecite, sollevando questioni riguardanti la privacy e la sicurezza online.

3. Confronto sociale e invidia: L'ossessione può anche manifestarsi attraverso il confronto costante con i coetanei, che può generare sentimenti di invidia e insoddisfazione. Questi sentimenti possono spingere i giovani a comportamenti estremi online, come il cyberbullismo o la diffusione di informazioni false, che pongono interrogativi legali significativi riguardo alla responsabilità e alla tutela delle vittime.

4. Effetti sulla salute mentale: L'ossessione per i social media può avere gravi ripercussioni sulla salute mentale, come ansia, depressione e disturbi del sonno. Ciò solleva questioni legali sul dovere di cura delle piattaforme social nei confronti dei loro utenti, in particolare riguardo alla prevenzione di danni psicologici e all'assistenza degli utenti vulnerabili.

5. Isolamento sociale: Sebbene paradossalmente i social media siano piattaforme di connessione, l'uso ossessivo può portare all'isolamento sociale. I giovani possono ritrovarsi disconnessi dalle relazioni reali, il che può avere implicazioni nella loro capacità di sviluppare competenze sociali e affrontare conflitti, sollevando questioni sul ruolo delle piattaforme nell'incoraggiare interazioni sociali sane.

- Il punto sull'uso eccessivo e compulsivo delle piattaforme social nei giovani è un tema di crescente interesse nella ricerca accademica, che indaga le implicazioni psicologiche, sociali e legali di questo fenomeno. Vari studi e articoli accademici si sono concentrati su come l'uso eccessivo dei social media possa evolvere in un comportamento compulsivo, portando a una vera e propria dipendenza.

Le definizioni e caratterizzazioni dell'uso compulsivo dei social media viene spesso caratterizzato dalla difficoltà di controllare il tempo speso sulle piattaforme, nonostante la consapevolezza degli effetti negativi sulla vita quotidiana.

Gli utenti possono sentirsi ansiosi o inquieti se impediti dall'accesso ai loro account social, un sintomo comune delle dipendenze comportamentali.

Dagli studi empirici e ricerche come quelle condotte da Andreassen et al. (2016) hanno utilizzato strumenti come la Bergen Social Media Addiction Scale per quantificare la dipendenza dai social media, correlandola con fattori come l'ansia, la depressione e il disagio sociale. Questi studi hanno evidenziato una forte correlazione tra uso eccessivo dei social media e problemi di salute mentale.

Le implicazioni neurologiche di alcune ricerche hanno esplorato le basi neurologiche dell'uso compulsivo dei social media, paragonandolo ad altre dipendenze. L'uso eccessivo di queste piattaforme è stato associato a meccanismi di ricompensa nel cervello simili a quelli attivati da sostanze stupefacenti, suggerendo una forte componente biologica nella dipendenza dai social media.

Le conseguenze sociali e accademiche di studi fatti a campioni di studenti hanno mostrato come l'uso eccessivo dei social media possa avere un impatto negativo sul rendimento accademico, sul sonno e sulle relazioni interpersonali, evidenziando come la dipendenza da social media possa avere conseguenze pervasive nella vita degli individui.

La letteratura suggerisce l'importanza di interventi mirati, sia a livello individuale che collettivo, per gestire l'uso eccessivo dei social media. Ciò include lo sviluppo di politiche da parte delle piattaforme social per incoraggiare un uso più consapevole e limitare le pratiche che promuovono la dipendenza, come le notifiche push incessanti e l'uso di algoritmi che massimizzano il tempo trascorso sulla piattaforma.

Dal punto di vista legale, questi studi sollevano questioni riguardanti la responsabilità delle piattaforme social nel prevenire l'uso compulsivo e nell'assistere gli utenti a gestire meglio il loro tempo online. Si dibatte sul ruolo della regolamentazione e sulle politiche di protezione dei consumatori, specialmente per i gruppi vulnerabili come i giovani.

L'approfondimento sul tema dell'uso eccessivo e compulsivo dei social media nei giovani evidenzia la necessità di un approccio multidisciplinare, che integri conoscenze psicologiche, sociali e legali, per affrontare efficacemente questa sfida contemporanea. La continua evoluzione della ricerca in questo campo è fondamentale per informare le politiche pubbliche sociali e le pratiche aziendali in modo da mitigare gli effetti negativi di questo fenomeno.

- Il punto sulla dipendenza da approvazione e feedback nei social media è un aspetto fondamentale per comprendere l'impatto psicologico delle piattaforme digitali sui giovani. Questo bisogno di validazione esterna, amplificato dall'immediatezza e dalla visibilità dei feedback online, può avere effetti significativi sull'autostima e sul comportamento degli individui.

La ricerca psicologica ha esaminato come la dipendenza da approvazione sui social media attivi circuiti cerebrali legati al rinforzo e alla ricompensa, similmente a quanto avviene con le dipendenze da sostanze. Quando gli utenti ricevono like e commenti, il cervello rilascia dopamina, una sostanza chimica legata alla sensazione di piacere, incentivando comportamenti ripetitivi e la ricerca di ulteriore approvazione.

Studi hanno dimostrato che la dipendenza da feedback sui social media può influenzare l'autostima degli utenti, spesso legando il loro senso di valore personale alla quantità di approvazione ricevuta online. Ciò può portare a una volatilità dell'autostima, che diventa estremamente sensibile alle fluttuazioni della popolarità online.

Si è evidenziato come la dipendenza da approvazione possa portare a modificare il proprio comportamento online, inclinando gli utenti a curare eccessivamente la propria immagine e a partecipare a comportamenti di "self-presentation" strategici, talvolta inautentici, per massimizzare l'approvazione sociale.

Gli approfondimenti indicano che la dipendenza da feedback può essere correlata a problemi di salute mentale, come ansia e depressione, specialmente quando gli utenti sperimentano la "fear of missing out" (FOMO) o confrontano costantemente la propria vita con quella idealizzata che vedono nei social.

Gli esperti suggeriscono la necessità di interventi educativi che promuovano la consapevolezza critica dell'uso dei social media e strategie per un'autoregolazione efficace, nonché l'importanza di sviluppare un'identità solida e un'autostima che non dipenda esclusivamente dal riconoscimento online.

In sintesi, la dipendenza da approvazione e feedback sui social media è un fenomeno che incide profondamente sull'esperienza sociale e psicologica dei giovani. La comprensione approfondita di questo fenomeno è essenziale per guidare lo sviluppo di politiche sociali e pratiche volte a mitigarne gli effetti negativi e a promuovere un uso più sano e consapevole dei social media.

- Il fenomeno del confronto sociale e invidia sui social media è un ambito di analisi cruciale per comprendere l'impatto psicosociale di queste piattaforme, in particolare tra i giovani utenti. La tendenza a confrontarsi con gli altri online, spesso attraverso una lente distorta e idealizzata, può avere effetti significativi sul benessere e sulla percezione di sé. Il concetto di confronto sociale, originariamente proposto da Leon Festinger negli anni '50, suggerisce che gli individui hanno una propensione innata a valutarsi confrontandosi con gli altri. Nei social media, questa tendenza è amplificata dalla visibilità costante delle vite altrui, spesso presentate in modo ottimale e senza i contesti negativi.

Una vasta gamma di approfondimenti empirici ha esaminato le connessioni tra l'uso dei social media, il confronto sociale e la sensazione di invidia.

Ad esempio, una ricerca pubblicata sul "Journal of Social and Clinical Psychology" ha trovato una correlazione significativa tra l'uso frequente di piattaforme come Facebook e l'aumento dei sentimenti di invidia, che a loro volta influenzano negativamente il benessere soggettivo.

L'interpretazione accademica evidenzia come il confronto sociale sui social media possa contribuire a una varietà di esiti negativi per la salute mentale, tra cui insoddisfazione per la vita, ansia, depressione e bassa autostima. Gli utenti possono sentirsi inadeguati quando paragonano il proprio "dietro le quinte" con gli "highlight reel" degli altri, aggravando sentimenti di solitudine e isolamento.

I giovani sono particolarmente suscettibili agli effetti negativi del confronto sociale, in quanto sono in una fase della vita in cui la formazione dell'identità e l'accettazione sociale sono particolarmente salienti. La pressione per adeguarsi a standard spesso irrealistici può portare a un deterioramento del senso di identità e dell'autostima.

Alcune ricerche suggeriscono strategie per mitigare gli effetti negativi del confronto sociale, come la promozione di un uso giusto dei social media, lo sviluppo di competenze di alfabetizzazione digitale e la valorizzazione delle interazioni faccia a faccia. Inoltre, è stata sottolineata l'importanza di campagne educative che aiutino gli utenti a comprendere e gestire le dinamiche di confronto sociale online.

Quali sono le conseguenze?

L'isolamento sociale rappresenta una delle conseguenze più paradossali dell'era digitale, specialmente in relazione all'uso dei social media.

Sebbene queste piattaforme siano state create per connettere le persone, numerosi studi indicano che un utilizzo eccessivo può, in realtà, intensificare i sentimenti di solitudine e isolamento.

L'isolamento sociale si riferisce alla riduzione delle interazioni significative e del senso di appartenenza sociale.

I social media possono creare un senso di isolamento quando le interazioni online sostituiscono quelle faccia a faccia, che sono essenziali per stabilire connessioni umane profonde e significative.

Per contrastare l'isolamento sociale legato ai social media, gli esperti suggeriscono diversi approcci, tra cui la promozione di interazioni faccia a faccia, l'educazione sull'uso limitato dei social media, e lo sviluppo di abilità di comunicazione e relazione offline.

La ricerca condotta da Primack et al., pubblicata su "American Journal of Preventive Medicine", ha trovato un legame significativo tra l'utilizzo dei social media e un maggiore senso di isolamento sociale. Analogamente, la ricerca dell'Università della Pennsylvania ha dimostrato che la limitazione dell'uso dei social media può effettivamente ridurre i sentimenti di solitudine.

I social sono, dunque, causa di un fenomeno diffuso degli ultimi tempi: quello degli hikikomori.

Con il termine hikikomori si tende a descrivere una particolare sindrome che colpisce giovani e giovanissimi. "Stare in disparte, isolarsi" è il significato della parola hikikomori, termine giapponese che deriva dal verbo hiku (tirare indietro) e komoru (ritirarsi)

C'è un mito shintoista sulla dea del sole Amaterasu.

Dopo lunghi scontri con il fratello, in segno di protesta Amaterasu si è rinchiusa in una caverna, isolandosi dal mondo. Oscurità e morte consumarono il Giappone. Solo con gli sforzi di milioni di altre divinità, Amaterasu fu attirata fuori dalla caverna e il mondo tornò alla luce e alla salute. Sebbene la storia di Amaterasu sia leggenda, oggi in Giappone decine e decine, forse migliaia, di giovani e adulti si stanno sigillando nelle loro caverne virtuali. Si chiamano hikikomori."

Nonostante non esista ancora un'ufficiale definizione dell'hikikomori a livello internazionale, il Ministero della Salute giapponese (MHLW) ne ha indicato alcune caratteristiche e sintomi specifici:

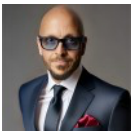
- Stile di vita centrato all'interno delle mura domestiche senza alcun accesso a contesti esterni.
- Nessun interesse verso attività esterne (come frequentare la scuola o avere un lavoro).
- Persistenza del ritiro sociale non inferiore ai sei mesi.
- Nessuna relazione esterna mantenuta con compagni o colleghi di lavoro.

Si esclude la diagnosi di hikikomori qualora sia presente un disturbo psichiatrico di maggiore gravità che possa sovrapporsi ai sintomi di ritiro sociale (schizofrenia, ritardo mentale, depressione maggiore etc) o altre cause che possano meglio spiegare il ritiro sociale.

Questa tipologia di sintomi, per quanto caratteristici, possono variare per intensità e frequenza.

La vita dei giovani hikikomori si svolge pertanto all'interno della loro casa o camera da letto. Le uniche interazioni con l'esterno avvengono attraverso internet, attraverso l'utilizzo di chat, social network e videogame. Gli hikikomori sono caratterizzati dall'evitamento di qualsiasi tipo di relazione e comunicazione diretta con altri individui. Una descrizione dell'hikikomori da parte del Ministero della Salute giapponese (MHLW) precisa: "L'Hikikomori è un fenomeno psico-sociologico, una delle sue caratteristiche è il ritiro dalle attività sociali e il rimanere a casa quasi ogni giorno per più 6 mesi. Ciò si verifica tra bambini, adolescenti e adulti sotto i 30 anni. Sebbene l'hikikomori sia definito come uno stato non psicotico, è meglio pensare che i pazienti con schizofrenia possano essere mescolati in questo gruppo fino a quando non riceveranno la diagnosi di psicosi."

Published by



[Giulio Palma](#)

Avvocato/Attorney | Criminal Law| G.R. Management Compliance strategies| International Relations|Geopolitics|Cybersecurity|Cybercrimes & Investigations|Writer
Avvocato/Attorney | Criminal Law| G.R. Management Compliance strategies| International Relations|Geopolitics|Cybersecurity|Cybercrimes & Investigations|Writer

Published

Il presente articolo pone in luce come l'avvento dei social network ha cambiato e continua a cambiare il nostro modo di comunicare all'interno di uno scenario che si configura incerto e problematico, costellato di situazioni ancora in via di definizione e ancora in corso di studio.

L'articolo si propone di esplorare le dinamiche che legano l'utilizzo delle piattaforme social alla privacy, anteriormente al regolamento 679/2016, e alla salute mentale dei giovani, indagando sui rischi associati e sul quadro giuridico che cerca di regolamentare e mitigare tali pericoli.

Viene esaminato come le piattaforme social influenzano la salute mentale dei giovani, attingendo a studi recenti che delineano un quadro sia degli aspetti positivi che di quelli negativi; viene analizzato come l'interazione costante e a volte ossessiva con questi ambienti digitali può influenzare l'autostima, le relazioni interpersonali e il benessere psicologico dei più giovani.

Dunque, ci si sofferma nell'analisi dei rischi concreti che emergono dall'utilizzo delle piattaforme social, come la dipendenza da Internet, l'esposizione a contenuti inappropriati e l'isolamento, evidenziando come questi fattori possano incidere sulla salute mentale.

[hashtag#poliziapostale](#) [hashtag#Ministerogiustizia](#) [hashtag#standbyyou](#)
[hashtag#Ministerointerno](#) [hashtag#poliziadistato](#) [hashtag#formazione](#)
[hashtag#competenza](#) [hashtag#inrete](#) [hashtag#securityonline](#) [hashtag#awareness](#)
[hashtag#cyberawareness](#) [hashtag#psicologiaintribunale](#) [hashtag#AIVR](#)
[hashtag#osservatorio](#) [hashtag#Presidenzadelconsiglio](#) [hashtag#giorgiameloni](#)
[hashtag#intelligenza](#) [hashtag#artificiale](#) [hashtag#AI](#) [hashtag#intelligenzaartificiale](#)
[hashtag#infosecurity](#) [hashtag#social](#) [hashtag#sicurezzainrete](#) [hashtag#prevenzione](#)
[hashtag#educazione](#) [hashtag#protezionedeidati](#) [hashtag#informazioneisensibili](#)
[hashtag#datisensibili](#) [hashtag#reati](#) [hashtag#informatici](#) [hashtag#codicepenale](#)
[hashtag#codicerosso](#) [hashtag#reatiinformatici](#) [hashtag#prevenzione](#)
[hashtag#associazioneitalianavittimedireato](#) [hashtag#molestieinrete](#)
[hashtag#violenzeinrete](#) [hashtag#violenzavirtuale](#) [hashtag#scuola](#) [hashtag#educateAI](#)
[hashtag#cybersecurity](#) [hashtag#ACN](#) [hashtag#agenziaperlasicurezza nazionale](#)
[hashtag#informatica](#) [hashtag#intelligence](#) [hashtag#istat](#) [hashtag#violenza](#)
[hashtag#violenzadigenere](#) [hashtag#DIS](#) [hashtag#amb.elisabettabelloni](#)
[hashtag#sicurezzanazionale](#) [hashtag#dipartimentodelleinformazioniperlasicurezza](#)
[hashtag#geopolitica](#) [hashtag#digitale](#) [hashtag#vitadasocial](#)
[hashtag#generazioniconnesse](#) [hashtag#AGCOM](#)
[hashtag#autoritàperlegaranzienellecomunicazioni](#) [hashtag#AGID](#)
[hashtag#agenziaperl'italiadigitale](#) [hashtag#AGCM](#)
[hashtag#autoritàgarantedellaconcorrenzaedelmercato](#) [hashtag#cyberbullismo](#)
[hashtag#cyberbullo](#) [hashtag#retesicura](#) [hashtag#LEXetIUSTITIA](#)
[hashtag#cameradeideputati](#) [hashtag#senatodellarepubblica](#) [hashtag#cuoriconnessi](#)