

IN COLLABORAZIONE CON



Web Reputation

LA GESTIONE DELLA COMUNICAZIONE IN RETE

Milano 6 Ottobre 2017



REPUTATION MANAGER è una società nata nel 2004 altamente specializzata in Analisi, Tutela e **Gestione della Reputazione e dell'Identità Digitale** di brand, privati e figure di rilievo pubblico nei canali on line e social media



Primo Master in Reputation Management,
In collaborazione con Università IULM



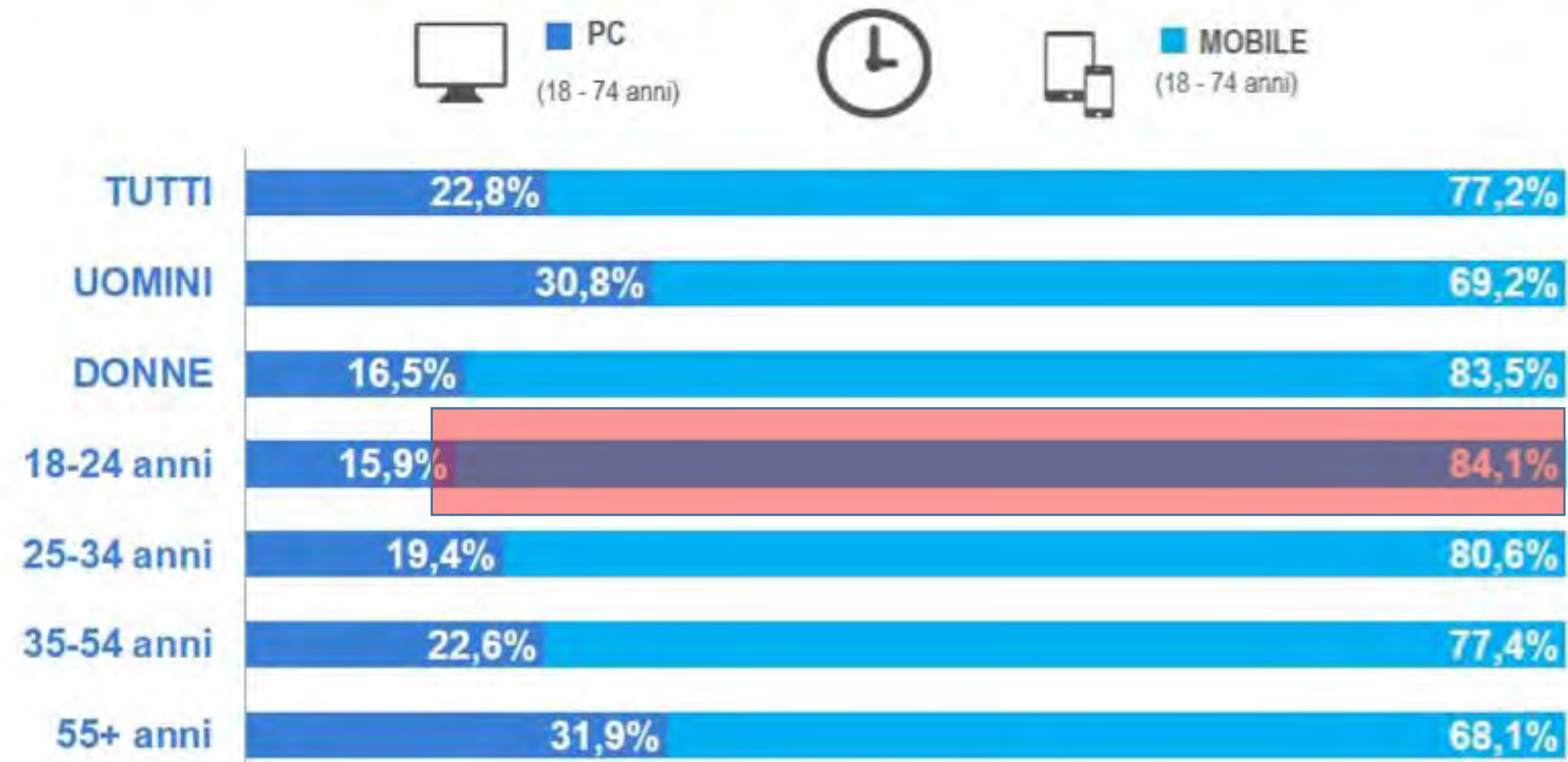
"Premio Nazionale per l'Innovazione nei servizi" conferito dal Presidente della Repubblica Italiana



Azienda certificata **ISO 9001**
Certificato N° 9175.RPTM

- **OLTRE 1.800** casi, segnalazioni e richieste di intervento gestiti in tema di identità digitale **negli ultimi 5 anni.**
- **Oltre 600** progetti di gestione della Web Reputation per conto di Aziende, Istituzioni e Organizzazioni nazionali e internazionali e privati.

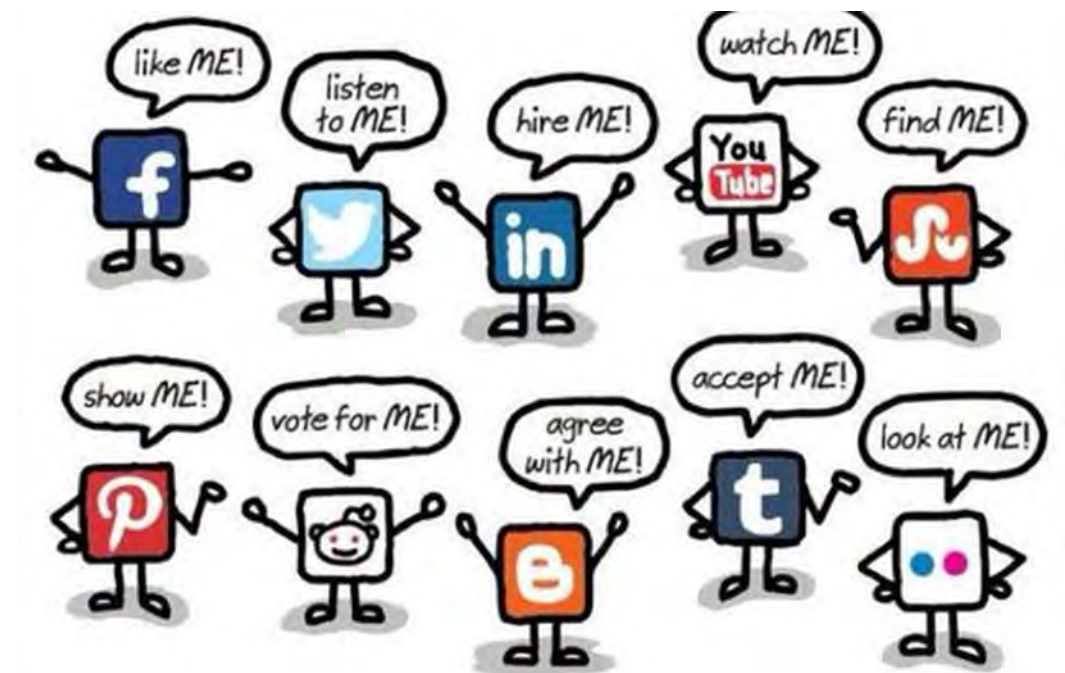
LA DISTRIBUZIONE DEL TEMPO TOTALE TRASCORSO ONLINE



Fonte: Total Digital Audience Novembre 2016 - Audiweb powered by Nielsen Individui 18-74 anni. Base: totale minuti spesi online nel giorno medio.



L'84% degli utenti tra gli 11 e i 18 anni utilizza i SOCIAL MEDIA



3/4 DI LORO HANNO PIU' DI UN PROFILO SOCIAL



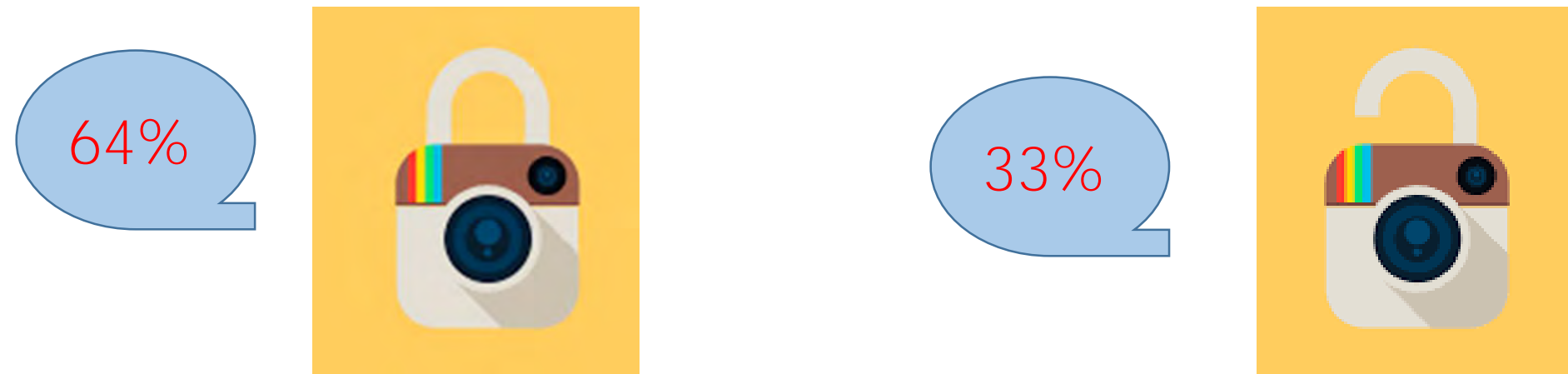
WhatsApp è **l'applicazione più utilizzata**

Facebook risulta più popolare fra gli adolescenti e i ragazzi

Instagram risulta più popolare fra i preadolescenti e le ragazze

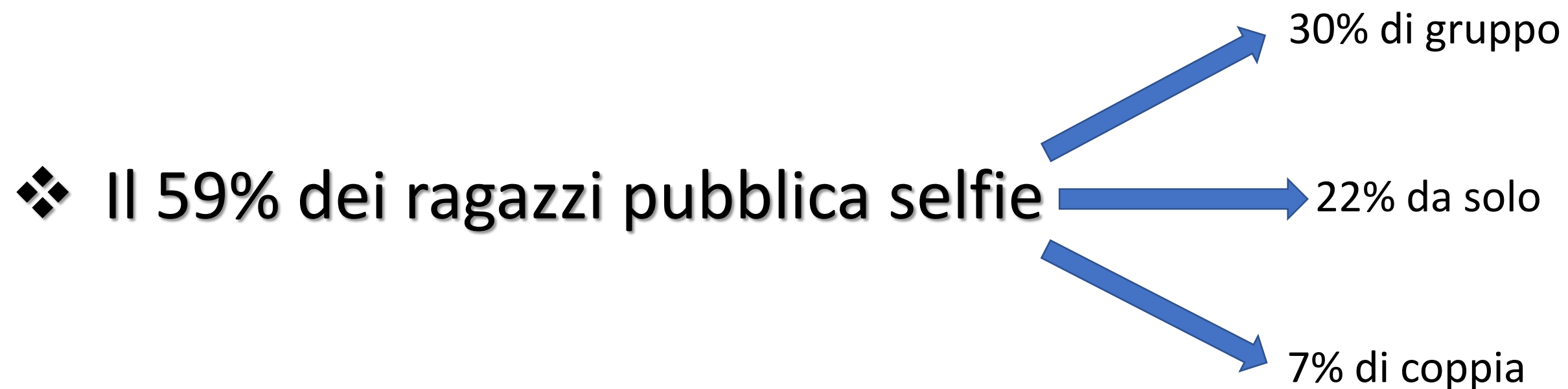
IL PROFILO: PUBBLICO O PRIVATO? QUALI INFORMAZIONI PERSONALI?

- Nel caso dei giovani lombardi utenti di Internet, quasi due terzi hanno un profilo privato (64%), mentre un terzo ha un profilo pubblico (33%).



- Le informazioni personali condivise sul profilo includono
 - una foto che mostra chiaramente il proprio volto (75%)
 - foto o video personali (72%)
 - il cognome (62%)
 - **l'età** vera (58%)
 -
 - Il 50% condivide la scuola frequentata

Dati: Ricerca Corecom-OssCom



- ❖ Il 14% dei ragazzi invia foto intime....il 6% che invia foto intime tramite messaggio privato è minore di 14 anni.

IL WEB NON DIMENTICA



La Web Reputation è per sempre come i diamanti ed è altrettanto preziosa



I contenuti scritti online
POSSONO ESSERE RITROVATI PER CASO QUANDO MENO TE LO ASPETTI

....Nei momenti inopportuni



L'identità digitale è come una STRETTA DI MANO.....DIGITALE



Avere un'identità digitale compromessa significa, quindi, “macchiare” indelebilmente la propria REPUTAZIONE personale e PROFESSIONALE

Fondamentale è sensibilizzare i più giovani, le loro famiglie e i loro insegnanti, fornendo strumenti di conoscenza appropriati su potenzialità e problematiche del Web e dei social network

I teenagers usano i social media per condividere ogni tipo di informazioni. La loro attenzione viene attratta in maniera del tutto incontrollabile data l'immensa quantità di dati rilevabili online.

Per questa ragione **l'educazione** all'utilizzo di questi mezzi di comunicazione deve essere associata a un continuo monitoraggio della rete da parte degli educatori.

Gli educatori (genitori e insegnanti) che circondano i minori devono essere pronti a:

- Monitorare l'identità digitale
- Educare alla comunicazioni online
- Supportare tecnicamente e pratico di utilizzo delle piattaforme
- Educare alla responsabilità sociale
- Salvaguardare l'identità digitale
- DARE IL BUON ESEMPIO

- **COS'E' L'IDENTITA' DIGITALE QUANTO SAI DELLA TUA WEB REPUTATION?**
- **COS'E' IL DIRITTO ALLA PRIVACY?**
- COME TUTELARE LA PRIVACY?
- LE REGOLE DEL WEB?
- LEGGE CONTRO CYBERBULLISMO 2017
- COSA FAI PER DIFENDERE LA TUA WEB REPUTATION ?

- **COS'E' L'IDENTITA' DIGITALE QUANTO SAI DELLA TUA WEB REPUTATION?**

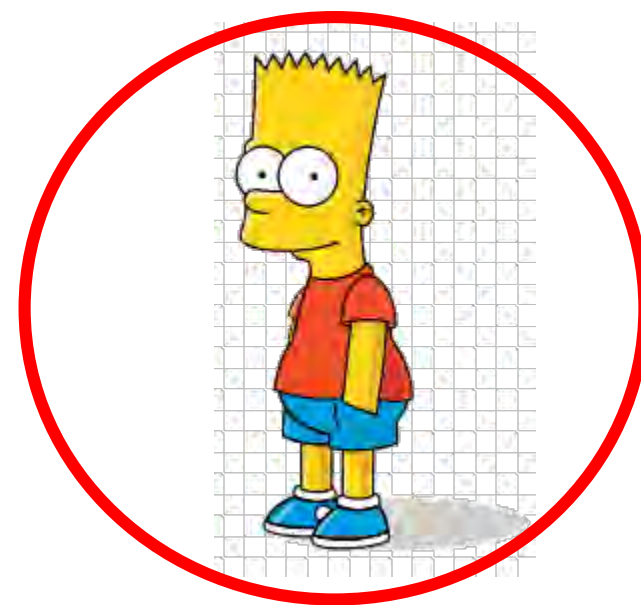
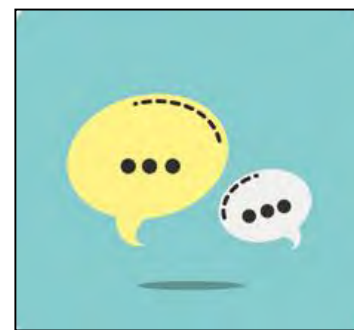


Tutti gli elementi che compongono il tuo io digitale, visibili attraverso la rete

MOTORI DI RICERCA



CONTENUTI TESTUALI



SOCIAL NETWORK



VIDEO



DATI PERSONALI



IMMAGINI



GOOGLARE O NON GOOGLARE.....:

«MARIO ROSSI»

- 1) Prova a «Googlare» il tuo nome in associazione a specifiche keyword relative alla tua città, la tua scuola o i tuoi hobby etc.....
- 2) Verificare se tutti i contenuti afferenti il tuo nome siano pertinenti alla tua vita e che tu abbia consentito alla divulgazione degli stessi.
- 3) Controlla che i tuoi dispositivi e assicurarti di impostare correttamente i settaggi della privacy

The screenshot shows a Google search for 'MARIO ROSSI'. The search results are categorized into several sections:

- Info:** 'Mario Rossi (terrorista) - Wikipedia' with a red arrow pointing to the right.
- Disambiguation:** 'Mario Rossi - Wikipedia' with a note that this is a disambiguation page.
- Social Network:** 'Mario Rossi profili | Facebook' with a red arrow pointing to the right.
- Images:** 'Immagini relative a MARIO ROSSI' showing a row of six small portrait photos.
- Other Images:** 'Altre immagini per MARIO ROSSI'.
- Facebook Profiles:** 'Mario Rossi Profiles | Facebook'.
- Wikia:** 'Mario Rossi | Nonciclopedia | Fandom powered by Wikia'.
- Personal Sites:** 'MarioRossi.it' with a red arrow pointing to the right.
- White Pages:** 'Mario Rossi | PagineBianche' with a red arrow pointing to the right.
- Photographer:** 'Mario Rossi - photographer'.
- People:** 'People - Mario Rossi - Università degli Studi di Trento'.

• INFORMAZIONI

• SOCIAL NETWORK

• SITI PERSONALI

• DATI PERSONALI

- **CONOSCI COS'E' IL DIRITTO ALLA PRIVACY?**



COS'E' LA PRIVACY NELLA VITA DI OGNUNO DI NOI?

«Il diritto alla riservatezza della propria vita privata: *the right to be let alone*»

CHE COS'E' IL DIRITTO ALLA PRIVACY?

«il diritto al controllo dell'uso dei propri dati personali e la loro circolazione, per esempio online, e alla loro protezione» come sancito dal codice della privacy (D.Lgs. 196/2003)

SOLO IL 57% DEI MINORI SI PREOCCUPA DELLE REGOLE DELLA PRIVACY ONLINE

Ricerche Ipsos per Save the Children 2015



COSA SONO I DATI?

Qualsiasi dato che identifica una persona in maniera diretta e indiretta mediante riferimento a qualsiasi altra informazione

MODALITÀ DEL TRATTAMENTO DEI DATI

Qualsiasi operazione o complesso di operazioni effettuate per la raccolta, la conservazione e la diffusione dei dati

TITOLARE DEL TRATTAMENTO DEI DATI

Colui al quale competono le decisioni in merito alle modalità del trattamento dei dati e agli strumenti utilizzati a tal fine, **compreso l'aspetto della sicurezza**

DIRITTI DEL TITOLARE DEI DATI (TU)

Diritto ad avere accesso ai propri dati

Diritto di poterli aggiornare, correggere o cancellare

Diritto di conoscere la finalità per la quale i diritti sono trattati

Diritto di opporsi al trattamento dei dati

CONSENSO AL TRATTAMENTO DEI DATI

Informativa con la quale il titolare del trattamento dei dati (colui che li raccoglierà) informa il proprietario dei dati (TU) dello scopo per il quale i dati sono stati raccolti.

Il proprietario dovrà dare il proprio consenso esplicitamente

- SAI USARE I DISPOSITIVI TUTELANDO LA TUA PRIVACY?



Tutte le volte che ci si iscrive su un Social Network si acconsente al TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI da parte del TITOLARE DEL TRATTAMENTO DEI DATI: LA PIATTAFORMA

L'utente sottoscrive un contratto di LICENZA D'USO con il quale cede al social network TUTTO QUELLO CHE VIENE PUBBLICATO A SUO NOME

I principali social network e motori di ricerca mettono a disposizione una serie di strumenti con lo scopo di:

1. Intervenire in modo efficace in caso di bisogno
2. Proteggere il minore da contenuti inadatti.

È importante conoscere e sapere usare questi strumenti per tutelare i **ragazzi e dare loro i giusti consigli se si trovano in situazioni critiche.....**



- **YOUTUBE:** piattaforma web in cui si possono vedere i **video** degli altri utenti o se ne possono caricare di propri.
 - Parole chiave: #video #canali #youtubers #commenti #haters #shitstorm #mi piace #visualizzazioni #iscritti
- **INSTAGRAM:** social network che permette di caricare **foto** e **brevi video** e da la possibilità di commentare e valutare foto/video degli altri utenti.
 - Parole chiave: #foto #stories #direct #dirette #tag #hashtag #geolocalizzazione #follower
- **FACEBOOK:** social network che consente di creare un **profilo personale** e aggiungere «**amici**» con cui è possibile condividere contenuti e chattare in privato.
 - Parole chiave: #post #link #messenger #gruppi #pagine #foto #video #tag #geolocalizzazione #amici
- **WHATSAPP:** applicazione di messaggistica istantanea che permette di inviare **messaggi** e **chiamare** qualcuno usando la connessione a internet
 - Parole chiave: #messaggi #privato #gruppi #stato #chiamate #foto #video #posizione geografica
- **TUMBLR:** social network che permette di creare un **blog (sito internet)** e gestirne i contenuti.
 - Parole chiave: #blog #immagini #post #video #followers
- **SNAPCHAT:** applicazione per smartphone per inviare e ricevere **foto** e **video** che saranno della durata per un massimo di **10 secondi**
 - Parole chiave: #snap #stories #snapchatter #foto
- **CLASH ROYALE E CLASH OF CLANS videogiochi** online per smartphone in **gruppo**
 - Parole chiave: #gemme #acquisitionline #clan #villaggi #chatcomune #ruoli



SE ISCRIVENDOCI A UN SOCIAL NETWORK NON POSSIAMO LIMITARE AL «TITOLARE DEL TRATTAMENTO» L'ACCESSO AI NOSTRI DATI, QUELLO CHE POSSIAMO FARE E' LIMITARE L'ACCESSO AGLI «ESTRANEI»

Tutti i social media possono essere gestiti per il controllo della privacy.

Ognuno di questi è provvisto di form di segnalazione per contenuti lesivi, oltraggiosi, offensivi e incitanti all'odio e alla violenza



- FACEBOOK:
 - ❑ privacy <https://www.facebook.com/help/445588775451827>
 - ❑ Segnalazioni: https://www.facebook.com/help/1753719584844061?helpref=hc_global_nav
- TWITTER
 - ❑ Privacy: <https://twitter.com/privacy?lang=it>
 - ❑ Segnalazioni: <https://support.twitter.com/articles/93896>
- YOUTUBE
 - ❑ Privacy: <https://support.google.com/youtube/answer/157177?hl=en-GB>
 - ❑ Segnalazioni: <https://www.youtube.com/reportingtool/legal?rd=1>
- INSTAGRAM
 - ❑ Privacy: <https://help.instagram.com/116024195217477>
 - ❑ Segnalazioni: https://help.instagram.com/527320407282978/?helpref=hc_fnav
- FLICKR
 - ❑ Privacy: <https://policies.yahoo.com/us/en/yahoo/privacy/products/flickr/index.htm>
 - ❑ Segnalazioni: https://safety.yahoo.com/Security/SECURITY_RESOURCES.html
- SNAPCHAT
 - ❑ Privacy: <https://support.snapchat.com/it-IT/a/privacy-settings>
 - ❑ Segnalazioni: <https://support.snapchat.com/it-IT/i-need-help>
- VIMEO
 - ❑ Privacy: <https://vimeo.com/help/faq/managing-your-videos/privacy-settings>
 - ❑ Segnalazioni: <https://vimeo.com/help/faq/watching-videos/reporting-abuse-and-violations#how-do-i-report-abuse>
- GOOGLE+
 - ❑ Privacy: https://support.google.com/plus/answer/2409893?hl=en&ref_topic=2409423
 - ❑ Segnalazioni: <https://support.google.com/legal/troubleshooter/1114905#ts=1115658>
- WHATSAPP:
 - ❑ Privacy: <https://www.whatsapp.com/security/>
 - ❑ Segnalazioni: <https://www.whatsapp.com/contact/>
- SKYPE
 - ❑ Privacy: <https://support.skype.com/it/faq/FA34649/tutelare-la-privacy-e-la-sicurezza-online>

Tutti i social media possono essere gestiti per il controllo della privacy, ognuno di questi è provvisto di form di segnalazione per contenuti lesivi, oltraggiosi, offensivi e **incitanti all'odio e alla violenza**

- CONOSCI LE REGOLE DEL WEB?



IL LINGUAGGIO DELLA RETE

La lingua italiana permette di esprimere molte sfumature attraverso l'utilizzo di termini appropriati.

Online, l'immediatezza della comunicazione svuota il significato dei messaggi tanto da arrivare a diventare emoticon o esclamazioni di massa.

L'utilizzo di un **linguaggio convenzionale è utile per evitare incomprensione o fraintendimenti.**

Semplici regole possono aiutare a prevenire problemi difficili da risolvere!



«Sei uno stupido»



«Sei uno stupido»

La **NETIQUETTE** è l'insieme delle regole per la comunicazione attraverso i social media e le chat:

1. Non scrivere con caratteri MAIUSCOLI: sul web, per convenzione, equivale ad URLARE
2. Usa le faccine per dare il tono a quello che stai scrivendo
3. Non pubblicare informazioni personali e dati sensibili di altri utenti
4. **Quando chiedi l'amicizia** a qualcun altro, se non è un amico, presentati, scrivi qualcosa su di te
5. La timeline di un social network non è lo spazio per mantenere conversazioni private con altri utenti
6. Richiedi il consenso prima di taggare gli altri su foto o video
7. Taggare sempre amici e conoscenti – che ti hanno autorizzato – nelle foto dove appaiono (vengono informati e possono richiedere di rimuoverle)
8. Non pubblicare foto che potrebbero mettere in imbarazzo un altro utente





13. Se pubblichi testi, foto o video provenienti da altri siti web cita la fonte (link)



14. Non rendere pubblico un messaggio che ti è stato inviato privatamente



15. Non offendere gli altri o utilizzare termini denigratori

16. **Se “entri” in una discussione fallo per portare un valore aggiunto**, scrivi

qualcosa che abbia senso all'interno di quella discussione. **Non accendere litigi**,

non offendere



18. **Non fornire informazioni su attività o prodotti illegali**, di qualsiasi natura siano

19. Non fornire informazioni errate od incomplete: nel dubbio non darle o

verificare prima

20. Se si scrive all'interno di una pagina o di un gruppo dedicato limitateti a

condividere informazioni d'interesse per quel gruppo



Un buon esercizio per imparare a gestire la comunicazione online è «immaginarsi» fuori dal contesto online

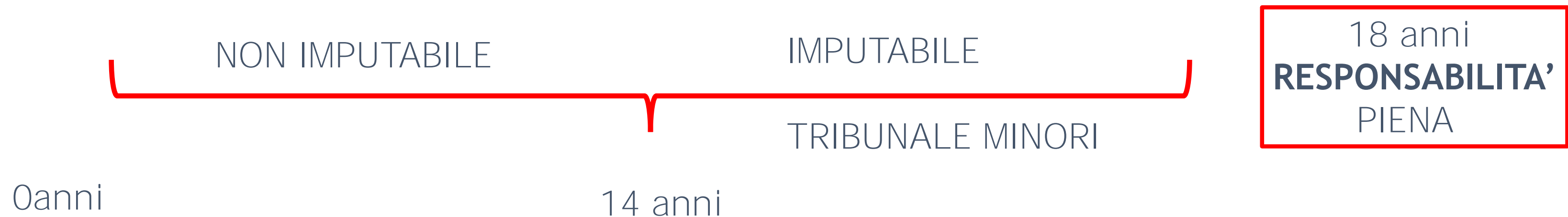
- Se sapessi che il vicino di casa o il tuo professore potrebbero leggere quello che hai inserito online, scriveresti le stesse cose e nella stessa forma?
- Sei sicuro che le foto e le informazioni che pubblichi ti piaceranno anche tra qualche anno?
- Prima di caricare/postare la “foto ridicola” di un amico, ti sei chiesto se a te farebbe piacere trovarti nella stessa situazione?
- Sei sicuro che **mostreresti “quella” foto** anche al tuo nuovo ragazzo/a?



- LEGGE CONTRO CYBERBULLISMO 2017



Responsabilità penale del minore: il minore di 14 anni non è mai imputabile penalmente. Se viene però riconosciuto come “socialmente pericoloso” possono essere previste misure di sicurezza come la libertà vigilata oppure il ricovero in riformatorio. Il minore tra i 14 e i 18 anni di età è imputabile e incorre in sanzioni penali (diminuite di un terzo).



Art. 1

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



Art 2

Ciascun **minore ultraquattordicenne**, nonché ciascun **genitore** o **soggetto esercente la responsabilità** del minore, che abbia subito un atto di **cyberbullismo** (da indentificare tramite URL) può inoltrare al **titolare del trattamento** o al **gestore del sito internet** o del **social media**, un'istanza per **l'oscuramento**, la **rimozione** o il **blocco** di qualsiasi altro **dato personale del minore**.

Se **entro 48 ore** il titolare del trattamento o il gestore del sito internet o del social media non hanno provveduto alla richiesta, l'interessato può rivolgere la richiesta al **Garante Della Privacy** che entro 48 ore prenderà provvedimento

Chi può segnalare un problema direttamente al gestore del sito o dei social media (titolare del trattamento dei dati)?

- **Il minore ultraquattordicenne**
- Il genitore o tutore

Cosa succede se il gestore del sito non risponde?

- Se entro 48 ore non risponde o non agisce, si può chiedere al Garante della Privacy

Cosa si può chiedere al gestore del sito sui nostri dati?

- Oscuramento
- Rimozione
- Blocco

Chi può segnalare chiedere al Garante d'intervenire

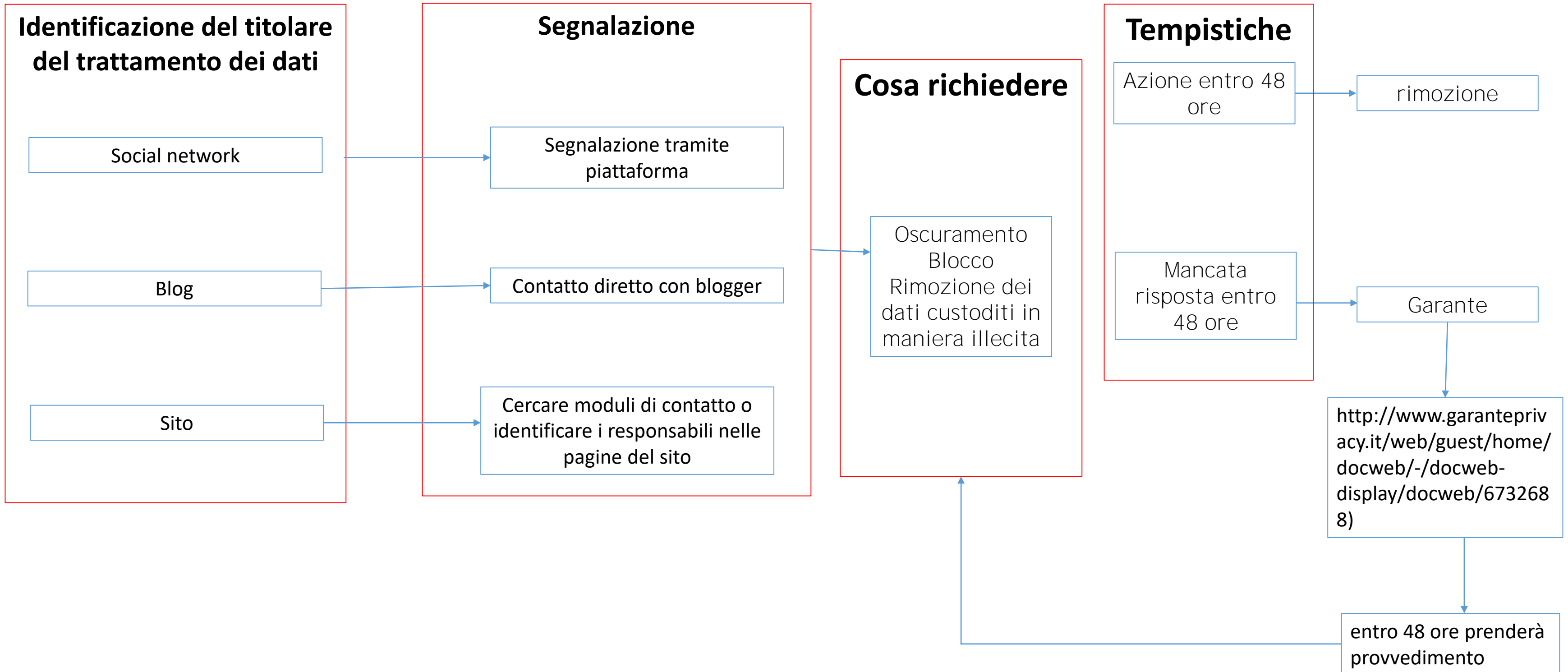
- **Il minore ultraquattordicenne**
- Il genitore o tutore

Come si può interpellare il Garante Della privacy?

- Compilando la form messa a disposizione sul sito del Garante stesso (<http://www.garanteprivacy.it/web/guest/home/docweb/-/docweb-display/docweb/6732688>)

MA NELLA PRATICA COME BISOGNA FARE?

Identificazione del link lesivo
<http://www.dominio.it/.....>



Modello per la segnalazione/reclamo in materia di cyberbullismo

(ai sensi dell'art. 2, comma 2, legge 29 maggio 2017, n. 71, Disposizioni a tutela dei minori per la prevenzione ed il contrasto del fenomeno del cyberbullismo)

Al Garante per la protezione dei dati personali
Inviare all'indirizzo e-mail: cyberbullismo@gpdp.it

Il/La sottoscritto/a _____ (1), nato/a a _____,
il _____, residente a _____, via/p.za _____,
tel. _____, e-mail/PEC _____ [inserire recapiti ai quale si può essere contattati e
selezionare, di seguito, l'opzione pertinente],

minore ultraquattordicenne,

ovvero

in qualità di esercente la potestà genitoriale sul minore _____, nato a _____
il _____.

SEGNALA

Si indicano gli eventuali reati

1. di essere stato/a vittima ovvero che il minore sul quale esercita la potestà genitoriale è stato vittima di cyberbullismo [eliminare la locuzione che non interessa]. In particolare, i comportamenti posti in essere, **realizzati per via telematica** e di seguito sinteticamente descritti, consistono in [selezionare la/e fattispecie rilevanti]

- pressione
- aggressione
- molestia
- ricatto
- ingiuria
- denigrazione
- diffamazione
- furto d'identità
- alterazione, acquisizione illecita, manipolazione, trattamento illecito di dati

¹ Avvertenza: la segnalazione o il reclamo può essere presentata direttamente anche da minori d'età ultraquattordicenni ovvero da chi esercita la potestà genitoriale. Pertanto si prega il segnalante/reclamante di fornire le pertinenti informazioni.

ovvero

diffusione di contenuti *on line* aventi ad oggetto il minore ovvero uno o più componenti della famiglia del minore [rimuovere l'informazione non rilevante] allo scopo intenzionale e predominante di isolare il minore o un gruppo di minori ponendo in atto un serio abuso, un attacco dannoso, o la loro messa in ridicolo.

2. che la diffusione di contenuti lesivi dell'interessato/a è avvenuta [selezionare la casella pertinente]:

- sul sito internet _____ all'indirizzo web [necessario indicare URL] _____
- social media [necessario inserire individuazione univoca] _____
- altro [necessario specificare] _____

3. Allega i seguenti documenti (ad es. immagini, video, screenshot, etc.):

- 1) _____
- 2) _____
- 3) _____

4. Inserire una sintetica descrizione dei fatti:

Tanto premesso, [selezionare l'opzione pertinente]

considerato che il gestore del sito internet o del social media al quale è stata presentata l'istanza allegata per l'oscuramento, la rimozione o il blocco dei dati personali diffusi in internet non ha comunicato di avere assunto l'incarico di provvedere all'oscuramento, alla rimozione o al blocco richiesto, né vi ha provveduto entro quarantotto ore dal ricevimento della richiesta [allegare la pertinente documentazione];

considerato che non è stato in grado di presentare un'istanza per l'oscuramento, la rimozione o il blocco dei dati personali diffusi in internet al gestore del sito internet o del social media non essendo possibile identificare il titolare del trattamento o il gestore del sito internet o del social media,

RICHIESTE AL GARANTE PER LA PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI

di disporre, ai sensi degli articoli 2, comma 2, l. n. 71/2017 nonché 143 e 144, d.lgs. n. 196/2003, il blocco/divieto della diffusione dei dati personali sopra descritti.

Il/La sottoscritto/a dichiara inoltre di [selezionare la casella pertinente]:

- aver presentato denuncia/querela per i fatti sopra descritti presso _____;
- non aver presentato denuncia/querela per i fatti sopra descritti.

Luogo, data

Nome e cognome

Informativa ai sensi dell'art. 13 del Codice in materia di protezione dei dati personali

Il Garante per la protezione dei dati personali tratterà i dati personali trasmessi, con modalità elettroniche e su supporti cartacei, per lo svolgimento dei compiti istituzionali nell'ambito del contrasto del fenomeno del cyberbullismo. Il loro conferimento è obbligatorio ed in assenza degli stessi la segnalazione/reclamo potrebbe non poter essere istruita. I dati personali potrebbero formare oggetto di comunicazione ai soggetti coinvolti nella gestione dei dati personali oggetto di segnalazione/reclamo (con particolare riferimento a gestori di siti internet e social media), all'Autorità giudiziaria o alle Forze di polizia ovvero ad altri soggetti cui debbano essere comunicati per dare adempimento ad obblighi di legge. Ciascun interessato ha diritto di accedere ai dati personali a sé riferiti e di esercitare gli altri diritti previsti dall'art. 7 del Codice.

INVIO DEL MODULO AL GARANTE



IL GARANTE RIMUOVE OSCURA BLOCCA IL CONTENUTO



NE DA' NOTIZIA ALL'INTERESSATO

- COSA FAI PER DIFENDERE LA TUA WEB REPUTATION ?





- segnalazione via **form di contatto sui social network**
- contatto del titolare del trattamento dei dati...**gestore del sito**
- segnalazione alle autorità competenti come la **polizia postale**
- rivolgersi al **Co.re.com**: l'attività dello sportello è di supporto alla tutela della reputazione online del cittadino

<http://www.corecomlombardia.it/opencms/attivita/WebReputation/>



OBIETTIVO

Il progetto “Sportello Web Reputation per i cittadini” è nato difendere la reputazione digitale dai rischi della rete

DESTINATARI

Lo **SPORTELLO DI SEGNALAZIONE** di contenuti lesivi presenti in rete è a disposizione di **tutti i cittadini della Lombardia** tramite il portale istituzionale del Co.re.com.

Lombardia



Lo SPORTELLO rimuove le fattispecie lesive della dignità, dell'immagine realizzate in assenza di consenso.

In particolare può intervenire se:

- Sono stati diffusi nel web video, immagini, foto, scritti personali o corrispondenza senza che l'interessato ne fosse al corrente
- Se sono stati diffusi dati o informazioni personali (nome, cognome, indirizzo, elementi di vita privata) senza che l'interessato ne fosse al corrente
- Se sono stati pubblicati sul web articoli, commenti, immagini, video offensivi della reputazione, della dignità o dell'immagine della persona interessata



COMITATO REGIONALE
PER LE COMUNICAZIONI

Sportello Help Web Reputation Giovani Corecom Lombardia

Via Fabio Filzi, 22
20124 Milano

Phone: +39 **02/67482725**

Email: sportellowebreputation@consiglio.regione.lombardia.it
corecomsegreteria@consiglio.regione.lombardia.it