



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

RELAZIONE DI MONITORAGGIO IN MATERIA DI ALFABETIZZAZIONE MEDIATICA E DIGITALE

ANNO 2025

**AUTORITÀ PER LE GARANZIE
NELLE COMUNICAZIONI**

Sommario

1. Misure legali e strategiche.	4
1.a) La trasposizione della direttiva SMAV nel TUSMA.....	4
1.b) Il Fondo Alfabetizzazione digitale e minori presso il MIMIT.....	6
1.c) Bullismo e Cyberbullismo.....	6
1.d) Altre disposizioni legislative.	8
1.e) Disposizioni legislative in ambito europeo.	9
2. Misure organizzative.	10
2.a) Il ruolo dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.	10
2.b) Il Comitato Consultivo Interistituzionale per l'alfabetizzazione mediatica e digitale..	17
2.c) Il Tavolo Tecnico per il Bullismo e il Cyberbullismo.....	18
2.d) Altre misure organizzative in materia di alfabetizzazione mediatica e digitale.	19
3. Fondi pubblici e altri meccanismi di finanziamento dell’alfabetizzazione mediatica.	20
4. Attività di coinvolgimento e sensibilizzazione, compresi i programmi di alfabetizzazione mediatica.....	21
4.1. Il ruolo delle istituzioni.	21
4.1.a) Il Ministero dell’Istruzione e del Merito.....	21
4.1.b) Il Ministero della Cultura	23
4.1.c) Dipartimento per la trasformazione digitale della Presidenza del Consiglio dei ministri....	23
4.1.d) Dipartimento per le Politiche della famiglia della Presidenza del Consiglio dei ministri	24
4.1.e) Il Garante per la Protezione dei Dati Personali.....	28
4.1.f) INDIRE	29
4.1.g) INVALSI	31
4.2. Le iniziative dei Comitati Regionali per le Comunicazioni.	32
4.3. Il ruolo delle associazioni e delle organizzazioni della società civile.....	37
5. Il monitoraggio delle iniziative di alfabetizzazione mediatica e digitale da parte degli operatori.....	44
5.1. Tipologia delle iniziative realizzate o in corso di realizzazione.	45
5.2. Tematiche trattate nell’ambito delle iniziative realizzate o in corso di realizzazione.	47
5.3. Destinatari, risorse e performance delle iniziative realizzate o in corso di realizzazione	48
6. Considerazioni conclusive.	49

Relazione di monitoraggio sulle attività di promozione in materia di alfabetizzazione mediatica e digitale – anno 2025.

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

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

Il decreto legislativo 25 marzo 2024, n. 50 ha modificato il citato articolo 4, comma 4 del TUSMA, introducendo una cadenza annuale della relazione. Pertanto, l'Autorità ha pubblicato la prima relazione annuale di monitoraggio relativa all'anno 2024 nel primo semestre 2025².

La presente Relazione rappresenta l'adempimento relativamente all'anno 2025, e, analogamente a quella relativa all'annualità 2024, è strutturata - sulla base del modello allegato alla Comunicazione della Commissione Europea del 23 febbraio 2023, recante *Orientamenti a norma dell'articolo 33 bis, paragrafo 3, della Direttiva sui servizi di media audiovisivi relativi all'ambito di applicazione delle relazioni degli Stati membri sulle misure di promozione e sviluppo dell'alfabetizzazione mediatica* adattato al quadro normativo italiano (cfr. paragrafo 1) -, in sei sezioni:

- 1) Misure legali e strategiche;
- 2) Misure organizzative;
- 3) Fondi pubblici e altri meccanismi di finanziamento dell'alfabetizzazione mediatica;

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

² La relazione annuale di monitoraggio in materia di alfabetizzazione mediatica e digitale 2024 è disponibile al seguente link: <https://www.agcom.it/sites/default/files/documenti/rapporto/Relazione%20monitoraggio%20AMD%202024.pdf>

- 4) Attività di coinvolgimento e sensibilizzazione, compresi i programmi di alfabetizzazione mediatica;
- 5) Il monitoraggio delle iniziative di alfabetizzazione mediatica e digitale da parte degli operatori;
- 6) Considerazioni conclusive.

Con specifico riferimento alle misure organizzative, ai fondi pubblici, alle attività di coinvolgimento e sensibilizzazione e alle iniziative degli operatori, l'Autorità ha analizzato le attività riferibili al periodo di riferimento indicato dalla summenzionata Commissione della Commissione Europea, relativo quindi al periodo incluso tra il 1° novembre 2024 e il 31 ottobre 2025³.

1. Misure legali e strategiche.

1.a) La trasposizione della direttiva SMAV nel TUSMA

L'articolo 33-bis della Direttiva SMAV attribuisce agli Stati membri il compito di promuovere lo sviluppo dell'alfabetizzazione mediatica e di adottare misure a tal fine, vincolandoli ogni tre anni a una relazione di monitoraggio sull'attuazione di tali compiti⁴. Nel processo di trasposizione della nuova versione della Direttiva SMAV, il legislatore italiano ha inteso attribuire una particolare enfasi al ruolo dei fornitori di servizi di media e di piattaforme di condivisione dei video, ampliando il campo di azione anche all'alfabetizzazione digitale.

Pertanto, l'articolo 4 del TUSMA, recante i principi generali del sistema dei servizi di media audiovisivi e della radiofonia a garanzia degli utenti, così come modificato dal

³ Si segnala inoltre che, in vista della predisposizione della presente relazione annuale, l'Autorità ha preso parte ai lavori del WS3 Media Literacy del WG5 Integrity of Information del neonato European Board for Media Services (cfr. paragrafo 1.e), grazie al quale gli Uffici sono stati edotti rispetto alle principali iniziative e novità in materia di monitoraggio delle iniziative di alfabetizzazione mediatica e digitale.

⁴ La direttiva chiarisce inoltre, al considerando 59, che (i) l'alfabetizzazione mediatica si riferisce alle competenze, alle conoscenze e alla comprensione che consentono ai cittadini di utilizzare i media in modo efficace e sicuro; (ii) al fine di consentire ai cittadini di accedere alle informazioni, usare, analizzare criticamente e creare in modo responsabile e sicuro contenuti mediatici, occorre che essi dispongano di un livello avanzato di competenze di alfabetizzazione mediatica; (iii) l'alfabetizzazione mediatica non dovrebbe essere limitata all'apprendimento in materia di strumenti e tecnologie, ma dovrebbe mirare a dotare i cittadini delle capacità di riflessione critica necessarie per elaborare giudizi, analizzare realtà complesse e riconoscere la differenza tra opinioni e fatti; (iv) è pertanto necessario che sia i fornitori di servizi di media sia i fornitori di piattaforme per la condivisione di video, in cooperazione con tutti i soggetti interessati pertinenti, promuovano lo sviluppo dell'alfabetizzazione mediatica in tutti i settori della società, per i cittadini di tutte le età, e per tutti i media, e che se ne verifichino attentamente i progressi.

decreto legislativo 25 marzo 2024, n. 50, stabilisce al comma 3, per quanto riguarda l'attività di promozione dell'alfabetizzazione mediatica e digitale, che *“il Ministero (delle Imprese e del Made in Italy), d'intesa con l'Autorità, sentito il Ministero della cultura, il Ministero dell'Università e della Ricerca, il Ministero dell'Istruzione e del Merito, l'Autorità politica delegata all'innovazione tecnologica e l'Autorità politica con delega alla famiglia, promuove l'alfabetizzazione mediatica e digitale, attraverso i fornitori di servizi di media e i fornitori di piattaforme di condivisione di contenuti video o anche solo audio o entrambi”*⁵. Per quanto riguarda invece l'attività di monitoraggio, il successivo comma 4 stabilisce che *“il monitoraggio dell'attività di promozione dell'alfabetizzazione mediatica e digitale è svolto dall'Autorità. Ogni tre anni il Ministero (delle Imprese e del Made in Italy) presenta alla Commissione Europea una relazione sull'attività di promozione dell'alfabetizzazione sulla base delle relazioni annuali predisposte dall'Autorità”*.

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

Si evidenzia inoltre che il summenzionato decreto correttivo, nell'abrogare le disposizioni del TUSMA in materia di Comitato di autoregolamentazione TV e minori, introduce una nuova versione dell'art. 8, comma 2 del TUSMA, istituendo presso il MIMIT un comitato consultivo interistituzionale, che non solo ha il compito di esprimere il proprio parere nella fase di adozione dei codici di autoregolamentazione e co-regolamentazione dei fornitori di servizi media diffusi tramite qualsiasi canale o piattaforma, a tutela dei minori, ma che viene investito anche di *“compiti di promozione e ricerca sui temi di alfabetizzazione mediatica e digitale”* (cfr. paragrafo 2.b).

⁵ Lo stesso articolo 4, comma 3, evidenzia che tali attività di promozione verranno svolte *“ferme restando le attività di sostegno dell'educazione all'immagine e dell'alfabetizzazione alle tecniche e ai media di produzione e diffusione delle immagini di cui agli articoli 3 e 27 della legge 14 novembre 2016, n. 220”*.

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

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

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

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

1.c) Bullismo e Cyberbullismo.

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

L'articolo 3 della legge n. 70 del 2024 ha previsto la delega al Governo per l'adozione di ulteriori disposizioni, al fine di prevenire e contrastare i fenomeni del bullismo e del cyberbullismo in tutte le loro manifestazioni, in particolare con azioni di carattere preventivo e con una strategia di attenzione e tutela nei confronti dei minori, vittime o responsabili degli illeciti. Il Decreto Legislativo 12 giugno 2025, n. 99, recante

“Disposizioni in materia di prevenzione e contrasto del bullismo e cyberbullismo in attuazione della delega di cui all’articolo 3 della legge 17 maggio 2024, n.70”, entrato in vigore il 16 luglio 2025, attua tale previsione, andando a rafforzare la tutela delle vittime e la responsabilizzazione degli adulti. In particolare, l’articolo 1 del decreto prevede il potenziamento del numero pubblico “Emergenza infanzia 114”, attivo 24 ore su 24 su tutto il territorio nazionale, per l’assistenza delle vittime di atti di bullismo e cyberbullismo. Ai sensi dell’articolo 1, comma 3, del citato decreto, inoltre, è prevista una funzione di geolocalizzazione del chiamante, attivabile previo consenso dell'utilizzatore, nonché un servizio di messaggistica istantanea, nel rispetto della disciplina in materia di protezione dei dati personali. Il decreto prevede, peraltro, all’articolo 2, un sistema di rilevazione dei fenomeni di bullismo e cyberbullismo, affidato all’ISTAT, con cadenza biennale. Entro il 31 dicembre di ogni anno in cui l’ISTAT effettua la rilevazione, la Presidenza del Consiglio dei ministri – Dipartimento per le politiche della famiglia, d’intesa con il Ministero dell’istruzione e del merito, trasmette alle Camere una relazione sui risultati delle indagini svolte dall’ISTAT e sullo stato di attuazione delle misure di prevenzione e contrasto dei due fenomeni, anche con riferimento agli interventi realizzati nelle scuole secondarie. Infine, ai sensi dell’articolo 4 del decreto, la Presidenza del Consiglio dei ministri promuove, in coordinamento con le articolazioni competenti del Ministero dell’istruzione e del merito in relazione alle attività che coinvolgono le istituzioni scolastiche, campagne informative di prevenzione e di sensibilizzazione sull’uso consapevole della rete *internet* e sui suoi rischi, anche avvalendosi dei principali mezzi di informazione, degli organi di comunicazione e di stampa, nonché di soggetti privati, nei limiti delle risorse umane, strumentali e finanziarie disponibili a legislazione vigente.

1.d) Altre disposizioni legislative.

L'articolo 13 del decreto-legge 15 settembre 2023, n. 123, recante “*Misure urgenti di contrasto al disagio giovanile, alla povertà educativa e alla criminalità minorile, nonché per la sicurezza dei minori in ambito digitale*”, convertito con modificazioni dalla legge 13 novembre 2023, n. 159, promuove l'utilizzo di applicazioni di controllo parentale (*parental control*) nei dispositivi di comunicazione elettronica, quale strumento di tutela e salvaguardia di bambini e ragazzi, pensato per i genitori o coloro che esercitano la responsabilità genitoriale, al fine di evitare l'esposizione dei minorenni a contenuti inappropriati per la loro età, ritenuti nocivi per il loro sviluppo e la loro crescita e, in generale, allo scopo di garantire un uso corretto dei dispositivi online e della rete.

Ai sensi dell'articolo 13-*bis* del medesimo decreto-legge, inoltre, l'accesso dei minorenni a contenuti a carattere pornografico è vietato, “in quanto mina il rispetto della loro dignità e ne compromette il benessere fisico e mentale, costituendo un problema di salute pubblica” (comma 1). L'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni stabilisce con proprio provvedimento, sentito il Garante per la protezione dei dati personali, le modalità tecniche e di processo che i gestori di siti *web* e i fornitori delle piattaforme di condivisione video, che diffondono in Italia immagini e video a carattere pornografico, sono tenuti ad adottare per l'accertamento della maggiore età degli utenti, “assicurando un livello di sicurezza adeguato al rischio e il rispetto della minimizzazione dei dati personali raccolti in ragione dello scopo” (comma 3).

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

Inoltre, il Dipartimento per le Politiche della famiglia e il Ministero per le imprese e il made in Italy avviano annualmente campagne di informazione sull'uso consapevole della rete e sui rischi connessi, in particolar modo sui mezzi di prevenzione dall'accesso a contenuti potenzialmente nocivi per lo sviluppo armonioso dei minori (comma 3).

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

1.e) Disposizioni legislative in ambito europeo.

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

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

Con riferimento invece al cd. *Digital Services Act* (cfr. Relazione annuale 2024), si segnala che il 14 luglio 2025, la Commissione Europea ha pubblicato le sue linee guida sulla protezione dei minori, con l'obiettivo di aumentare la sicurezza online per bambini e giovani nell'ambiente digitali. Le linee guida stabiliscono un elenco non esaustivo di misure proporzionate e appropriate per proteggere i bambini da rischi online come adescamento online, contenuti dannosi, comportamenti problematici e di dipendenza, nonché cyberbullismo e pratiche commerciali dannose. Le raccomandazioni chiave riguardavano invece le impostazioni degli account dei minori su privati, i sistemi di raccomandazione delle piattaforme, le funzionalità che consentono ai bambini di bloccare e silenziare qualsiasi utente, il divieto di scaricare o fare screenshot di contenuti pubblicati da minori, la disabilitazione per impostazione predefinita per le funzionalità che contribuiscono a un uso eccessivo degli strumenti online, l'introduzione di misure per migliorare gli strumenti di moderazione e segnalazione.

Le linee guida raccomandano anche l'uso di metodi efficaci di garanzia dell'età a condizione che siano accurati, affidabili, robusti, non intrusivi e non discriminatori. In particolare, raccomandano metodi di verifica dell'età per limitare l'accesso a contenuti per adulti come pornografia e gioco d'azzardo, o quando le norme nazionali stabiliscono un'età minima per accedere a determinati servizi come categorie definite di servizi di social media online.

2. Misure organizzative.

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

Nel periodo di riferimento della presente relazione, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha proseguito le proprie attività in materia di alfabetizzazione mediatica e digitale, non solo attraverso la finalizzazione della relazione di monitoraggio 2024, ma anche mediante: il confronto con gli stakeholders che partecipano al *Tavolo di coordinamento in materia di alfabetizzazione mediatica e digitale*; il completamento di una specifica attività di studio e ricerca in materia di fabbisogni di alfabetizzazione mediatica e digitale; il coordinamento delle attività di *media education* svolte a livello regionale dai Co.re.com; l'introduzione dei sistemi di *age verification*, volti a garantire l'accesso ai contenuti online per adulti solo ai maggiorenni.

Con riferimento al *Tavolo di coordinamento*, che nasce come funzionale allo svolgimento delle specifiche competenze in materia di monitoraggio sullo stato dell'alfabetizzazione mediatica e digitale in Italia attribuite dal legislatore e con lo scopo di favorire la raccolta e la catalogazione delle principali misure, iniziative e *best practices*⁶, l'Autorità, ha avviato le relative attività con una prima riunione plenaria il 2 dicembre 2024. Successivamente, le diverse componenti del Tavolo sono state coinvolte nella redazione della precedente relazione annuale di monitoraggio anche attraverso riunioni tematiche. Con la plenaria del 15 luglio 2025 si è aperta una seconda fase dei lavori in cui, affianco alle suddette attività, tutti gli attori coinvolti, a partire dalla componente accademica, potranno supportare l'Autorità nella definizione di linee guida e *toolkit* utili per tutti gli stakeholders interessati a promuovere iniziative di alfabetizzazione mediatica e digitale. Per quanto riguarda le attività di studio, nel periodo di riferimento della presente relazione, l'Autorità ha pubblicato uno specifico report di ricerca in materia di alfabetizzazione mediatica e digitale nelle diverse fasce di popolazione italiana (con particolare riferimento a minori e over 65)⁷. Il rapporto parte con un'analisi di scenario, da cui emerge un'ampia e omogenea disponibilità dei principali *device* tecnologici tra la popolazione, evidenziando come il 90% degli italiani acceda a internet tutti i giorni – il 48% per almeno 4 ore - e che tra le attività più svolte online prevalgano la ricerca di informazioni, il consumo di *news* (in particolare per adulti e anziani), la comunicazione con gli amici (soprattutto per i grandi minori) e la fruizione di contenuti audiovisivi. Vengono successivamente analizzate le modalità utilizzate dai genitori per regolare l'accesso ai media dei minori, anche attraverso l'individuazione delle principali strategie e tecniche di *parental mediation*: otto genitori su dieci regolano l'accesso ai media dei figli, mentre il 13% impone il divieto assoluto e il 4,8% lascia totale libertà di utilizzo; le

⁶ Attualmente sono membri del Tavolo: istituzioni nazionali; operatori nel settore dei servizi media e dei servizi digitali e relative associazioni; associazioni, fondazioni e organizzazioni delle società civile nel campo dell'alfabetizzazione digitale e mediatica (soggetti monitorati ai sensi della Comunicazione della Commissione Europea del 23 febbraio 2023). Partecipano inoltre, come osservatori: fornitori di servizi media audiovisivi in ambito locale e relative associazioni; operatori nel settore delle comunicazioni elettroniche; altre organizzazioni, ricercatori ed esperti della materia.

⁷ Sul sito web dell'Autorità è possibile consultare il [report](#) e [la sintesi dei principali risultati](#) della ricerca. I risultati del report fanno riferimento all'elaborazione dei dati provenienti da una *survey* basata su un questionario elaborato dall'Autorità, la cui somministrazione a un campione rappresentativo della popolazione italiana per fasce di età, con una specifica focalizzazione su minori e anziani, è stata affidata alla società SWG s.p.a.. In particolare, l'indagine è stata effettuata su un campione di 7.053 individui, rappresentativo della popolazione da 6 anni in su, residente in Italia. Per i soggetti di età compresa tra i 6 e i 15 anni il questionario è stato compilato dai relativi genitori.

regole più diffuse (adottate da 2 genitori su 10) sono limiti di tempo e fasce orarie nell'utilizzo dei media, il monitoraggio dell'uso da parte dei genitori e il blocco di specifici contenuti. I genitori over 45 e laureati utilizzano strategie di monitoraggio e *co-using* mentre i più giovani e meno istruiti prediligono le restrizioni. La seconda parte del report è dedicata all'individuazione dei fabbisogni di alfabetizzazione mediatica e digitale, e si apre con l'individuazione dei dieci principali fattori di rischio nell'ambiente mediatico⁸: dai dati analizzati, emerge come 8 italiani su 10 si dichiarino preoccupati da una molteplicità di contenuti e attività considerati fonti di rischio, indifferentemente su tutti i mezzi di comunicazione. In particolare, più di 4 italiani su dieci si dichiarano molto preoccupati per *hate speech*, contenuti illegali di diverso tipo, *sfide social*, disinformazione e cyberbullismo. Mentre i minorenni si dichiarano meno preoccupati della media per tutti i contenuti e attività fonti di rischio, più della metà degli anziani è molto preoccupata per *hate speech*, contenuti illegali di diverso tipo, *sfide social*. Con riferimento al livello di esposizione nei confronti di contenuti e attività potenziali fattori di rischio, più della metà della popolazione italiana si è imbattuta in contenuti di disinformazione, *revenge porn* e *hate speech*, e, in particolare, il 43,5% dichiara di essersi imbattuto frequentemente in contenuti di disinformazione. Circa tre minorenni su quattro hanno esperienza di fruizione di contenuti potenzialmente afferenti alla categoria dei *negative user-generated content*, come *sfide social*, cyberbullismo, *revenge porn*, contenuti che incoraggiano disturbi alimentari e l'uso di sostanze stupefacenti illegali e contenuti di carattere sessuale non desiderati. Dalla sezione centrale del report, emerge inoltre come più di 8 cittadini su 10 svolgano una qualche azione di contrasto quando si imbattono in attività/contenuti che rappresentano fattori di rischio, evitando di accedere a quel canale/testata/sito/piattaforma o verificando la fonte. Il report evidenzia anche come la maggior parte dei cittadini riponga un qualche livello di fiducia nelle capacità di differenti attori sociali ed economici di tutelare gli utenti, sebbene il 44% della popolazione non si rivolga ad alcun soggetto per avere indicazioni e suggerimenti per un

⁸ Si tratta in particolare di: contenuti che incoraggiano disturbi alimentari (anoressia e bulimia), l'uso di sostanze stupefacenti illegali, il consumo smodato di alcol e tabacco; contenuti che mostrano o incoraggiano comportamenti violenti e autolesionistici (cd. "*sfide social*"); contenuti di carattere sessuale non desiderati e proposte di carattere sessuale (adescamento); contenuti di disinformazione o *fake news*; contenuti che incitano il discorso d'odio (cd. *hate speech*); contenuti audiovisivi (film, serie tv, eventi sportivi live) non protetti da diritto d'autore; cyberbullismo; *revenge porn*; gioco di azzardo online; altri tipi di contenuti illegali (es. contenuti terroristici, contenuti pedopornografici, ecc.).

utilizzo critico e consapevole dei mezzi di comunicazione. La terza sezione del report analizza il tema dell'*algorithmic literacy*, attraverso l'analisi dell'*algorithmic awareness* e dell'utilizzo dei principali strumenti di *curation* messi a disposizione dalle piattaforme da parte della popolazione italiana: solo il 58,9% degli italiani dai 14 anni in su è a conoscenza del ruolo degli algoritmi di raccomandazione utilizzati dalle principali piattaforme online, con un grande divario tra gli anziani (il 35,9%) e i giovani adulti (il 73,3%). Solo il 7% degli italiani ha un livello ottimale di alfabetizzazione algoritmica, mentre il 64,6% ha un livello nullo o scarso (l'83% tra gli anziani). Le conclusioni del report si focalizzano, invece, su raccomandazioni di *policy* e proposte operative per interventi mirati di alfabetizzazione mediatica e digitale basati sui fabbisogni previamente individuati. Per quanto concerne i minorenni, il report sottolinea la necessità di un intervento integrato che coinvolga l'intero contesto familiare e scolastico, sviluppando programmi innovativi di *media literacy* fondati su metodologie di *co-design*. In particolare, l'educazione civica digitale, orientata alla promozione di un comportamento rispettoso negli ambienti online e alla comprensione dei meccanismi algoritmici che governano la circolazione dei contenuti, nonché l'integrazione nei percorsi scolastici di moduli di *news literacy* per contrastare fenomeni di disinformazione e incitamento all'odio, che risultano sottovalutati dalle giovani generazioni. Per la fascia degli adulti, si evidenzia invece la necessità di implementare iniziative formative mirate, rafforzando le competenze digitali di base e la capacità di lettura critica degli specifici linguaggi mediatici. Per quanto riguarda gli anziani, il report suggerisce di privilegiare interventi formativi centrati sul funzionamento delle piattaforme digitali, attraverso modalità partecipative che favoriscano l'inclusione e l'apprendimento intergenerazionale. Con riferimento a specifiche aree tematiche di rilievo, per la disinformazione vengono proposti interventi educativi bilanciati tra trasmissione di conoscenze e sviluppo del pensiero critico; per l'*hate speech*, si evidenzia la necessità di programmi rivolti ai fruitori più assidui della rete; per la tutela del diritto d'autore e la prevenzione del gioco d'azzardo online, si auspicano interventi specifici di sensibilizzazione volti a rendere riconoscibili i comportamenti illeciti e a favorire una fruizione etica dei contenuti digitali; con riferimento all'*algorithmic literacy*, si distingue tra iniziative volte ad aumentare la consapevolezza del funzionamento degli algoritmi e iniziative mirate all'utilizzo dei concreti strumenti di *curation* e segnalazione in capo alle piattaforme *algorithmic-driven*.

Un ruolo cruciale viene riconosciuto, infine, alle istituzioni, chiamate anche a rafforzare la conoscenza dei meccanismi di segnalazione e denuncia dei contenuti nocivi, nonché a consolidare la fiducia dei cittadini nei soggetti preposti alla tutela.

Per quanto riguarda invece il coordinamento delle attività di *media education* svolte a livello locale dai Co.re.com., con l'Accordo Quadro per l'esercizio delle funzioni delegate ai Co.re.com. (delibera n. 427/22/CONS), l'Autorità ha individuato per la prima volta la *media education* come specifica funzione delegata ai Comitati Regionali per le Comunicazioni.

Con delibera n. 182/23/CONS del 13 luglio 2023, l'Autorità ha quindi approvato le *Linee Guida per l'esercizio delle funzioni delegate ai sensi dell'articolo 4, comma 1, lettera a) dell'Accordo quadro con i Comitati Regionali per le Comunicazioni di cui alla delibera n. 427/22/CONS in materia di media education*, che disciplinano criteri di realizzazione e tipi di iniziative da avviare nell'ambito della funzione delegata, e, successivamente, un *Atto di indirizzo in materia di percorsi formativi di cittadinanza digitale*, approvato con delibera n. 177/24/CONS del 29 maggio 2024 (cfr. Relazione di monitoraggio 2024).

Nel periodo di riferimento della presente relazione, l'Autorità e il Ministero dell'Istruzione del Merito (MIM) hanno sottoscritto un protocollo di intesa espressamente dedicato ai temi dell'alfabetizzazione mediatica e digitale, con l'obiettivo di inserire i percorsi formativi di cittadinanza digitale anche all'interno del curriculum di educazione civica previsto dall'art. 2, comma 2, della legge 20 agosto 2019, n. 92, che va a completare il percorso avviato con l'approvazione dell'Atto di indirizzo in materia rivolto ai Co.re.com.. Tramite tale protocollo di intesa, infatti, il Ministero si impegna a promuovere, nel rispetto della autonomia delle istituzioni scolastiche, i percorsi formativi, dichiarati dall'Autorità conformi all'atto di indirizzo, ai fini del loro eventuale inserimento, all'interno del curriculum di educazione civica e del relativo monte orario annuale, previsto dall'art. 2, comma 3, della legge n. 92/2019. In particolare, AGCOM si impegna ad attestare la conformità dei programmi dei percorsi formativi di cittadinanza digitale, promossi dai Co.re.com., ai criteri indicati nell'Atto di indirizzo, che stabilisce i requisiti per la realizzazione di percorsi formativi digitali in ambito scolastico, anche volti al conseguimento del c.d. Patentino digitale o di cittadinanza digitale, da parte dei Co.re.com., e destinati agli studenti della scuola secondaria di primo o secondo grado.

Nell'anno scolastico 2024/25, l'Autorità ha certificato la conformità all'atto di indirizzo dei percorsi formativi di cittadinanza digitale avviati da otto Co.re.com. (Basilicata, Lombardia, Marche, Molise, Piemonte, Puglia, Sicilia e Toscana), garantendo la propria partecipazione alle attività didattiche attraverso un modulo di due ore elaborato *ad hoc* e costituito da videolezioni e materiali di approfondimento. Per ulteriori dettagli si rinvia al paragrafo 4.3.

Infine, si segnala che, con la Delibera 96/25/CONS, l'AGCOM ha completato il processo di attuazione dell'articolo 13-bis del cd. Decreto Caivano (cfr. relazione di monitoraggio 2024), introducendo un nuovo sistema per accertare la maggior età degli utenti che accedono a contenuti pornografici online. Il fulcro della regolamentazione è l'introduzione dei sistemi di *age verification*, volti a garantire l'accesso ai contenuti per adulti solo ai maggiorenni, salvaguardando al contempo la privacy degli utenti attraverso il principio del doppio anonimato. Il primo sistema prevede che la verifica dell'età avvenga tramite un soggetto terzo qualificato, che rilascia una "prova dell'età" dopo aver accertato la maggior età dell'utente. Tale certificazione, crittografata e anonimizzata, è sotto il controllo dell'utente, che la utilizza per accedere ai siti con restrizioni senza condividere dati personali. Il secondo sistema, basato su applicazioni installate sullo smartphone, consente di generare e trasmettere la prova dell'età direttamente dal dispositivo. Quando l'utente tenta di accedere a un sito con contenuti riservati, inquadra un codice (*QR code*) che attiva l'applicazione dedicata, la quale elabora localmente la verifica e la invia al sito attraverso canali cifrati o meccanismi di *routing* anonimizzati. Entrambi i modelli richiedono che il certificatore dell'età sia indipendente dal fornitore dei contenuti e riconosciuto da un'autorità competente. L'obbligo riguarda tutte le piattaforme e i siti che diffondono video e immagini pornografiche accessibili dall'Italia, a prescindere dalla loro sede legale. L'Autorità potrà imporre sanzioni amministrative (comprese da 10.329 e 258.228 euro) e diffidare il gestore a mettersi in regola, in caso di mancato adeguato alle nuove prescrizioni. In particolare, in caso di inadempienze l'Autorità adotterà ogni provvedimento utile al blocco dell'accesso al sito web o piattaforma fino al ripristino delle condizioni di fornitura conformi ai requisiti del regolamento.

Presso l'AGCOM opera il **Consiglio Nazionale degli Utenti** (CNU), istituito ai sensi dell'art. 1, c. 28, legge 49/1997. Il CNU esprime pareri e formula proposte all'Autorità,

al Parlamento e al Governo e a tutti gli organismi pubblici e privati, che hanno competenza in materia audiovisiva o svolgono attività in questi settori, su tutte le questioni concernenti la salvaguardia dei diritti e le legittime esigenze dei cittadini. In particolare il CNU, che è composto da esperti nominati da AGCOM e candidati dalle associazioni rappresentative delle varie categorie degli utenti dei servizi di telecomunicazioni e radiotelevisivi fra persone particolarmente qualificate in campo giuridico, sociologico, psicologico, pedagogico, educativo e mass-mediale, promuove iniziative e interviene nel dibattito pubblico su tematiche attinenti alla tutela dei minori e della dignità dell'uomo e della donna sui mezzi di comunicazione tradizionali e online. Nel periodo di riferimento il CNU ha partecipato attivamente a numerose occasioni pubbliche e istituzionali dedicata alla promozione dei diritti digitali, alla tutela dei minori online, al contrasto della violenza di genere e alla protezione dei consumatori nell'ambiente digitale. In particolare, in occasione di Giornate dedicate (dell'infanzia, della giornata internazionale per la violenza contro le donne, del *Safer Internet Day*, della giornata internazionale della donna, della giornata nazionale contro la pedofilia e la pedopornografia e di altri momenti di confronto istituzionale), il CNU ha ribadito l'impegno del Consiglio nella costruzione di una cultura della responsabilità digitale, basata su educazione, prevenzione e cooperazione interistituzionale. Il CNU è altresì attualmente impegnato, nell'ambito delle sue competenze istituzionali, ad approfondire lo sviluppo dell'Intelligenza artificiale sul piano etico, giuridico e della sicurezza dei cittadini oltre che per gli apporti allo sviluppo di modalità innovative di accesso ai servizi pubblici e per il servizio alle persone con disabilità, anche alla luce dell'*European Accessibility Act*. A questo scopo il CNU è impegnato a sviluppare attività congiunte con il Consiglio nazionale dei consumatori e degli utenti per contribuire alla definizione di una "Carta dei diritti algoretici". Assume anche rilievo la partecipazione del Consiglio al Tavolo tecnico sul bullismo e cyberbullismo, che rappresenta un importante riconoscimento istituzionale nella tutela dei minori digitali; in tale ambito, il CNU sta lavorando a una proposta di intervento rivolta alla co-creazione di contenuti digitali positivi in funzione di un nuovo paradigma comunicativo per la lotta al bullismo e al cyberbullismo in grado di coinvolgere attivamente i minorenni nella costruzione di modelli comunicativi positivi, integrando i linguaggi istituzionali con quelli giovanili al fine di costruire una comunicazione più accessibile, inclusiva, empatica ed efficace.

Infine, il CNU ha rinnovato la propria collaborazione con la Polizia Postale e delle Comunicazioni per il contrasto alla pedofilia online, promuovendo la diffusione di una nuova cultura della sicurezza digitale e sottolineando l'importanza di un utilizzo etico e responsabile dell'intelligenza artificiale.

2.b) Il Comitato Consultivo Interistituzionale per l'alfabetizzazione mediatica e digitale

Le modalità di funzionamento e partecipazione al suddetto comitato sono state definite con successivo decreto del MIMIT del 19 giugno 2024. Con delibera del 12 maggio 2025 del Capo Dipartimento - Dipartimento per il digitale, la connettività e le nuove tecnologie MIMIT, e Presidente del comitato interistituzionale di cui all'art. 8, comma 2, del TUSMA, è stato adottato il Regolamento di funzionamento interno del comitato in parola. Ai sensi dell'articolo 1 del Regolamento, il comitato è suddiviso in tre gruppi di lavoro (GdL), costituiti in modalità paritetica con la consulta degli esperti di cui all'articolo 1, comma 2, del decreto del MIMIT.

I gruppi di lavoro del comitato interistituzionale di cui all'art. 8, comma 2, del TUSMA, hanno avviato le attività di rispettiva competenza, come indicate a norma dell'articolo 1 del citato Regolamento di funzionamento interno del comitato in parola.

Nel periodo di riferimento, il GdL 1 si è occupato della nuova proposta di Codice di autoregolamentazione media e minori – settembre 2025, ai fini dell'espressione del parere di cui all'articolo 37, comma 6, secondo capoverso, D.lgs. n. 208 del 2021, nonché ha avviato attività relativa all'adozione da parte delle Emittenti di livelli e criteri condivisi di classificazione dei programmi diversi dai programmi di informazione di cui al punto 4 della nuova proposta di Codice.

Il GdL 2, dedicato a seguire le attività di ricerca e promozione, volte alla sensibilizzazione dell'impatto che le nuove tecnologie digitali hanno sull'infanzia e sull'adolescenza, nell'attuale contesto storico e sociopolitico, nel periodo d'interesse della presente relazione ha avviato una ricognizione di tutte le iniziative già intraprese dalle Amministrazioni presenti al Tavolo, con l'obiettivo di individuare nuove o più efficaci iniziative di alfabetizzazione mediatica e digitale.

Il GdL 3, nel periodo di riferimento, ha gestito le segnalazioni di violazione delle norme di autoregolamentazione vigenti.

2.c) Il Tavolo Tecnico per il Bullismo e il Cyberbullismo.

Il *Tavolo tecnico per la prevenzione e il contrasto del bullismo e del cyberbullismo* è stato istituito, ai sensi dell'articolo 3, comma 1, della legge 29 maggio 2017, n. 71, come modificata dalla legge 17 maggio 2024, n. 70, con decreto del Ministro dell'istruzione e del merito, di concerto con il Ministro per la famiglia, la natalità e le pari opportunità, presso il medesimo Ministero. Presieduto dal Capo del Dipartimento per le Politiche della famiglia della Presidenza del Consiglio dei ministri (DIPOFAM), è composto da rappresentanti di diverse istituzioni, di associazioni con comprovata esperienza nella promozione dei diritti dei minori e degli adolescenti e nelle tematiche di genere, degli operatori che forniscono servizi di *social networking* e degli altri operatori della rete *internet*, delle associazioni studentesche e dei genitori, delle associazioni attive nel contrasto del bullismo e del cyberbullismo, nonché da esperti dotati di specifiche competenze in campo psicologico, pedagogico e delle comunicazioni sociali telematiche, oltre ai rappresentanti delle Consulte studentesche e delle associazioni dei genitori.

Il Tavolo tecnico ha il compito di redigere un *Piano di azione integrato per il contrasto e la prevenzione del bullismo e del cyberbullismo* (articolo 3, comma 2), integrato con il codice di co-regolamentazione per la prevenzione e il contrasto dei due fenomeni, a cui devono attenersi gli operatori che forniscono servizi di *social networking* e gli altri operatori della rete *internet* (articolo 3, comma 3). Il Piano di azione stabilisce, altresì, le iniziative di informazione e di prevenzione dei fenomeni del bullismo e del cyberbullismo rivolte ai cittadini, coinvolgendo primariamente i servizi socioeducativi presenti sul territorio, in sinergia con le istituzioni scolastiche, gli enti locali, le organizzazioni sportive e gli enti del Terzo settore (articolo 3, comma 4). Nell'ambito del Piano di azione integrato, inoltre, l'Autorità politica delegata per le politiche della famiglia, in collaborazione con l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e con il Garante per la protezione dei dati personali, predispone periodiche campagne informative di prevenzione e di sensibilizzazione sui fenomeni del bullismo e del cyberbullismo, anche per la diffusione della conoscenza dei sistemi di controllo parentale, avvalendosi dei principali media nonché degli organi di comunicazione e di stampa e di soggetti privati (articolo 3, comma 5).

La riunione di insediamento Tavolo, la cui composizione è stata definita dal decreto del 18 novembre 2024 e s.m.i, si è tenuta il 25 febbraio 2025.

Fra gli obiettivi del Tavolo rileva, inoltre, la definizione di un sistema di raccolta di dati finalizzato al monitoraggio dell'evoluzione del bullismo e del cyberbullismo e al controllo dei contenuti per la tutela dei minori, in collaborazione con la Polizia postale e le altre Forze dell'ordine (articolo 3, comma 2).

Nel periodo di riferimento della presente relazione, nell'ambito del Tavolo sono stati costituiti specifici gruppi di lavoro, con l'obiettivo di redigere le schede-azione di rispettiva competenza, nell'ambito delle macroaree individuate, ai fini della definizione del Piano di azione integrato.

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

Sempre in ambito scolastico, in attuazione della legge 220 del 14 novembre 2016, recante “Disciplina del cinema e dell'audiovisivo”, che all'articolo 27 comma 1 lettera i), prevede di sostenere, utilizzando le risorse del Fondo Cinema, il potenziamento delle competenze nel cinema, nelle tecniche e nei media di produzione e di diffusione delle immagini e dei suoni, nonché all'alfabetizzazione all'arte, alle tecniche e ai media di produzione e diffusione delle immagini, è attivo dal 2018 il Piano Nazionale Cinema e Immagini nella Scuola (CIPS) a cura del Ministero della Cultura (MIC). Il Piano, promosso in collaborazione con il MIM, si sviluppa principalmente attraverso bandi, che hanno l'obiettivo di finanziare progetti di educazione audiovisiva nelle scuole di ogni ordine e grado proposti sia da enti che da istituti scolastici. A garantire l'attuazione delle attività previste è il Protocollo d'Intesa⁹ firmato tra i due Ministeri promotori, recentemente firmato e rinnovato per altri tre anni. Gli obiettivi del Piano sono molteplici, con un focus sull'alfabetizzazione digitale e mediatica delle nuove generazioni per aiutare i giovani a navigare tra i quotidiani stimoli provenienti da immagini in movimento e soprattutto riconoscere le fake news. Inoltre, i progetti realizzati affrontano importanti tematiche sociali e attuali come bullismo, violenza di genere, inclusività, legalità, educazione ambientale e contrasto alla pirateria audiovisiva.

Nell'anno scolastico 2024/2025, corrispondente alla quinta edizione del Piano CIPS¹⁰, sono state assegnate risorse totali pari a 25,4 milioni di euro destinati a 400 progetti, corrispondenti al 32,7% delle 1.225 candidature pervenute. Nel dettaglio il bando per

⁹ Il Protocollo d'Intesa tra MiC e MIM è disponibile al link: <https://cinemaperlascuola.istruzione.it/wp-content/uploads/2025/08/Protocollo-intesa-rep.-7-MIN.ISTRUZIONE-e-MIN.-CULTURA-signed.pdf>

¹⁰ Il Piano Nazionale CIPS è disponibile al link: https://cinema.cultura.gov.it/wp-content/uploads/dlm_uploads/2025/01/PIANO-NAZIONALE-CIPS-2024_2025_-MIC-MIM_16_12.pdf

progetti di rilevanza nazionale, indirizzato a enti di comprovata esperienza e che coinvolgessero almeno 5 regioni, ha assegnato un contributo a 11 progetti su 13 per un totale di quasi 2,3 milioni di euro.

Il bando per iniziative di rilevanza territoriale, rivolto a enti che operino anche su un territorio più limitato ma peculiare, ha visto l'inoltro di 359 istanze di cui 96 progetti sono risultati beneficiarie di contributo per un ammontare di poco più di 8 milioni di euro.

Il bando rivolto agli istituti scolastici è a sua volta suddiviso in tre linee specifiche:

- CinemaScuola LAB – secondaria di I e II grado, con 142 progetti finanziati su 475 per risorse complessive pari a circa 6,5 milioni di euro;
- CinemaScuola LAB – infanzia e primaria, con 83 progetti finanziati su 119 per risorse complessive pari a circa 3,4 milioni di euro;
- Visioni Fuori-Luogo – secondaria di I e II grado, con 68 progetti finanziati su 259 per risorse complessive pari a circa 5,2 milioni di euro.

In totale il bando ha allocato circa 15,1 milioni di euro utili a finanziare un totale di 293 iniziative proposte e sviluppate da istituti scolastici.

Secondo i primi esiti del monitoraggio, da confermare una volta terminata l'analisi delle dichiarazioni a consuntivo dei progetti, nel complesso i progetti hanno raggiunto oltre 580.000 studenti e quasi 45 docenti di oltre 4.000 plessi situati in 1.150 comuni di tutta Italia, raggiungendo anche le aree più interne del Paese¹¹.

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

Come anticipato nei paragrafi 1 e 2 della presente Relazione, la Legge di Bilancio 2023 ha istituito, presso il MIMIT, un Fondo di durata triennale, con lo scopo di sostenere e promuovere progetti di alfabetizzazione mediatica e digitale e progetti educativi a tutela dei minori realizzati dai fornitori di servizi di media e dai fornitori di piattaforme di condivisione video. Il successivo decreto Ministeriale del 9 giugno 2023 ha fornito indicazioni sulle modalità di selezione e finanziamento di tali progetti che sono stati

¹¹ Oltre ai bandi nell'ambito del Piano CIPS vengono realizzate altre attività collaterali, come il piano di comunicazione destinato a far conoscere le opportunità proposte e il portale web cinemaperlascuola.istruzione.it, importante punto di riferimento nazionale sui temi di educazione all'immagine.

arricchiti dagli esiti dei lavori del Tavolo Tecnico istituito ai sensi dell'articolo 3, che ha individuato specifici criteri per l'adozione del bando.

In riferimento a ciò, si segnala che, con decreto del Direttore Generale della Direzione Generale per il Digitale e le Telecomunicazioni del 4 luglio 2024, è stato approvato l'*Avviso pubblico per la selezione, il finanziamento e la promozione di proposte progettuali di alfabetizzazione mediatica e digitale, di natura comunicativa e educativa, a favore dei minori*, successivamente modificato con analogo decreto del 1° agosto 2024. Al momento non risultano pubblicati gli esiti di tale bando.

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

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

Nel presente paragrafo vengono presentate le principali attività di coinvolgimento e sensibilizzazione in materia di alfabetizzazione mediatica e digitale promosse da istituzioni (paragrafo 4.1), dai Comitati Regionali per le Comunicazioni (paragrafo 4.2), e, infine, da associazioni, centri di ricerca e organizzazioni della società civile, ivi incluso l'EDMO hub italiano che è IDMO¹² (paragrafo 4.3), con particolare attenzione al periodo di riferimento della presente relazione di monitoraggio.

4.1. Il ruolo delle istituzioni.

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

Tra le iniziative svolte dal MIM, si segnala in prima istanza il progetto *Safer Internet Centre – Generazioni Connesse* coordinato dal Ministero con il partenariato di Autorità Garante per l'Infanzia e l'Adolescenza, Agenzia Nazionale Cybersicurezza, Presidenza del Consiglio - Dipartimento per la Famiglia, Garante per la protezione dei dati personali, Polizia di Stato, Università di Firenze e 'La Sapienza' di Roma, Save the Children Italia, Telefono Azzurro, la cooperativa EDI onlus, Skuola.net e l'Ente Autonomo Giffoni Experience. Il progetto è co-finanziato dalla Commissione Europea nell'ambito del programma *Digital Europe*, ed è membro di una rete promossa dalla Commissione Europea che si concretizza nella piattaforma online "*Better Internet for Kids*" gestita da

¹² Così come previsto dalla Comunicazione della Commissione Europea del 23 febbraio 2023.

European Schoolnet, in stretta collaborazione con INSAFE (network che raccoglie tutti i SIC europei) e *Inhope* (network che raccoglie tutte le *hotlines* europee). Il *Safer Internet Centre* (SIC) nasce per fornire informazioni, consigli e supporto a bambini, ragazzi, genitori, docenti ed educatori che hanno esperienze, anche problematiche, legate a Internet e per agevolare la segnalazione di materiale illegale online. Il SIC fornisce anche una *helpline* attraverso la linea di ascolto 1.96.96 e la chat di Telefono Azzurro, che accolgono qualsiasi richiesta di ascolto e di aiuto da parte di bambini/e ragazzi/e fino ai 18 anni o di adulti che intendono confrontarsi su situazioni di disagio/pericolo in cui si trova un minorenne. Tale servizio di *helpline* è riservato, gratuito e sicuro, dedicato ai giovani o ai loro familiari che possono chattare, inviare e-mail o parlare al telefono con professionisti qualificati relativamente a dubbi, domande o problemi legati all'uso delle nuove tecnologie digitali e alla sicurezza online¹³.

Il SIC è referente nazionale per le attività relative al *Safer Internet Day* (SID), un evento annuale, organizzato a livello internazionale con il supporto della Commissione Europea, tenutosi l'11 febbraio 2025¹⁴.

Nell'ambito delle attività del SIC, continua in particolare “Una Vita da Social”, una campagna educativa itinerante della Polizia Postale e delle Comunicazioni e del MIM, con il sostegno di Google, per la sensibilizzazione e prevenzione sui rischi e pericoli della Rete per i minori. Si tratta di un'iniziativa giunta, nell'anno scolastico 2024/25, alla XII edizione che tocca temi vicini agli adolescenti per diffondere la cultura della sicurezza online e una sempre maggiore consapevolezza nell'utilizzo degli strumenti che la rete mette a disposizione, affrontando anche le tematiche legate all'uso dei social network, del cyberbullismo e di ogni forma di discriminazione online.

Nel corso dell'anno scolastico 2024/2025, in attuazione del protocollo d'intesa sottoscritto tra IDMO e Direzione generale per i fondi strutturali per l'istruzione, l'edilizia scolastica e la scuola digitale, volto a promuovere la formazione delle studentesse e degli studenti sui temi della *media literacy*, del contrasto alle *fake news* e dell'intelligenza artificiale, sono stati realizzati sei incontri in modalità telematica, che hanno coinvolto istituzioni scolastiche provenienti da tutte le regioni italiane. Gli incontri hanno registrato la partecipazione di numerosi studenti, favorendo un ampio dibattito sui rischi della

¹³ <https://www.generazioniconnesse.it/site/it/safer-internet-centre/>

¹⁴ <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/news/safer-internet-day-2025>

disinformazione e sull'uso consapevole delle tecnologie digitali. L'iniziativa ha contribuito a rafforzare le competenze critiche e digitali dei partecipanti, promuovendo una maggiore consapevolezza nell'analisi delle fonti e nell'interazione con l'intelligenza artificiale (cfr. paragrafo 4.3).

4.1.b) Il Ministero della Cultura

Nel periodo di riferimento, il MIC ha organizzato la terza edizione delle Giornate Nazionali del Cinema per la Scuola, un appuntamento articolato in tre giorni di laboratori, masterclass e proiezioni rivolte a oltre 800 docenti provenienti da 18 regioni, che si è tenuto a Palermo a fine settembre 2025. L'iniziativa ha offerto ai partecipanti l'opportunità di approfondire metodologie e strumenti per la didattica dell'audiovisivo, favorendo al contempo il confronto professionale tra insegnanti e specialisti del settore. Inoltre, anche per l'anno scolastico 2024/2025 il Ministero della Cultura, insieme al Ministero dell'Istruzione e del Merito e alla Presidenza del Consiglio dei Ministri-Dipartimento per le pari opportunità, ha promosso il concorso dal titolo "Da uno sguardo: film di studentesse e studenti contro la violenza sulle donne"¹⁵. L'iniziativa, rivolta alle istituzioni scolastiche di I e II grado, ha promosso i valori del rispetto reciproco coinvolgendo studentesse e studenti nella realizzazione di prodotti audiovisivi, con l'obiettivo di sensibilizzare e contrastare la violenza maschile contro le donne.

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

Repubblica Digitale è l'iniziativa strategica nazionale promossa dal Dipartimento per la trasformazione digitale della Presidenza del Consiglio dei ministri a seguito del lancio, avvenuto a fine 2019, del Manifesto per la Repubblica Digitale, che prevede l'impegno di tutti gli aderenti (attori istituzionali e non) a promuovere azioni concrete, capaci di produrre risultati misurabili e quantificabili sulla base dei principi di Educazione al digitale, Cittadinanza digitale e Digitale etico, umano e non discriminatorio. Nel 2022, è stato inoltre avviato, nell'ambito del PNRR e del Piano Nazionale Complementare (PNC), un Fondo per la Repubblica Digitale, che si muove nell'ambito della Strategia Nazionale per le competenze digitali, e la cui elaborazione, attuazione ed evoluzione viene effettuata nel contesto di Repubblica Digitale. Il Fondo rappresenta una partnership

¹⁵ <https://cinema.cultura.gov.it/notizie/premiati-a-venezias-corti-vincitori-del-concorso-da-uno-sguardo-film-di-studentesse-e-studenti-sulla-violenza-contro-le-donne/>

tra pubblico e privato sociale e, per gli anni compresi tra il 2022 e il 2026, stanzierà in via sperimentale un totale di circa 350 milioni di euro grazie ai contributi dell'Associazione Fondazioni e Casse di Risparmio. Nel periodo di riferimento della presente relazione annuale, il Fondo per la Repubblica Digitale ha stanziato 5 milioni di euro per il bando *Dritti al Punto*, con l'obiettivo di sostenere progetti di formazione all'interno dei Punti Digitale Facile, integrando le attività già pianificate e realizzate nell'ambito della misura "Rete dei servizi di facilitazione digitale" del PNRR, al fine di migliorare le competenze digitali dei cittadini su tutto il territorio nazionale. Le attività prenderanno avvio entro la fine del 2025 e si concluderanno nel 2026¹⁶.

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

Nel periodo di riferimento della presente relazione annuale, il DIPOFAM ha realizzato la 5ª edizione della campagna di comunicazione istituzionale per la prevenzione e il contrasto del cyberbullismo, finalizzata a sensibilizzare e informare, specificamente, genitori, famiglie e adulti di riferimento sul fenomeno. La campagna, con il *claim* “*Contro il cyberbullismo insieme*”¹⁷ ha inteso veicolare un messaggio positivo finalizzato a sensibilizzare e informare gli adulti sul tema del cyberbullismo giovanile, attraverso la promozione dei principali strumenti atti a fronteggiarlo. È stato coinvolto come *testimonial* l'attore Giorgio Pasotti, così da creare una vicinanza emotiva con il target primario di riferimento e mostrare le forme di sostegno e di aiuto che le istituzioni nazionali forniscono a riguardo. La campagna, lanciata a novembre 2024, è stata divulgata sui canali radiotelevisivi RAI e sui più diffusi *social media*.

La *call to action* finale dello spot rimanda, inoltre, alla Guida per genitori e adulti di riferimento, “*Luci e ombre di una generazione interconnessa. Cyberbullismo: impara a conoscerlo*”, realizzata dal DIPOFAM e già pubblicata sul proprio sito *internet* istituzionale in occasione della celebrazione del *Safer Internet Day* 2024. La Guida è uno strumento informativo utile per le famiglie al fine di comprendere il fenomeno e potersi orientare circa le conseguenze a danno dei loro figli, offrendo un'informazione accessibile del quadro normativo in materia di contrasto al cyberbullismo.

¹⁶ <https://www.fondorepubblicadigitale.it/bandi/bando-dritti-al-punto/>

¹⁷ Lo spot è disponibile al link: <https://www.youtube.com/watch?v=W26q0tljiuQ&t=7s>

La Guida è stata aggiornata nel 2025, alla luce delle modifiche introdotte dalla legge n. 70 del 2024, estendendone il perimetro anche al fenomeno del bullismo. La Guida, dal titolo “*Rompere il silenzio, vincere la paura*”, è stata resa disponibile ai partecipanti alla Conferenza nazionale sull’infanzia e sull’adolescenza, che si è svolta a Roma nelle giornate del 2 e 3 ottobre 2025 e, successivamente, pubblicata sul sito *internet* istituzionale del DIPOFAM, il 6 novembre 2025.

Con riferimento invece al *parental control*, il DIPOFAM ha pubblicato sul proprio sito *internet* istituzionale, il 12 giugno 2025, un *set* informativo¹⁸, strutturato come guida di agevole lettura per accompagnare i genitori e gli adulti di riferimento nell’individuazione e comprensione dei principali pericoli presenti in Rete, così da facilitare l’attivazione dei sistemi di controllo parentale.

Il 29 luglio 2025, il DIPOFAM ha inoltre lanciato la prima campagna di comunicazione istituzionale di informazione sul bullismo e cyberbullismo, prevista dalla legge n. 71 del 2017, come modificata dalla legge n. 70 del 2024. L’obiettivo è sensibilizzare giovani e adulti sul bullismo e il cyberbullismo, ponendo l’accento sulle conseguenze fisiche, emotive, relazionali e sociali che tali azioni possono causare¹⁹. La campagna si prefigge di far riflettere, sia i ragazzi che gli adulti, sul fatto che dietro a ogni “scherzo”, a ogni contenuto virale, ci possono essere ferite vere. “*Ferma il bullismo e il cyberbullismo prima che sia troppo tardi*” è il *claim* della campagna, che dà voce non solo a chi subisce il bullismo e cyberbullismo, ma anche al disagio, spesso nascosto, di chi mette in atto tali comportamenti. Nello spot²⁰, realizzato con immagini animate, il cuore batte fuori dal petto del ragazzo preso di mira, una metafora visiva rappresentante la sua vulnerabilità, la sua bontà, la sua umanità a nudo davanti agli occhi crudeli dei coetanei. Ogni like, ogni commento derisorio sui *social* lascia una crepa reale sul cuore del ragazzo, mostrando come il dolore *online* abbia effetti tangibili sulla salute emotiva. La svolta narrativa arriva nel punto di vista del bullo. Anche lui cambia: da figura dominante a persona incompleta, “vuota dentro”. Il buco al posto del cuore rappresenta l’assenza di empatia, il vuoto che si apre quando si agisce con cattiveria gratuita. La campagna è stata diffusa sui canali RAI nei mesi di luglio-settembre 2025.

¹⁸ https://famiglia.governo.it/media/cikfhy2s/set-informativo_parental-control_dipofam_giugno-2025.pdf

¹⁹ <https://www.famiglia.governo.it/it/politiche-e-attivita/comunicazione/campagne-di-comunicazione-istituzionale/i-campagna-di-comunicazione-per-la-prevenzione-ed-il-contrasto-del-fenomeno-del-bullismo-e-del-cyberbullismo/>

²⁰ Lo spot è disponibile al link: <https://www.youtube.com/watch?v=39CjdkhrVug>

Con riferimento, invece, alle azioni mirate alla prevenzione e al contrasto della violenza sui minorenni e delle diverse forme di abuso sessuale a loro danno, avviate dal Dipartimento, si segnala la redazione della Relazione che il Presidente del Consiglio dei Ministri presenta annualmente al Parlamento (ai sensi dell'articolo 17 della legge 3 agosto 1998, n. 269): il documento contiene le informazioni sulle azioni svolte da tutte le pubbliche amministrazioni relative a prevenzione, assistenza e tutela delle persone di minore età dallo sfruttamento e dall'abuso sessuale. Le Relazioni annuali sono pubblicate anche sul sito *internet* istituzionale del DIPOFAM.

In tale ambito, peraltro, il Dipartimento presiede l'Osservatorio per il contrasto della pedofilia e della pornografia minorile, istituito presso la Presidenza del Consiglio dei ministri nel 2006, con il principale compito di acquisire e monitorare i dati e le informazioni relativi alle attività svolte da tutte le pubbliche amministrazioni in materia di prevenzione e repressione del fenomeno dell'abuso e dello sfruttamento sessuale di bambini e ragazzi. L'Osservatorio, la cui composizione ha durata triennale, è stato ricostituito a giugno 2024 e ha lavorato alacremente per la predisposizione del Piano nazionale di prevenzione e contrasto dell'abuso e dello sfruttamento sessuale dei minori 2025-2027, approvato dall'organismo stesso il 16 settembre 2025²¹. Il Piano prevede, tra l'altro: iniziative focalizzate sulla creazione, insieme alle famiglie, di una rete di protezione per garantire il benessere di bambini e adolescenti in un'ottica preventiva, anche con specifico riferimento agli effetti e ai rischi del *gaming online* e dell'utilizzo dei relativi sistemi di messaggistica istantanea (azione 3); la promozione della salute digitale dei minorenni attraverso uno studio sui rischi dell'accesso alla Rete, anche con riferimento agli effetti e ai rischi dell'utilizzo del *gaming online* e alla diffusione di sistemi di intelligenza artificiale, che possono permettere l'interazione con adulti malintenzionati (azione 5); la promozione di patti educativi digitali territoriali, anche ai fini della prevenzione e del contrasto dei rischi di abuso e violenza sui minorenni (azione 6). Il Piano nazionale, in generale, valorizza il ruolo dei Centri per la famiglia e riconosce l'importanza cruciale dell'educazione digitale - sia delle persone di minore età, sia delle famiglie e degli adulti di riferimento - dell'utilizzo dello strumento del *parental control*, nonché della formazione degli operatori che lavorano a contatto con i minorenni.

²¹ https://famiglia.governo.it/media/lrgb2rej/piano_contrasto_pedofilia_06_web.pdf

Si evidenzia che il Piano nazionale di prevenzione e contrasto dell'abuso e dello sfruttamento sessuale dei minori 2025-2027 è parte integrante del 6° Piano nazionale di azioni e di interventi per la tutela dei diritti e lo sviluppo dei soggetti in età evolutiva 2025-2027²², approvato con D.P.R. 29 luglio 2025, che prevede specifiche azioni sull'educazione digitale (azione 3) e sui fenomeni emergenti come *sexting*, *morphing*, *doxing* e *sharenting* (azione 9) e valorizza il ruolo dei Centri per la famiglia.

Con riferimento ai Centri per la Famiglia, si richiama l'Avviso "*Insieme si vince*", pubblicato sul sito *internet* del Dipartimento in data 20 febbraio 2025, con cui è stato destinato un finanziamento complessivo di euro 6.200.000,00 con la finalità di prevenire e contrastare ogni forma di abuso e sfruttamento sessuale perpetrata, anche *online*, a danno dei minorenni, fornendo adeguato supporto alle persone di minore età e alle loro famiglie in situazioni di disagio e fragilità. L'Avviso è rivolto ai Centri per la famiglia a titolarità pubblica, per il tramite dei Comuni da cui dipendono, e ha l'obiettivo di finanziare progetti dei Centri a favore delle persone di minore età, vittime o potenziali vittime di violenza sessuale, delle loro famiglie e degli adulti di riferimento. In particolare, su questi temi, i Centri per la famiglia organizzeranno, ad esempio: iniziative di informazione e sensibilizzazione; servizi di ascolto per genitori e famiglie di minorenni vittime o a rischio di abuso; percorsi di educazione digitale per minorenni, genitori e adulti di riferimento.

Rileva, altresì, l'Avviso per l'acquisizione di manifestazioni d'interesse da parte delle regioni a partecipare all'iniziativa sperimentale sul "Rafforzamento della rete dei Centri per la famiglia", pubblicato sul sito *internet* del Dipartimento in data 8 agosto 2025, con cui è stato destinato un finanziamento complessivo di euro 55.000.000,00, finalizzato al potenziamento dell'offerta di servizi da parte dei Centri esistenti e all'attivazione di nuovi Centri.

In un più ampio panorama programmatico, assume particolare valenza il Piano nazionale per la famiglia 2025-2027, adottato il 27 marzo 2025 dall'Osservatorio nazionale sulla famiglia, istituito presso il DIPOFAM. L'obiettivo del Piano per la famiglia è adottare una visione plurale del welfare familiare e promuovere il principio di sussidiarietà, ascoltando i bisogni delle famiglie e valorizzando le iniziative virtuose già presenti sul territorio. In

²² <https://www.famiglia.governo.it/media/115h4ozl/6-piano-nazionale-infanzia-ed-adolescenza.pdf>

questa prospettiva, il Centro per la famiglia assume un ruolo centrale, diventando il centro gestionale e operativo di tutti gli interventi volti a promuovere il benessere familiare.

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

Nell'ambito delle proprie competenze in materia di cyberbullismo²³ e *revenge porn*²⁴, il Garante per la Protezione dei dati Personali (GPDP) promuove delle pagine informative su queste tematiche per favorire l'invio di segnalazioni da parte degli utenti e condividere materiali e schede informative.

Il GPDP, nel corso del periodo preso a riferimento, si è inoltre attivato in vario modo al fine di informare l'utenza anche attraverso il coinvolgimento diretto di alcune categorie, il cui ruolo appare essenziale per un'azione efficace.

In tale contesto si colloca la campagna “La sua *privacy* vale più di un *like*”, promossa nel gennaio 2025, volta a sensibilizzare l'opinione pubblica sui rischi connessi alla diffusione online di immagini e video dei propri figli, fenomeno noto come *sharenting*. Tale comportamento, come sottolineato dal Garante, può comportare rischi significativi per la formazione dell'identità digitale del bambino e per la costruzione autonoma della sua personalità. La campagna si inserisce nelle attività di comunicazione istituzionale promosse dall'Autorità per favorire un approccio più consapevole e prudente alla condivisione di contenuti personali²⁵. Lo spot, trasmesso sulle reti radio-televisive della Rai e diffuso attraverso i canali *social* ufficiali del Garante, adotta un linguaggio divulgativo ma incisivo, capace di coniugare ironia e riflessione critica. Protagonista del video è un professore, interpretato dall'attore Luca Angeletti, che, rivolgendosi a una classe di genitori, li invita a riflettere sulle conseguenze dell'eccessiva esposizione dei figli nel mondo digitale. Viene sottolineato, in particolare, che ciò che viene pubblicato sui social o condiviso in chat può essere facilmente catturato, diffuso o riutilizzato da terzi per scopi impropri o illeciti. Il *claim* della campagna, “La sua *privacy* vale molto più di un *like*” invita i genitori a riflettere sulla necessità di proteggere la riservatezza e la dignità dei propri figli prima di condividere qualsiasi contenuto che li riguardi²⁶.

Inoltre, nel periodo di riferimento della presente relazione il Garante ha lanciato il podcast istituzionale “A proposito di *privacy*”, un nuovo strumento di informazione e

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

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

²⁵ <https://www.garanteprivacy.it/home/docweb/-/docweb-display/docweb/10092418>

²⁶ Lo spot è disponibile al link: <https://www.youtube.com/watch?v=JvbfKBOJd80>

approfondimento volto a sensibilizzare cittadini, imprese e istituzioni sul valore dei dati personali e sulla loro tutela²⁷. Ogni puntata affronta temi centrali dell'attualità digitale – della *cybersecurity* all'intelligenza artificiale, dall'oblio oncologico ai diritti dei minori online – con un linguaggio accessibile e divulgativo, per avvicinare anche i non addetti ai lavori alle attività e alle raccomandazioni dell'Autorità. Il podcast dell'Autorità sarà disponibile sul sito istituzionale e sulle maggiori piattaforme online dedicate²⁸.

Nel periodo di riferimento è stato siglato un protocollo d'intesa tra l'Arma dei Carabinieri e il GDPR, con l'obiettivo di rafforzare la collaborazione istituzionale attraverso iniziative formative e operative rivolte sia ai giovani che al personale specializzato. L'accordo prevede la promozione di un uso consapevole del web, con particolare attenzione ai fenomeni di cyberbullismo e *revenge porn*, nonché la diffusione di materiale informativi elaborati dal Garante per accrescere la consapevolezza sui diritti delle vittime. La sinergia tra le due Istituzioni mira a favorire la cultura della protezione dei dati e della sicurezza digitale, promuovendo un approccio condiviso e sostenibile alle sfide poste dalla digitalizzazione²⁹.

4.1.f) INDIRE

L'Istituto Nazionale di Documentazione, Innovazione e Ricerca Educativa (**INDIRE**) è un ente di ricerca autonomo sottoposto alla vigilanza del MIM e del MUR, e si occupa principalmente di ricerca educativa, con particolare riferimento all'utilizzo delle nuove tecnologie nei percorsi formativi, e formazione del personale scolastico.

Nell'ambito delle specifiche azioni dedicate all'istruzione degli adulti e all'apprendimento permanente, INDIRE ha proseguito l'iniziativa “Adulti Digitali. Percorsi di formazione per il lavoro”, che si pone l'obiettivo di promuovere lo sviluppo e il potenziamento delle competenze digitali tra gli adulti che necessitano di reinserimento sociale e lavorativo, con una seconda edizione. Nel periodo di riferimento della presente relazione annuale, i percorsi formativi Base e *Digital Marketing* sono stati curati dai Centri Provinciali per l'Istruzione degli Adulti (CPIA) della Campania e della Puglia, mentre il percorso *Audiovisual Specialist* è stato realizzato dal Dipartimento di Scienze Sociali dell'Università di Napoli Federico II presso l'Audiovisual Napoli Hub.

²⁷ <https://www.garanteprivacy.it/home/docweb/-/docweb-display/docweb/10092418> <https://www.garanteprivacy.it/web/guest/home/docweb/-/docweb-display/docweb/10118738>

²⁸ <https://www.garanteprivacy.it/podcast>

²⁹ <https://www.garanteprivacy.it/web/guest/home/docweb/-/docweb-display/docweb/10123807>

L'iniziativa, selezionata e sostenuta dal Fondo per la Repubblica Digitale – Impresa sociale, è coordinata da INDIRE in partenariato con il Dipartimento di Scienze Sociali dell'Università Federico II di Napoli e con il CPIA BAT “Gino Strada”. Alla rete di supporto partecipano inoltre la RIDAP – Rete Italiana Istruzione degli Adulti, la Rete di scopo ICT IdA e la RETAP – Rete Territoriale per l'Apprendimento Permanente della Campania. Nel periodo in esame, l'iniziativa ha previsto in particolare la realizzazione di tre tipologie di percorsi formativi gratuiti sulle competenze digitali, in Campania e in Puglia, rivolti a donne e uomini ai margini del mercato del lavoro, disoccupate/i o inattive/i, di età compresa tra i 34 e i 50 anni, con l'obiettivo di favorirne la riqualificazione professionale e migliorare le prospettive occupazionali. I percorsi formativi attivati sono: 1) il corso di alfabetizzazione digitale (EIPASS 7 Moduli User); 2) il corso specialistico in *Digital Marketing*; 3) il corso specialistico per *Audiovisual Specialist*. Le attività si svolgono in modalità *blended*, combinando lezioni in presenza e online, sia sincrone che asincrone, in modo da garantire la massima flessibilità e inclusività rispetto alle esigenze del target adulto.

Nel periodo di riferimento della presente relazione annuale è proseguito, inoltre, il progetto “*New literacies per lo sviluppo della cittadinanza e processi inclusivi*”, tramite l'azione di progetto “*Personalizzare e includere con il dBook*”, coinvolgendo 15 scuole, 98 docenti, 343 studenti sul territorio nazionale. Il progetto si fonda sulla funzione del dBook come strumento attraverso cui superare alcuni dei problemi didattico-educativi legati alla scarsa connettività, alla possibilità di utilizzare software didattici all'interno di una rete protetta, alla necessità di accrescere la competenza digitale degli studenti in termini di sicurezza e utilizzo responsabile delle tecnologie. Il progetto si propone, infine, di valutare se l'utilizzo del piccolo web server dBook, attraverso i software in esso implementati sulla base della ricognizione dei bisogni rilevati tra i docenti partecipanti ai precedenti cicli della sperimentazione, possa incidere positivamente sui processi di personalizzazione educativa e sul potenziamento della competenza e del benessere digitale degli alunni.

In qualità di gestore dell'Unità eTwinning Italia (Agenzia Erasmus+), INDIRE ha svolto, inoltre, numerose attività a supporto della media literacy sostenendo pratiche educative basate su un uso critico, sicuro e collaborativo degli ambienti digitali. I progetti didattici online realizzati dai docenti con le loro classi offrono un contesto strutturato di

collaborazione transnazionale in cui studenti e insegnanti producono contenuti e interagiscono in modo consapevole in una piattaforma protetta, sviluppando competenze di fruizione responsabile dell'informazione digitale, eSafety e cittadinanza online. Nel periodo di riferimento, sono stati realizzati oltre 3.000 progetti, coinvolgendo circa 4.000 docenti e una stima di 60.000 studenti; oltre un quarto dei docenti ha ottenuto il Certificato di Qualità, che attesta il rispetto di criteri europei anche nell'uso pedagogico dei media digitali. Parallelamente, eTwinning ha erogato attività formative dedicate alla progettazione didattica, comprendenti *media literacy*, competenze digitali, sicurezza online e analisi critica dei contenuti. Le suddette attività formative hanno coinvolto oltre 10.000 docenti di tutti i livelli scolastici e circa 2.000 studenti dei percorsi universitari abilitanti. Oltre agli eventi regionali, si segnalano i webinar nazionali realizzati con Generazioni Connesse e Lie Detectors su intelligenza artificiale, benessere digitale e disinformazione, che hanno coinvolto circa 2.000 partecipanti. Queste iniziative, basate su approcci partecipativi, contribuiscono alla diffusione di pratiche educative consapevoli nell'ecosistema digitale scolastico.

4.1.g) INVALSI

L'INVALSI è l'Ente di ricerca dotato di personalità giuridica di diritto pubblico che ha raccolto, in un lungo e costante processo di trasformazione, l'eredità del Centro Europeo dell'Educazione (CEDE) istituito nei primi anni Settanta del secolo scorso. L'Istituto svolge verifiche periodiche sulle conoscenze e competenze degli studenti e sulla qualità dell'offerta formativa, gestendo il Sistema Nazionale di Valutazione (SNV), analizza le cause della dispersione scolastica con prove standardizzate su territorio nazionale, per valutare il valore aggiunto delle scuole e fornire supporto e formazione alle istituzioni scolastiche. Inoltre, assicura la partecipazione italiana a progetti di ricerca europea e internazionale in campo valutativo, rappresentando il Paese negli organismi competenti. Nel periodo di riferimento della presente relazione, la rilevazione INVALSI 2025, svolta in conformità alla normativa vigente, ha coinvolto l'intera popolazione scolastica dei gradi previsti: le classi II e V della scuola primaria, le classi III della scuola secondaria di secondo grado. Le prove, somministrate in modalità CBT (Computer-Based Test) per la scuola secondaria e in formato cartaceo per la primaria, hanno riguardato le discipline di italiano e matematica per tutti i gradi. Gli studenti e le studentesse dell'ultimo anno della scuola primaria, della secondaria di primo e secondo grado hanno inoltre sostenuto due

prove di inglese – *reading* e *listening* – volte a misurare le competenze di comprensione scritta e orale.

Per la prima volta, nel 2025 è stata introdotta anche la prova sulle Competenze Digitali, somministrata in via sperimentale alle classi campione del secondo anno della scuola secondaria di secondo grado, in coerenza con il framework europeo DigComp 2.2.. Tale innovazione rappresenta un passo importante verso l'integrazione della cittadinanza digitale tra le competenze chiave per l'apprendimento permanente.

4.2. Le iniziative dei Comitati Regionali per le Comunicazioni.

Di seguito si propone una ricognizione delle iniziative in materia di alfabetizzazione mediatica e digitale avviate e concluse dai Co.re.com nel periodo incluso dal 1° novembre 2024 al 31 ottobre 2025. Sono state utilizzate una specifica tipologia di iniziative e specifiche categorie tematiche di riferimento, già sperimentate nell'ambito del monitoraggio delle iniziative di alfabetizzazione mediatica e digitale condotte da operatori di mercato (si veda paragrafo successivo), al fine di una più corretta sistematizzazione delle iniziative condotte dai Co.re.com. e di una maggior coerenza nelle attività di monitoraggio.

Dalla suddetta ricognizione delle iniziative in materia di alfabetizzazione mediatica e digitale, sono state reperite informazioni, tramite canali ufficiali dei Co.re.com. e altre fonti (in particolare rassegna stampa, anche web, dell'Autorità), relative a un numero totale di 50 attività (in linea con l'annualità precedente), avviate e concluse dai Co.re.com nel periodo incluso tra i 1° novembre 2024 e il 31 ottobre 2025.

Le iniziative condotte dai Co.re.com in materia di alfabetizzazione mediatica e digitale risultano, dall'analisi condotta e riportate qui in forma tabellare, concentrate prevalentemente su specifiche categorie di riferimento (cfr. Tabella 1). Dall'analisi si evidenzia, in particolare, come risultino prevalenti le attività di alfabetizzazione mediatica e digitale condotte in contesti scolastici (23), seguite da attività formative (16), in aumento rispetto ad anni precedenti, e che hanno raggiunto un pubblico ampio e trasversale di cittadini, e, fra le altre, dalle partnership con istituzioni o terzi (4).

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

	Campagne di comunicazione e sensibilizzazione	Partnership con istituzioni o terzi	Attività formative	Iniziative in contesti scolastici	Studi e ricerche sulle competenze digitali e mediatiche	Altro	
Abruzzo				1			1
Basilicata				2			2
Bolzano				1			1
Calabria		1	2	1		2	6
Campania			2	1			3
Emilia-Romagna							0
Friuli-Venezia Giulia			1				1
Lazio							0
Liguria			1				1
Lombardia		1	1	1	1		4
Marche				2			2
Molise		1	3	3			7
Piemonte			2	2			4
Puglia	1			1			2
Sardegna						1	1
Sicilia				1			1
Toscana				1			1
Trento							0
Umbria				1			1
Valle D'Aosta			2	2			4
Veneto	2	1	2	3			8
	3	4	16	23	1	3	50

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

	Information & news literacy	Sicurezza in rete	Cyberbullismo e/o revenge porn	Tutela della web reputation	Cittadinanza digitale	Alfabetizzazione ai linguaggi medial	Disinformazione	Hate speech	Competenze digitali	Altro	
Abruzzo					1						1
Basilicata		1			1						2
Bolzano								1			1
Calabria			1		2	1				2	6
Campania		1	1								2
Emilia-Romagna						1					1
Friuli-Venezia Giulia	1										1
Lazio											0
Liguria						1					1
Lombardia		2	1		1						4
Marche			1		1						2
Molise	1	1	2		1	2					7
Piemonte			1		2	1					4
Puglia		1			1					1	2
Sardegna											1
Sicilia					1						1
Toscana					1						1
Trento											0
Umbria					1						1
Valle D'Aosta					2	1				1	4
Veneto		3				4		1			8
	2	9	7	0	15	11	0	2	0	4	50

Con particolare riguardo, invece, alle tematiche di riferimento (tabella 2), si evince in particolare come le attività di alfabetizzazione mediatica e digitale condotte dai Co.re.com. si siano orientate principalmente, anche a seguito dell'approvazione dell'Atto di indirizzo di cui alla delibera n. 177/24/CONS dell'Autorità (cfr. paragrafo 2.a), verso i più ampi temi della cittadinanza digitale (15), che ha parzialmente ricompreso anche iniziative in materia di disinformazione, *information & news literacy* ed *hate speech*, e dell'alfabetizzazione ai linguaggi mediali (11). Resta di particolare rilievo per i Co.re.com. la tematica della sicurezza in rete (9 iniziative), seguita dal tema ormai consolidato del cyberbullismo/*revenge porn* (7) e dalla generica categoria Altro (4).

Volgendo ad un'analisi specifica delle attività riferibili ai singoli Comitati Regionali per le Comunicazioni, si evidenzia una specifica attenzione di alcuni Co.re.com. (in particolare, Molise, Piemonte, Calabria, Campania, Valle d'Aosta e Veneto) alle iniziative in contesti scolastici e alle attività formative, nonché una predilezione di alcuni Comitati (Veneto e Molise) per i temi dell'alfabetizzazione ai linguaggi mediali, e di altri (ancora Veneto e Lombardia) per la sicurezza in rete. Va evidenziato ad ogni modo che alcuni Comitati, pur svolgendo un numero minore di iniziative, abbiano sviluppato attività di *media education* in proprio, anche attraverso la partecipazione di personale interno opportunamente formato, ricorrendo a incontri in presenza piuttosto che ad appuntamenti prevalentemente *online*.

In particolare, nell'anno scolastico 2024/25 si segnala l'avvio di percorsi formativi di cittadinanza digitale rivolti alle scuole secondarie e finalizzati al riconoscimento dell'attestato di cd. Patentino Digitale agli studenti, patrocinati dall'Autorità ai sensi del summenzionato Atto di indirizzo, da parte di otto Comitati Regionali per le Comunicazioni: Basilicata, Lombardia, Marche, Molise, Piemonte, Puglia, Sicilia, Toscana.

Tabella 3. Studenti dei percorsi formativi di cittadinanza digitale per Regione e ciclo scolastico

Regione	Ciclo Scolastico		TOTALE
	Scuola Secondaria di I grado	Scuola Secondaria di II grado	
Sicilia		61	61
Basilicata	454		454
Lombardia	1.540	1.208	2.748
Molise	78	27	105
Toscana	1.031		1.031
Puglia	167	12	179
Piemonte	240	41	281
Marche	611	439	1.050
	4.121	1.788	5.909

Come risulta evidente dalla tabella 3, i suddetti percorsi formativi, che seguono le indicazioni formali e contenutistiche contenute nell'Atto di indirizzo dell'Autorità (cfr. paragrafo 2.a), hanno raggiunto circa 6.000 studenti, concentrati, per di più di due terzi, tra gli studenti della scuola secondaria di primo grado, raggiunti da tutti i Comitati tranne che da quello siciliano, che ha optato per un percorso specifico, svolto in maniera autonoma, per i licei TRED (transizione ecologica e digitale). Gli altri Comitati si sono invece avvalsi della collaborazione di soggetti terzi quali l'Istituto degli Innocenti, la Fondazione Articolo 49 e l'Associazione Red. I Comitati della Basilicata e della Toscana hanno concentrato la loro attenzione sugli studenti della scuola secondaria di primo grado, mentre i Comitati della Lombardia e delle Marche hanno diviso più o meno equamente i loro sforzi su entrambi i cicli di scuola secondaria. I Comitati Regionali per le Comunicazioni di Molise, Puglia e Piemonte hanno raggiunto, in modalità differenti, gli studenti di entrambi i cicli interessati.

In conclusione, dall'analisi dell'insieme delle attività di alfabetizzazione mediatica e digitale condotte dai Comitati Regionali per le Comunicazioni, risulta evidente un ulteriore sforzo di armonizzazione rispetto a quanto riscontrato nelle precedenti attività di monitoraggio poste in essere dall'Autorità. Si denota, in particolare, anche alla luce dell'Atto di indirizzo di cui alla summenzionata delibera n. 177/24/CONS, una forte attenzione e una concentrazione di impegno istituzionale e amministrativo sui percorsi formativi di cittadinanza digitale in ambito scolastico, che, ancor più alla luce del Protocollo di intesa avviato da Autorità e Ministero dell'Istruzione e del Merito (cfr. paragrafo 2.a), e del loro inserimento nel curriculum obbligatorio di educazione civica, potranno segnare l'ingresso nella scuola dell'obbligo italiana dell'alfabetizzazione

mediatica e digitale, quale strumento di crescita della dimensione civica degli individui e della capacità dei cittadini di vivere a partecipare a pieno alla vita democratica.

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

Istituto degli Innocenti è un'istituzione pubblica italiana che opera dal 1445 dedicandosi all'accoglienza dei bambini, alla loro educazione e tutela. Svolge, inoltre, attività di documentazione, ricerca e formazione per la promozione dei diritti dell'infanzia e dell'adolescenza. Collabora con il Governo italiano, l'Autorità Garante nazionale per l'infanzia e l'adolescenza, la Regione Toscana, il Comune di Firenze, con UNICEF ed altri enti pubblici e privati di livello locale, regionale, nazionale e internazionale. L'Istituto degli Innocenti, attraverso accordi annuali con Co.re.com. Toscana, cura gli aspetti progettuali e operativi del progetto "Patentino Digitale – Per un uso consapevole del web e dei social", patrocinato dall'Autorità per le Garanzie delle Comunicazione ai sensi della delibera n. 177/24/CONS (cfr. paragrafo 4.2).

Nel periodo di riferimento, l'Istituto degli Innocenti ha fornito supporto tecnico-scientifico al Dipartimento per le Politiche della famiglia della Presidenza del Consiglio dei ministri nello svolgimento delle funzioni già proprie del Centro nazionale di documentazione e di analisi per l'infanzia e l'adolescenza di cui all'art. 3, comma2, del D.P.R. 14 maggio 2007, n. 103, ed è stato impegnato in diverse attività di documentazione, ricerca e analisi per promuovere l'educazione digitale e per prevenire e contrastare le problematiche legate all'esposizione dei minorenni ai rischi derivanti da un uso scorretto o da un abuso delle tecnologie digitali.

Innanzitutto, l'Istituto degli Innocenti ha contribuito ai lavori dell'Osservatorio nazionale per l'infanzia e l'adolescenza per la realizzazione del *6° Piano nazionale di azione e di interventi per la tutela dei diritti e lo sviluppo dei soggetti in età evolutiva*, adottato con decreto del Presidente della Repubblica il 29 luglio 2025. Analogo lavoro di supporto tecnico-scientifico è stato garantito anche all'Osservatorio nazionale per il contrasto della pedofilia e della pornografia minorile per la definizione del *Piano nazionale di contrasto alla pedofilia e alla pornografia minorile*, approvato il 16 settembre 2025, in cui sono state previste azioni per lo sviluppo di percorsi educativi, patti digitali territoriali e di campagne informative sui rischi connessi al mondo digitale.

In secondo luogo, l'Istituto degli Innocenti ha supportato il Dipartimento nella progettazione, realizzazione e diffusione delle campagne annuali di comunicazione volte

all'informazione e alla sensibilizzazione di bambini e ragazzi, delle loro famiglie e delle comunità educanti su bullismo e cyberbullismo, e sugli strumenti di *parental control*, nonché nella realizzazione della Guida *Rompere il silenzio, vincere la paura* e del *Set informativo sul parental control* (cfr. paragrafo 4.1.d).

L'Istituto, inoltre, fornisce il proprio supporto tecnico-scientifico e organizzativo al Dipartimento nello svolgimento dei lavori nell'ambito del *Tavolo tecnico per il contrasto al bullismo e al cyberbullismo* (cfr. paragrafo 2.c).

Infine, l'Istituto degli Innocenti, nell'ambito delle numerose attività di promozione e diffusione di contenuti di interesse per i diritti dell'infanzia e dell'adolescenza, realizza - per il Centro nazionale di documentazione e analisi e per il Centro regionale di documentazione per l'infanzia e l'adolescenza della Regione Toscana - le due Rassegne, nazionale e regionale, per l'infanzia e l'adolescenza. Nel 2025, sul tema in oggetto, sono stati prodotti i seguenti contributi:

- “*La promozione del loro benessere sociale, spirituale e morale dei minorenni nei mass media ai sensi dell'art. 17 della Convenzione*” (in Rassegna nazionale n. 3/2025);
- “*Minorenni e intelligenza artificiale in Europa*” (in Rassegna nazionale n. 4/2025).

Italian Digital Media Observatory (IDMO) è uno dei 14 *hub* dell'European Digital Media Observatory (EDMO), nato su impulso della Commissione europea per costituire un punto di riferimento per l'analisi ed il contrasto alla disinformazione. L'Osservatorio studia e analizza l'impatto della disinformazione sulle società e diffonde pratiche positive nell'uso dei media digitali attraverso ricerche, iniziative di *media literacy* e progetto di *fact-checking*. L'hub italiano IDMO attualmente è composto dall'Università Luiss Guido Carli, attraverso il Luiss Data Lab, RAI, TIM, ANSA, T6 Ecosystems, NewsGuard, Pagella Politica e CY4GATE³⁰.

Tra le altre attività di IDMO si segnalano nel periodo di riferimento i report mensili³¹ sulla disinformazione in Italia e la newsletter settimanale *IDMO – Intelligence Digest*³² dedicata ad approfondimenti e notizie sulla sicurezza digitale, nonché sui principali trend di disinformazione.

Per quanto concerne il contributo di RAI per IDMO, si segnala la prosecuzione della campagna “Uniti contro la disinformazione”: La produzione RAI si compone di cinque

³⁰ www.idmo.it

³¹ <https://www.idmo.it/category/report-mensili/>

³² <https://www.idmo.it/2024/04/24/intelligence-digest-idmo-newsletter/>

serie di 10 brevi filmati (pillole) sul tema delle *fake news*. Nel corso del 2025 sono andate in onda la quarta stagione a partire dal 30 aprile e la quinta stagione a partire dal 29 ottobre. Tutte e cinque le serie di pillole sono andate in onda su tutte le reti RAI e su RaiPlay e sono disponibili online³³.

Inoltre, lunedì 17 marzo 2025, ha preso ufficialmente il via la campagna di sensibilizzazione per il contrasto alla disinformazione, promossa da Repubblica Digitale in collaborazione con IDMO. L'iniziativa pone particolare attenzione al ruolo che l'acquisizione di competenze digitali svolge nel formare cittadini consapevoli, capaci di identificare i giusti canali informativi e di riconoscere potenziali minacce in questo campo³⁴.

Nel periodo di riferimento si segnala anche il Protocollo di Intesa con il MIM (cfr. paragrafo 4.1.a), con l'istituzione di un tavolo di lavoro congiunto per la sensibilizzazione alla *media literacy*. Il Coordinamento del tavolo per il Ministero è assicurato dalla Direzione Generale per l'edilizia scolastica, le risorse e il supporto alle istituzioni scolastiche e per IDMO da Rai Ufficio Studi. Il Protocollo prevede:

- un piano biennale di incontri online (6 incontri annuali), con il coinvolgimento dei partner IDMO, destinato, nella fase sperimentale, ad un numero limitato di scuole secondarie di secondo grado per la sensibilizzazione e formazione in materia di *Digital Media Literacy*;
- una riflessione istituzionale per promuovere l'introduzione di un *Media Educator* nelle scuole secondarie di secondo grado volto ad accrescere le competenze digitali dei docenti e la consapevolezza dei rischi legati alla disinformazione;
- il monitoraggio delle azioni previste dal Protocollo³⁵.

Il 10 luglio 2025 il Capo dell'Ufficio del Sistema della Formazione Italiana nel Mondo ha inoltre firmato la Dichiarazione di Intenti per promuovere la collaborazione tra il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e il Luiss Data Lab, nell'ambito del progetto IDMO per l'estensione all'estero di attività in materia di *media literacy*³⁶.

³³ <https://www.raiplay.it/programmi/pillolecontroladisinformazione>

³⁴ <https://repubblicadigitale.gov.it/portale/-/campagna-di-sensibilizzazione-per-il-contrasto-alla-disinformazione-l-evento-di-lancio>

³⁵ <https://www.idmo.it/seminari-e-workshop-con-le-scuole/>

³⁶ https://www.esteri.it/wp-content/uploads/2025/07/lettera-di-intenti-IDMO-SFIM_100725_Firmato.pdf

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

Nel periodo di riferimento della presente relazione annuale, MOIGE ha avviato il progetto formativo intergenerazionale sui rischi e opportunità del digitale e dell'intelligenza artificiale, sostenuta da Enel Cuore Onlus, in collaborazione con Polizia di Stato, Anci, associazione nazionale comuni italiani, Google e Poste Italiane. Il progetto si estende anche ai nonni grazie all'iniziativa "Nonno clicca Qui", finanziata dal Fondo di Beneficenza e opere di carattere sociale e culturale di Intesa Sanpaolo.

Nel 2025 il progetto ha coinvolto: 80 scuole primarie e secondarie I e II grado, 20.000 studenti coinvolti in attività di sensibilizzazione e formazione, 400 Giovani Ambasciatori per la cittadinanza digitale, formati per essere un punto di riferimento all'interno della scuola, 4.000 nonni degli studenti informati attraverso il materiale didattico dedicato³⁷.

Nello stesso periodo, inoltre, si è conclusa, con un evento di premiazione alla Camera dei Deputati dei programmi *family-friendly* alla presenza di istituzioni e rappresentanti del mondo tv³⁸, l'edizione 2025 dell'iniziativa “*Un anno di zapping e di streaming*”, dedicata a un'analisi critica *family-friendly* dei programmi televisivi e web prodotti e trasmessi in Italia, con l'obiettivo duplice di porre l'accento su contenuti che veicolano messaggi e valori positivi a tutta la famiglia ma anche di indicare ciò che può recare messaggi inadeguati per un pubblico familiare e di minori. In questa edizione sono stati assegnati 34 riconoscimenti, ai quali si aggiungono 5 premi speciali conferiti in collaborazione con: Polizia Stradale, Polizia Postale, FIC – Federazione Italiana Cuochi, AICDC – Associazione Italiana Content and Digital Creator e Museo del Risparmio. La relativa guida – realizzata dall'Osservatorio Media del MOIGE – ha analizzato e valutato in chiave *family-friendly* oltre 300 produzioni, tra programmi televisivi, serie, documentari, contenuti per ragazzi, social, comunicazioni commerciali ed istituzionali, trasmessi sia su piattaforme tradizionali che digitali³⁹.

Parole O_Stili è un'associazione nata a Trieste nell'agosto 2016 con l'obiettivo di responsabilizzare ed educare gli utenti della Rete a prediligere forme di comunicazione

³⁷ <https://www.moige.it/progetti/edcyber-generations/>

³⁸ <https://www.moige.it/2025/06/16/le-premiazioni-delledizione-2025-di-un-anno-di-zapping-e-di-streaming/>

³⁹ www.moige.it/guida-un-anno-di-zapping/

non ostili. L'associazione, insieme alle scuole, alle università, alle imprese, alle associazioni e alle istituzioni nazionali e territoriali mira a diffondere le pratiche virtuose della comunicazione in Rete, promuovendo una consapevolezza diffusa della responsabilità degli individui⁴⁰.

Nel periodo di riferimento della presente relazione annuale, Parole O_Stili, in collaborazione con l'Università Cattolica del Sacro Cuore e l'Istituto Giuseppe Toniolo, ha condotto una nuova edizione dell'evento "Parole a Scuola", avuto luogo a Milano come giornata di formazione gratuita dedicata ai docenti e non solo. L'iniziativa ha creato uno spazio di riflessione e approfondimento sui temi di rilevante attualità pedagogica e sociale, tra cui l'uso e l'impatto dell'intelligenza artificiale nei contesti educativi, il rapporto tra scuola e famiglia, la dimensione emotiva dell'insegnamento, nonché un'analisi critica sull'interazione tra social media, smartphone e minori, con particolare attenzione al tema dell'orientamento scolastico e formativo⁴¹. Nel periodo di riferimento, si segnala lo svolgimento del Festival della Comunicazione Non Ostile, svoltosi a Trieste il 21 e 22 febbraio 2025, con il tema centrale "Le parole danno forma al futuro". L'evento ha rappresentato un importante momento di riflessione e confronto sui processi comunicativi contemporanei, con particolare attenzione al ruolo del linguaggio nella costruzione delle relazioni, delle opinioni e delle visioni del mondo condivise. L'iniziativa ha posto al centro la Generazione Z, promuovendo un dialogo intergenerazionale e interdisciplinare tra studenti, professionisti e docenti. La prima giornata (21 febbraio) è stata dedicata ai tavoli di lavoro, spazi di confronto partecipativo sui temi chiave del futuro della comunicazione. La seconda giornata (22 febbraio) ha invece ospitato il Festival vero e proprio, tra *talk*, panel e interviste con esperti e membri della *community* di Parole O_Stili, confermando la manifestazione con un punto di riferimento nazionale nella promozione di una comunicazione consapevole e responsabile.

Infine, nel periodo di riferimento sono state realizzate numerose attività di sensibilizzazione sull'alfabetizzazione mediatica nelle scuole italiane: 305 ore di formazione con docenti, 211 con studenti e alcuni interventi con i genitori. Circa 20 ore

⁴⁰ <https://paroleostili.it/chi-siamo/>

⁴¹ <https://www.paroleostili.it/eventi/parole-a-scuola>

di formazione sono state inoltre svolte con associazioni ed enti pubblici e rivolte a un pubblico generale⁴².

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

Le principali attività e progetti sono rivolti sia ai bambini e alle bambine dei cosiddetti paesi in via di sviluppo che a quelli che vivono sul territorio italiano. Nel periodo di riferimento della presente relazione annuale, Save the Children Italia ha proseguito la storica collaborazione con Generazioni Connesse, il SIC italiano promosso dal MIM. In particolare, il 21 e 22 luglio 2025, si sono svolte alcune sessioni formative a cura degli esperti dell'organizzazione, dedicata alla prevenzione del cyberbullismo e al contrasto alla violenza in rete.

Il progetto “Conessioni Digitali – per connetterci con gli altri e il mondo che ci circonda” tuttora in corso e attivo fino al 2027, ha l’obiettivo di ridurre la povertà educativa digitale nei contesti più a rischio e promuovere la cittadinanza digitale tra i più giovani delle scuole secondarie di primo grado. Dopo il primo ciclo triennale (2021-2024) che ha coinvolto 99 scuole, il secondo ciclo, avviato nel 2024, interessa 50 nuovi istituti, raggiungendo complessivamente 7.700 studenti e studentesse e oltre 1.300 docenti⁴³.

Per il primo triennio (2021-2024) è stata inoltre condotta una valutazione d’impatto, che ha confermato la capacità del progetto di rafforzare le competenze digitali, promuovere la partecipazione attiva e favorisce un uso più consapevole e critico delle tecnologie. Il progetto è finanziato da Crédit Agricole e realizzato in collaborazione con la Cooperativa E.D.I. Onlus e l’Università di Bologna (Alma Mater Studiorum)⁴⁴.

⁴² Nei percorsi dedicati agli studenti (dalla primaria alla secondaria di II grado) e ai docenti, Parole O_Stili affronta i principali ambiti dell’alfabetizzazione mediatica, promuovendo un uso consapevole, responsabile e critico del digitale. I contenuti trattati includono la comprensione del contesto *onlife* e delle dinamiche tra vita reale e virtuale; la prevenzione e il contrasto del bullismo e *cyberbullismo*; la responsabilità online e l’impatto delle parole; il riconoscimento delle *fake news* e la valutazione delle fonti; l’analisi dei linguaggi d’odio; la tutela della *privacy* e della propria identità digitale; i rischi legati a *web reputation*, *sexting* e *revenge porn*; il funzionamento e l’uso sicuro dei social media e delle chat; il tema delle bolle di filtraggio e del linguaggio inclusivo; la comunicazione efficace e responsabile; fino ai moduli dedicati all’uso etico e critico dell’Intelligenza Artificiale nella didattica.

⁴³ <https://www.savethechildren.it/cosa-facciamo/progetti/conessioni-digitali>

⁴⁴ https://s3-www.savethechildren.it/public/2024-11/report_conessioni_digitali_2021-2024_def_.pdf

Nel periodo di riferimento, Save the Children ha lanciato la campagna “Educazione Digitale, per un uso consapevole della rete”, con l’obiettivo di promuovere una cultura digitale responsabile tra i bambini, adolescenti e adulti di riferimento. L’iniziativa, accompagnata dalla guida “Essere Genitori nell’Era Digitale”, offre strumenti e consigli pratici per orientare l’educazione digitale nelle diverse fasce d’età, aiutando le famiglie a sostenere i minori nell’uso sicuro e critico del web. La campagna mira a sensibilizzare sui rischi e sulle opportunità della rete, sottolineando anche il ruolo del *Digital Services Act* e della collaborazione scuola-famiglia nello sviluppo delle competenze digitali⁴⁵.

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

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

Si segnala, inoltre, l’*Azzurro Academy*⁴⁶, un progetto che ha come obiettivo quello di trasmettere competenze a una vasta ed eterogenea platea di persone quali bambini ed adolescenti, docenti, genitori e familiari, ma anche educatori, psicologi e medici. Nello specifico, il progetto ruota attorno ad una piattaforma online, un’attività che si inserisce nel più ampio scenario dettato dall’accordo di collaborazione con il MIM per lo svolgimento di attività didattiche e formative volte a promuovere un’idea di cittadinanza digitale attiva e consapevole.

Il 18 novembre 2024, in occasione della *Giornata europea per la protezione dei minorenni contro lo sfruttamento e l’abuso sessuale* istituita dal Consiglio d’Europa (CoE) nel 2015, e dedicata al tema *Tecnologie emergenti: minacce e opportunità per la protezione dei bambini dallo sfruttamento e dagli abusi sessuali*, Telefono Azzurro ha organizzato *Diamo voce al silenzio. Ascoltare i bambini e gli adolescenti vittime di abuso*

⁴⁵ <https://www.savethechildren.it/blog-notizie/educazione-digitale-e-la-guida-con-consigli-genitori-e-adulti>

⁴⁶ <https://academy.azzurro.it>

sessuale per sviluppare nuovi interventi di aiuto e di tutela, un'iniziativa suddivisa in due eventi a Roma.

A seguito dell'entrata in vigore del Decreto Legislativo 99/2025 del 16 luglio 2025, il Servizio 114 Emergenza Infanzia, gestito dalla Fondazione SOS Il Telefono Azzurro, è stato potenziato per occuparsi anche dei casi di bullismo e cyberbullismo, rafforzando così la rete di protezione dei minori e la capacità di risposta alle situazioni di emergenza (cfr. paragrafo 1.c).

Nel periodo di riferimento della presente relazione annuale, Telefono Azzurro ha infine collaborato con l'associazione Terre des Hommes per l'attività dell'Osservatorio indifesa, punto di ascolto sulle esperienze e le percezioni dei giovani in tema di violenza di genere, discriminazioni e rischi del web. L'edizione 2025 dell'Osservatorio ha coinvolto oltre 72.000 adolescenti, confermando il ruolo dell'iniziativa come strumento di analisi e orientamento per le politiche educative e sociali. Il progetto è sostenuto da BIC, partner del Network indifesa, la prima rete italiana di WebRadio giovanili contro la discriminazione, gli stereotipi e la violenza di genere, bullismo, cyberbullismo e *sexting*. Dai dati emersi dall'indagine si evidenzia una forte percezione dei rischi legati al web: il *revenge porn* è ritenuto il principale pericolo (58%), seguito da alienazione dalla vita reale, molestie e cyberbullismo. Quasi metà degli intervistati (48%) ha subito una forma di violenza, prevalentemente verbale o psicologica, *catcalling* e bullismo, con una maggiore esposizione delle ragazze alle molestie e delle persone non binarie a tutte le forme di abuso. La scuola emerge come il contesto più frequente in cui si tal verificano episodi (56,5%), seguita dalla strada e del web. Tra le conseguenze psicologiche prevalgono perdita di autostima ansia e isolamento. Solo il 2,2% degli adolescenti si rivolgerebbe a un insegnante mentre 7,5% non ne parlerebbe con nessuno⁴⁷.

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

In sede di attuazione delle nuove disposizioni normative in materia di monitoraggio dell'attività di promozione dell'alfabetizzazione mediatica e digitale, l'Autorità, proseguendo nel lavoro effettuato negli anni precedenti, ha svolto, attraverso specifiche

⁴⁷ <https://terredeshommes.it/comunicati/osservatorio-indifesa-2025-i-rischi-del-web-secondo-la-genz/>

richieste di informazioni⁴⁸, il monitoraggio delle iniziative di alfabetizzazione mediatica e digitale da parte dei fornitori di servizi media lineari e non lineari in ambito nazionale (laddove non stabiliti, per le iniziative svolte in Italia), e da parte delle piattaforme di condivisione di contenuti video per le iniziative svolte in Italia. Si segnala in questa sede che l'Autorità aveva già inviato richieste di informazioni agli operatori interessati nei tre anni precedenti. Dall'analisi delle risposte pervenute nel 2024, in particolare, era emersa una specifica attenzione, *in primis*, alle partnership con istituzioni e terzi, nonché a campagne di comunicazione, attività formative, iniziative in contesti scolastici piuttosto che all'implementazione di specifici strumenti, all'attivazione di *hotline/helpline* e allo svolgimento di studi e ricerche su competenze mediatiche e digitali. L'analisi delle iniziative avviate dagli operatori nel periodo di riferimento della precedente relazione annuale aveva inoltre evidenziato un forte interesse per tematiche di alfabetizzazione ai linguaggi mediali e disinformazione, soprattutto nel caso di iniziative avviate in contesti scolastici, nonché per sicurezza in rete e *hate speech*, e, in misura minore, per *cyberbullismo e/o revenge porn* e *information & news literacy*.

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

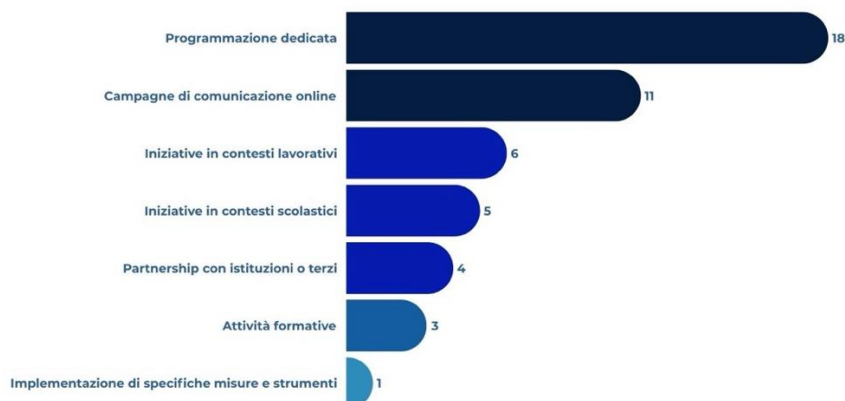
5.1. Tipologia delle iniziative realizzate o in corso di realizzazione.

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

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

⁴⁸ In particolare, ottobre 2025, sono state inviate richieste di informazioni a 13 fornitori di servizi media audiovisivi (FSMA) e 5 fornitori di piattaforme per la condivisione dei contenuti video (VSP). L'Autorità ha ricevuto riscontro da parte di 10 FSMA (di cui due prive di informazioni o aggiornamenti di merito) e 2 VSP. Sono state pertanto oggetto di analisi le risposte di 8 FSMA e 2 VSP.

Figura 1. Tipologia delle iniziative realizzate dagli operatori⁴⁹.



La *programmazione dedicata* risulta, nel periodo di riferimento della presente relazione, la categoria nettamente prevalente (18), anche grazie allo sforzo profuso dall'operatore di servizio pubblico e da alcuni dei principali operatori della televisione commerciale. Seguono le *campagne di comunicazione online* (11), le *iniziative in contesti lavorativi* (6) e *scolastici* (5). Le *partnership con istituzioni o terzi* (4) mantengono un ruolo importante, ma più limitato rispetto all'annualità precedente. Inferiore risulta il ricorso ad *attività formative* di carattere generico (3) e all'*implementazione di misure e strumenti* (1), tipiche di alcuni specifici operatori.

La totale assenza, per il secondo anno consecutivo, di iniziative nelle categorie *hotline/helpline* e *studi e ricerche sulle competenze digitali* conferma lo scarso interesse da parte degli operatori verso analisi che possano precedere altri tipi di iniziative o di attività di supporto agli utenti che, con riferimento in particolare ai minori, sono tipiche delle organizzazioni della società civile più attive nell'ambito dell'alfabetizzazione mediatica e digitale (cfr. paragrafo 4.3).

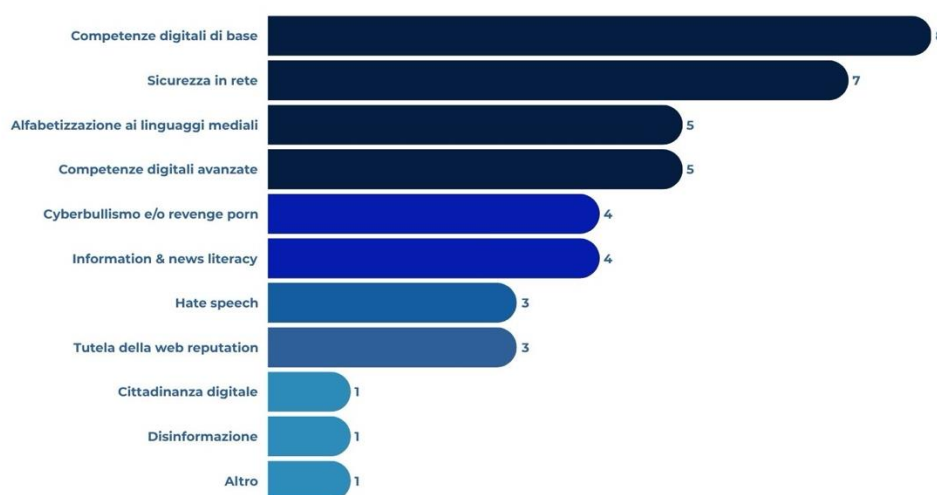
In ogni caso, come per la scorsa annualità, emerge una forte concentrazione di singoli operatori su specifici tipi di iniziative, spesso ripetute per più anni.

⁴⁹ L'attribuzione di ogni iniziativa a una o più categorie di riferimento è stata effettuata direttamente dagli operatori, sulla base del questionario inviato dall'Autorità unitamente alla richiesta di informazioni. In alcuni casi, l'Autorità ha preferito tenere fuori dalla propria ricognizione alcune iniziative non congruenti con l'ambito di applicazione della presente relazione di monitoraggio.

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

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

Figura 2. Tematiche di riferimento delle iniziative realizzate dagli operatori⁵⁰



Dalla rappresentazione di sintesi delle iniziative distinte per tematiche di riferimento, risulta che gli operatori hanno maggiormente trattato, nell'ambito delle proprie attività di alfabetizzazione mediatica e digitale, tematiche relative alle *competenze digitali di base* (8), seguite da quelle dedicate alla *sicurezza in rete* (7). Si tratta di ambiti che gli operatori considerano prioritari e trasversali rispetto all'utenza, ma che non permettono agli operatori di posizionarsi in uno specifico ambito applicativo, come era invece avvenuto nella scorsa annualità, allorché, anche alla luce delle concomitanti elezioni europee, si era notato un maggiore interesse verso iniziative tematiche in materia di disinformazione.

Un numero più contenuto di iniziative riguarda l'*alfabetizzazione ai linguaggi medial* (5) e le *competenze digitali avanzate* (5). Le attività focalizzate su *cyberbullismo e/o revenge porn*, *information & news literacy* (4), *hate speech* (3), *tutela della web reputation* (3) risultano, anche a causa del grado di specializzazione tematico, più ridotte. Tornano ad essere marginali, nell'annualità di riferimento della presente relazione annuale, le

⁵⁰ L'attribuzione di ogni iniziativa a una o più tematiche di riferimento è stata effettuata direttamente dagli operatori sulla base del questionario inviato dall'Autorità unitamente alla richiesta di informazioni. Nei casi in cui, per una singola iniziativa, sono state individuate più tematiche di riferimento, l'Autorità ha attribuito di ufficio ogni iniziativa a una tematica di riferimento specifica.

iniziative che rientrano negli ambiti tematici della *cittadinanza digitale* (1) e della *disinformazione* (1), a testimonianza di un passaggio ancora difficile e incerto, da parte degli operatori, dalla concezione della *media literacy* come strumento per aumentare la consapevolezza degli utenti, in particolare dei minori, sui rischi connessi a un utilizzo non corretto delle nuove tecnologie alla rappresentazione dell'alfabetizzazione mediatica e digitale come strumento di crescita della dimensione civica degli individui e della capacità dei cittadini di partecipare a pieno alla vita democratica.

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

In riferimento ai destinatari delle iniziative di alfabetizzazione realizzate dagli operatori, dalle informazioni raccolte emerge come tali iniziative abbiano coinvolto un insieme eterogeneo di destinatari, spaziando dai minori ai giovani adulti fino alla popolazione più adulta, delineando quindi un raggio d'azione ampio e diversificato. Le iniziative dedicate alla sicurezza in rete hanno raggiunto un target trasversale, includendo fasce di età differenti, mentre i percorsi finalizzati allo sviluppo delle competenze digitali, sia di livello basilare sia di livello avanzato, sono stati indirizzati a un pubblico più giovane.

Le iniziative finalizzate al potenziamento delle competenze di alfabetizzazione mediatica digitale hanno fatto ricorso sia a contenuti elaborati internamente dagli enti promotori sia a contributi prodotti da soggetti esterni. Nei casi in cui le informazioni economiche sono state rese disponibili, le dotazioni di bilancio associate ai diversi interventi hanno evidenziato un'elevata eterogeneità.

Per quanto riguarda le attività di valutazione di impatto delle iniziative, si osserva come in diversi casi non siano state condotte indagini strutturate finalizzate a misurare il livello di consapevolezza acquisito o il miglioramento delle competenze specifiche da parte dei partecipanti. Alcuni operatori, pur avendo fornito una rendicontazione dettagliata delle attività svolte, non dispongono di strumenti o evidenze empiriche che permettano di valutare con precisione l'efficacia degli interventi. Ne deriva che iniziative formalmente ben strutturate e di valore potenziale risultano prive di dati oggettivi che ne attestino la reale incidenza sui destinatari.

In alcuni casi è stata effettuata un'analisi strutturata del coinvolgimento degli utenti, rilevata tramite la raccolta di *feedback* mediante questionari. In altri contesti, la partecipazione è misurata considerando il numero di studenti e docenti iscritti alle attività

formative oppure, nel caso di iniziative divulgative, attraverso il numero degli spettatori/utenti raggiunti. Le campagne di comunicazione online sono state ulteriormente valutate tramite ulteriori metriche che hanno consentito di misurare sia l'estensione del pubblico raggiunto (*reach*) sia il livello di coinvolgimento generato dai contenuti diffusi (*engagement*).

In linea generale, la misurazione dell'impatto si limita quindi a indicatori quantitativi di base, quali, a titolo esemplificativo, il numero di accessi alle pagine informative o le visualizzazioni dei contenuti, che non consentono di valutare in modo completo la qualità dell'apprendimento né la trasformazione delle competenze.

Nel caso specifico delle iniziative portate avanti da fornitori di piattaforme di condivisione video nel contesto italiano, la mancata trasparenza e condivisione di strumenti di analisi e dati rappresentano elementi particolarmente rilevanti anche alla luce delle raccomandazioni istituzionali⁵¹ e degli impegni assunti a livello europeo⁵².

Si ribadisce quindi ancora una volta come le informazioni, anche di carattere quantitativo, riportate dagli operatori su destinatari, risorse e performance delle iniziative da loro attuate non consente di misurarne il reale impatto sul miglioramento delle competenze di *media literacy* nelle diverse fasce della popolazione interessate.

6. Considerazioni conclusive.

Il monitoraggio effettuato dall'Autorità ha evidenziato, così come per l'annualità precedente, la coesistenza di numerose iniziative messe in campo, in maniera indipendente anche se in contesti simili, da diversi attori in ambito istituzionale, associativo e del settore dei media audiovisivi. Anche nel 2025, le iniziative analizzate paiono complessivamente toccare diverse categorie, tematiche di riferimento e pubblici-target.

La specifica attenzione a percorsi formativi di alfabetizzazione ai linguaggi mediali rivolti a una platea in età scolastica nonché a iniziative in materia di disinformazione, che l'anno scorso aveva caratterizzato l'attenzione di numerosi attori, è rimasta attiva in

⁵¹ Cfr. ERGA (2021), *ERGA Media Literacy Report. Recommendations for key principles, best practices and a Media Literacy Toolbox for Video-sharing Platforms*, disponibile al link <https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2021/12/ERGA-AG3-2021-Report-on-Media-Literacy.pdf>, in particolare la sezione 4.

⁵² Cfr. in particolare il Commitment 17 sottoscritto dalla principali piattaforme online che offrono servizi di social networking e di condivisione di contenuti video firmatarie del *Code of Conduct on Disinformation* (2025).

questa annualità solo grazie allo sforzo profuso dai Comitati Regionali per le Comunicazioni che hanno implementato l'*Atto di indirizzo in materia di percorsi formativi di cittadinanza digitale* promosso dalla scrivente Autorità (cfr. paragrafi 3.1 e 4.2). Si tratta di una tendenza che va in direzione contraria rispetto all'enfasi posta a diversi livelli, non ultimo dall'Unione Europea con il recente *European Democracy Shield*, sull'alfabetizzazione mediatica come strumento di accompagnamento di tutta la popolazione verso le nuove modalità di consumo dell'informazione nell'ecosistema digitale utile a preservare, in maniera ampia e integrata con altre misure e iniziative, l'integrità dell'informazione e dei processi elettorali.

La dimensione della *digital safety* e/o della sicurezza in rete è tornata, invece, prioritaria in molte iniziative di alfabetizzazione mediatica e digitale, sia tra gli operatori del settore dei media audiovisivi sia in ambito istituzionale o associativo, nonostante nelle più recenti misure di *media* e *digital literacy* a livello globale tali aspetti vengano sempre più affiancati dalle dimensioni dell'*empowerment* e della crescita di capitale sociale e culturale dei cittadini.

Si rileva anche per questa annualità la mancanza di forme di coordinamento nazionale o comunque di forme di raccordo delle differenti iniziative avviate dai vari attori monitorati; parimenti, si stigmatizza il mancato ricorso da parte degli attori economici a strumenti di valutazione di impatto delle proprie iniziative.

Nel primo caso, anche a fronte di un quadro istituzionale stratificato e complesso caratterizzato dalla parcellizzazione e sovrapposizione delle competenze istituzionali attribuite a diversi attori, sarebbe utile l'adozione di una strategia nazionale in materia di alfabetizzazione mediatica e digitale, che sia in grado di dettare priorità e individuare specifiche aree di intervento.

Nel secondo caso, la mancanza di una cultura della valutazione della performance nell'ambito della *media* e *digital literacy* rischia sempre più di condizionare le scelte strategiche degli operatori del settore dei media audiovisivi che, nell'apprezzare i risultati raggiunti in termini di audience e visibilità, possono essere portati a non considerare eventuali effetti relativi alla modifica dei comportamenti o di accrescimento del livello di possesso di specifiche competenze da parte della popolazione.

In conclusione, pertanto, sarebbe auspicabile un intervento a livello istituzionale sia di tipo strategico, che detti priorità di azione e ambiti di riferimento per tutti gli attori

coinvolti nell' alfabetizzazione mediatica e digitale, sia di carattere operativo, volto a guidare le azioni dei fornitori di servizi media audiovisivi e di piattaforme di condivisione video, alla luce del ruolo ad essi attribuito dalla legislazione nazionale.