

Parma | G-talk, Diritti nel web

Confronto

Le riflessioni della seconda tavola rotonda

Imprese e media: «Difendiamo i diritti facendo squadra»

La responsabilità sociale secondo Ansa, Rai, Meta, Google, Mediaset e le aziende

Riflessione

La seconda tavola rotonda si è concentrata sul tema: «Imprese, tech company e broadcaster: il contributo e la responsabilità sociale nel rispetto dei diritti dei minori».

» «Fare squadra». La frase - che è anche una promessa alle giovani generazioni - è stata ripetuta spesso durante la seconda tavola rotonda di G-talk, l'evento gratuito organizzato dalla Gazzetta di Parma, che ieri ha animato l'auditorium Paganini.

«Fare squadra» cioè condividere intenti, progetti concreti e prospettive nella tutela dei minori sul web: dalle imprese, fino al mondo della comunicazione e dei media. «I media hanno una responsabilità importante e di cui si sente sempre di più il peso, in tutte le varie sfaccettature dall'inclusione, all'inclusività, ai rischi sempre maggiori sul web - esordisce Angela Coarelli, caporedattrice centrale dell'Ansa, media partner dell'evento, che ha moderato la tavola rotonda -. I media hanno un ruolo di mediazione e anche di tutela nei confronti dei ragazzi e degli adolescenti che devono essere soggetti attivi della rete e non passivi».

Responsabilità sociale

Tanti sono i passi avanti che sono stati fatti in termini di responsabilità sociale e di tutela, ma tanti ancora sono da fare. Le grandi compagnie come Google, per esempio, hanno messo in atto precise politiche di tutela in rete: «È necessario creare tecnologie tenendo conto delle esigenze dei più piccoli e delle famiglie - fa sapere Martina Colasante, government affairs & public policy manager di Google Italy -. Google si muove, in questo senso, seguendo tre pilastri: il "creato per esplorare", il "progettato per rispettare scelte e desideri" e il "costruito per tutelare i diritti

dei più piccoli».

Tra le piattaforme che cercano di tutelare i piccoli esploratori del mare magnum che è la rete, c'è Google Kids (come dice la parola stessa, un motore di ricerca pensato apposta per i bambini) o YouTube Kids, oltre all'utilizzatissimo «parental control», anche detto «filtro famiglia», il sistema che permette ad un genitore di monitorare o bloccare l'accesso a determinate attività su internet e sui dispositivi elettronici. «Proteggere i più piccoli dai contenuti pericolosi rimane un elemento fondamentale - continua Colasante -, ma resta fondamentale anche il lavoro di sensibilizzazione ed educazione: è davvero molto importante continuare con questa collaborazione con la comunità educante. È necessario - sottolinea - fare squadra tutti insieme».

Il ruolo delle famiglie

Il ruolo dei genitori, delle famiglie o dei tutori («è fondamentale»). Lo ha ribadito anche Flavio Arzarello, Meta public policy manager, economic and regulatory policy: «Le famiglie hanno un ruolo molto importante, perché è anche in famiglia che si forma l'identità delle persone - riflette -. Oltre, quindi, alle soluzioni tecniche, è necessario che ci sia una reale consapevolezza: questo è il vero antidoto». E per arrivare a questa consapevolezza entrano in gioco anche le istituzioni, le aziende, i media: «Dal 2016 abbiamo investito cifre davvero significative per la tutela dei minori in rete - aggiunge Arzarello - per fare in modo che tutti i nostri utenti ab-

Dialogo

In alto, da sinistra: Veronica Tibiletti, Angela Coarelli, Roberto Natale e Maria Eleanora Lucchin. Qui accanto, una parte del pubblico presente.



biano e possano fruire un'esperienza adatta e senza pericoli».

L'impegno dei media

Al minore viene riconosciuta una tutela privacy rafforzata, anche se si tratta di una celebrità. Il diritto di critica e di cronaca devono cedere il passo alla riservatezza del minore, un diritto che il Garante privacy considera primario. Tra gli esempi concreti di tutela dei minori in tv c'è anche Mediaset. «Mediaset si è mossa nella tutela minori a partire anni '90, un impegno che continuiamo portando avanti accorgimenti in linea con l'evoluzione della fruizione

multiplatforma» dichiara Maria Eleanora Lucchin, della direzione documentazione e analisi istituzionale di Mediaset. Tra le maggiori sfide? «Rimanere competitivi in un mercato moto affollato - risponde Lucchin - senza mai disattendere i nostri punti di riferimento: l'affidabilità, la responsabilità e la consapevolezza del ruolo sociale che ha la televisione». Prosegue Roberto Natale, direttore Rai per la sostenibilità: «Lavorare con le nuove tecnologie significa generare nuove consapevolezze» dichiara. Fra le sfide delle tecnologie c'è sicuramente «il tentativo di provare a ridurre il divario socia-

le». Poi c'è la questione dell'adattamento alle nuove esigenze del pubblico: «In quanti di voi hanno visto Mare fuori su Rai Play?» chiede il dirigente Rai al pubblico di giovanissimi: tante le mani alzate. Testimonianza di come i gusti e le modalità di fruizione siano notevolmente cambiate in questi ultimi anni: i giovani prediligono le piattaforme streaming e guardano sempre meno la televisione.

Il ruolo delle imprese

Nella tutela dei diritti gioca un ruolo importante anche le aziende: «Oggi le aziende sono impegnate in campagne di sensibilizzazione, anche per i genitori - afferma Veronica Tibiletti, professoressa ordinaria di Economia aziendale dell'Università di Parma -. In progetti di welfare aziendale che mettano al centro lo sport come alternativa alle ore passate sugli schermi e si impegnano in campagne marketing che non lanciano messaggi ingannevoli o discriminatori: l'attenzione sul tema è massima».

Anna Pinazzi

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Attraverso le tecnologie bisogna provare a ridurre il divario sociale



Campagne di sensibilizzazione, progetti welfare: l'attenzione delle aziende è massima



Momenti di incontro A sinistra, il consigliere regionale Matteo Daffadà mentre dialoga con Pierluigi Spagoni e Fausto Ferretti, amministratore delegato e presidente della Gazzetta di Parma. A destra l'arrivo del filosofo Umberto Galimberti, salutato calorosamente dal pubblico.

