



## Bambini allo sbando

27 novembre 2015



### I rischi delle app per bambini. *Avvenire*, 19 settembre 2015

Per i ricercatori è “irresponsabile” l’approccio di molte società che propongono applicazioni e siti internet tra i più utilizzati dai bambini. Il problema è globale: la ricognizione nel panorama dell’offerta per i piccoli è opera di 29 Autorità internazionali del Global Privacy Enforcement Network.

Il quadro tratteggiato dagli analisti è sconcertante: «Non vorremmo essere un bambino alle prese con questi siti o queste app», scrivono, il 41% delle quali li ha messi a disagio.

Loro, che piccoli non sono. Si tratta di proposte per bambini che appartengono al settore educational, al mondo dei giochi, ai servizi on line offerti dai canali televisivi dedicati all’infanzia, ai social network: nella maggior parte delle 1.494 “app” esaminate, la trasparenza è un’illusione, la protezione dei dati irrisoria. In Italia, su 35 casi passati al setaccio, 21 presentano “gravi profili di rischio” e otto di questi saranno sottoposti a specifiche attività ispettive.

Ovviamente, la fruizione dei prodotti è trasversale, per definizione non ci sono confini nel mondo digitale, ancora meno quando parla il linguaggio del gioco. E i bambini degli anni Duemila, si muovono inconsapevoli in una giungla piena di trappole e di predatori. La familiarità con gli strumenti tecnologici, la consuetudine e l’abilità con cui li maneggiano rende i bambini propensi alla fiducia, esponendoli a rischi più o meno gravi.

Sono una fascia d’età da sempre nel mirino del mercato, un bersaglio privilegiato e facile da prendere all’amo. Perché saranno anche nativi digitali ma sempre bambini sono. E se chiedi loro nome e cognome, te lo dicono.

Insieme alla data di nascita, al numero di cellulare, all’indirizzo mail... A volte l’insidia è frutto di trascuratezza: come nel caso in cui i siti permettono ai bambini di postare i loro disegni senza però controllare che non riportino informazioni personali o di chattare, con il rischio che rivelino dati sensibili a perfetti estranei.

Ci sono siti e app virtuosi che permettono di chattare ma solo attraverso parole e frasi da scegliere all’interno di una lista fissa in modo che il bambino non possa confidare inavvertitamente informazioni salienti.

Altri invitano i bambini a non usare il loro vero nome, un sito fornisce agli utenti un avatar preconfezionato da usare nella navigazione, evitando così che il bambino debba crearne uno proprio, usando i dati personali. In generale, però, le cose vanno diversamente visto che il 67% dei siti, anche i diffusissimi social network, e delle app raccoglie informazioni personali, che la metà poi fornisce a soggetti terzi, e solo il 31% offre meccanismi efficaci per limitarne la raccolta, mentre un risicato 29% consente di can-

cellare le informazioni dell'account. E saranno anche dedicati ai bambini ma falliscono miseramente nel farsi capire da loro: la semplicità di linguaggio è una rarità, gli avvisi sono difficili da leggere e da capire sette volte su dieci.

«L'Autorithy italiana ha evidenziando che la protezione dei dati personali nasce da azioni coordinate. Non si capisce perché certe app per i bambini debbano chiedere accesso alla geolocalizzazione o alle foto sul dispositivo».

Grave è che la metà dei prodotti offre ai minori la possibilità di accedere ad altri siti, fuori del controllo dei genitori e questo impone ai genitori la necessità di affiancare i più piccoli nella crescita tecnologica. Basta un'indagine casalinga per rendersi conto che i rischi sono grandi. Non è il caso di scaricare tante app quando ne basta qualche decina. La gran parte dei giochi è gratuita solo per poco.

La pubblicità promuove altri giochi e tre su cinque sono giochi che simulano **le slot machine**, che invitano alla scommessa vera o virtuale. E ci sono app che il casinò lo hanno **incorporato**. Poco apprezzabili dal punto di vista educativo, questi sistemi per procedere nel gioco non attentano al portafoglio, ma attingono direttamente alla carta di credito ...

Il problema è stato la finestra di tempo in cui si potevano fare acquisti senza reinserire la password: dopo aver affrontato un'imponente class action e aver sborsato 32 milioni e mezzo di dollari (una cifra irrisoria), Apple disattivò nel 2013 la sua finestra di 15 minuti.

Bisogna avere la forza di non cedere all'assillo e ai capricci e, stremati, acconsentire all'acquisto. Ma a volte niente si può contro consolidate strategie di marketing che puntano proprio sull'alleanza dei bambini, che ne fanno i loro complici.

**Media e bambini.** *Enzo Quarto, Avvenire 31 ottobre 2015*

### **Scripta manent**

è urgente tornare a considerare il rapporto tra media e bambini come una questione primaria. È l'appello che l'assemblea del Forum Bambini e Mass Media che si è svolta a Bari il 29 ottobre scorso, rivolge alle Istituzioni, alle agenzie educative, alle emittenti radiotelevisive, agli organi di controllo, al mondo della comunicazione e della pubblicità. Leggi, codici deontologici, codici di autoregolamentazione sono costantemente disattesi da quasi un ventennio.

Lo stesso Comitato di applicazione del codice di autoregolamentazione tv e minori si è inabissato nel limbo dell'ignoto. Il servizio pubblico della Rai segna ritardi impressionanti che stanno incidendo sulla buona e sana crescita delle nuove generazioni.

La cosiddetta fascia protetta in tv non lo è più di fatto da anni. È presa d'assalto dalle pubblicità di ogni tipo, in cui bambini, considerati i migliori agenti della pubblicità in famiglia, sono utilizzati, in nome del mercato, a promuovere la vendita di giocattoli, articoli di abbigliamento, alimenti (spesso non sani), detersivi, prodotti per la casa, elettrodomestici, automobili ecc.

Eppure, una legge del 1990 vieta che i programmi rivolti ai bambini siano interrotti da pubblicità. La stessa informazione, televisiva e non, diffonde notizie e immagini – a volte dietro la frase lava coscienza: **Non sono adatte ad un pubblico di minori** – violente, sconvolgenti, scioccanti, invadenti che incidono nella psiche in formazione dei bambini se non affrontate in senso critico, decifrate, elaborate con l'ausilio dell'adulto-educatore.

Ma nella maggioranza dei casi i genitori per primi sono impreparati se non addirittura essi stessi coinvolti nell'emotività irrazionale che questa informazione gridata e spettacolarizzata induce.

È urgente rivedere i linguaggi. È urgente che i professionisti della comunicazione riscoprano la necessità di anteporre un'etica sociale e professionale alle subdole regole del mercato. È urgente che Autorità ed organi di controllo esercitino le loro funzioni ed emanino sanzioni.

È urgente avviare una rivoluzione culturale che sappia riportare al centro della comunicazione la persona umana e non il consumatore, figura che maschera l'interesse allo sfruttamento della persona.

Per questo il Forum Bambini e Mass Media si rivolge alle Istituzioni e alla politica, perché ispirandosi alla 'Lettera di Bari' vogliano condividerla e sappiano contribuire con atti concreti a dare gambe al sogno di un tam tam mediatico e cross-mediale in cui i bambini e gli adolescenti siano la stella polare del linguaggio che si usa, perché sono fruitori-protagonisti come e più degli altri e hanno diritto a conoscere, capire, interpretare, essere educati e formati come cittadini giusti e veri.

*portavoce del Forum Bambini e Mass Media*

### **Siti e app per bambini non tutelano i minori. *Avvenire, 7 settembre 2015***

#### **L'allarme del Garante della Privacy**

Le app e i siti internet più utilizzati dai bambini italiani "non tutelano adeguatamente la privacy dei piccoli utenti". Lo sostiene il Garante della Privacy che in una nota ha diffuso i risultati dell'indagine svolta in collaborazione con le altre Autorità internazionali.

Tra i 35 casi analizzati dal Garante della privacy "ben 21 hanno evidenziato gravi profili di rischio e 8 di questi richiederanno specifiche attività ispettive". Questi sono gli esiti principali dell'indagine svolta dall'Autorità italiana, in collaborazione con altre ventotto Autorità internazionali del Global Privacy Enforcement Network (GPEN), in occasione del Privacy Sweep 2015 dedicato alla protezione in rete dei bambini tra gli 8 e i 13 anni.

Gli esperti del Garante hanno selezionato 22 app e 13 siti internet (appartenenti al settore educational, al mondo dei giochi, a servizi on-line offerti da canali televisivi per l'infanzia, ai social network) tra i più popolari tra i bambini, o appositamente sviluppati per loro, e ne hanno analizzato le caratteristiche.

È emerso un panorama poco confortante, in linea con le criticità riscontrate anche dal-

le altre Autorità internazionali. I risultati evidenziano una grave disattenzione nei confronti dei più piccoli, poca trasparenza in merito alla raccolta, all'utilizzo dei dati personali e alle autorizzazioni richieste per scaricare le app su **smartphone** e **tablet**, presenza di pubblicità e rischi che i bambini vengano reindirizzati verso siti non controllati.

*Occorrono siti e app a misura di bambino - sottolinea il Presidente Antonello Soro - I risultati dell'indagine condotta dagli esperti del Garante italiano evidenziano che siamo ancora molto lontani da una corretta tutela dei dati dei minori. È sempre più evidente che quasi tutti i bambini tra gli 8 e i 13 anni usano strumenti tecnologici collegati in rete, ma non sono adeguatamente protetti. Molte società che gestiscono siti e sviluppano app - continua Soro - dimostrano un approccio irresponsabile nei confronti dei minori. Naturalmente, i genitori devono seguire i loro figli in questo percorso di crescita anche tecnologica. Il Garante della privacy continuerà a vigilare e a intervenire contro ogni forma di abuso, sia in Italia, sia all'estero assieme ai colleghi del GPEN.*

I risultati dell'indagine in Italia:

- I 35 siti e app presi in esame non superano il test del Garante. Identificazione del minore: in 30 casi vengono raccolti dati personali; in 25 casi si è riscontrato l'obbligo di registrarsi inserendo almeno l'indirizzo di posta elettronica; in 20 casi occorre indicare il proprio nome; in 13 casi è necessario consentire l'accesso a foto e video presenti sullo smartphone, sul tablet o sul pc.
- 19 tra siti e app registrano l'indirizzo IP; 18 l'identificativo unico dell'utente; 11 richiedono la geolocalizzazione del dispositivo utilizzato dal bambino.
- Comunicazione dei dati personali a terze parti: in 23 casi è prevista la condivisione con altri soggetti dei dati personali raccolti.
- Pubblicità e acquisti: 23 tra siti e app includono banner pubblicitari di terze parti (in alcuni casi non attinenti al mondo dell'infanzia). In ben 22 casi il minore può essere reindirizzato fuori dal sito/app che sta utilizzando. Alcune app consentono al bambino di procedere direttamente all'acquisto di prodotti e servizi (acquisti "in-app").
- Tutele privacy: sono pochi i siti e le app in cui è presente un'informativa privacy chiara e completa, o che consentono un utilizzo senza la richiesta di dati personali. Sono limitati anche gli strumenti (es. parental control, chat preimpostate) adottati per aiutare i bambini a non diffondere, anche involontariamente, i propri dati personali.

Il Garante italiano, in accordo con gli altri componenti del GPEN, valuterà ulteriori azioni nei confronti dei titolari dei siti e delle app esaminati, e offrirà la propria collaborazione alle altre Autorità coinvolte su casi di rilievo internazionale.