

# Uso dei social e regole etiche e deontologiche per una buona comunicazione

SMARTPHONE E MINORI FRA OPPORTUNITÀ EDUCATIVE  
E RISCHI DI CYBERBULLISMO



Ordine dei Giornalisti Emilia-Romagna  
27 NOVEMBRE 2025



A woman with blonde hair, wearing a bright blue suit, stands on a small black platform with a red border. She is waving her right hand towards a large crowd of people. The crowd, consisting of many young adults, is gathered behind a dark metal stanchion and is holding up numerous smartphones to take photos or videos. In the foreground, a woman with long blonde hair is wearing a bright green t-shirt with the text "YOU" and "about" visible. To the right of the woman on the platform, several men in dark suits are standing in a line, looking towards the crowd. The background features a wall with a blue and white checkered pattern and the words "STRONGER TOGETHER" repeated. The scene is indoors, likely at a campaign event or a public appearance.

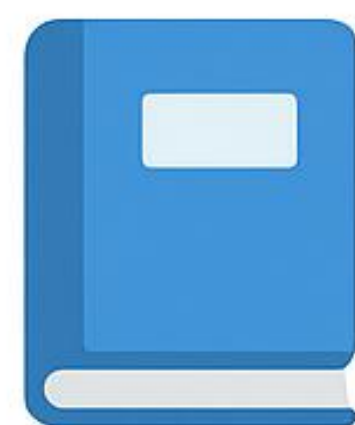
# 110 milioni

Le sim in Italia



Il traffico dati giornaliero per sim "human" continua la sua crescita; su base annua del 12,2% e di oltre il 113% rispetto al 2021

# 0,94 GB



**900 eBook**

1-2 MB per eBook



**90-300 PDF**

3-10 MB per PDF



**18.000-45.000 pagine**

2.000-2.500 caratteri



**60-90 min di video**

video 1080p compresso



**80-450 foto**

2-12 MB per foto



**150-230 canzoni**

4-6 MB per canzone





“Shocked”

Da Piacenza alla Bbc



# TOTAL DIGITAL AUDIENCE SETTEMBRE 2025



La Total Digital Audience nel **settembre** è rappresentata da **43 milioni 994 mila** utenti mensili, pari al **75,4%** della popolazione tra i **2 e i 74 anni**, collegati dai **device rilevati** (Mobile – Smartphone e/o Tablet – e Computer) per **quasi 70 ore** complessive.

La fruizione dell'online nel **giorno medio** si estende a 37 milioni di individui dai 2 anni in su, collegati **almeno una volta dai device rilevati**, con un **incremento** della frequenza di accesso **da Computer** (+23,4% gli utenti nel quotidiano e +32,6% il tempo speso), tipica di questo mese che chiude il periodo di vacanze e riavvia le pratiche ordinarie.

DATI GIORNO MEDIO (browser + App)	TOTAL DIGITAL AUDIENCE 2+ anni	COMPUTER 2+ anni	MOBILE 18-74 anni
Utenti unici giorno medio (.000)	37.062	9.475	35.177
Pop. di riferimento giorno medio (%)	63,5	16,2	82,5
Tempo per persona giorno medio (hh:mm:ss)	2:46	1:07	2:37
DATI MESE (browser + App)	TOTAL DIGITAL AUDIENCE 2+ anni	COMPUTER 2+ anni	MOBILE 18-74 anni
Utenti unici mese (.000)	43.994	22.883	40.429
Pop. di riferimento mese (%)	75,4	39,2	94,8
Tempo per persona mese (hh:mm:ss)	69:58	13:53	68:16

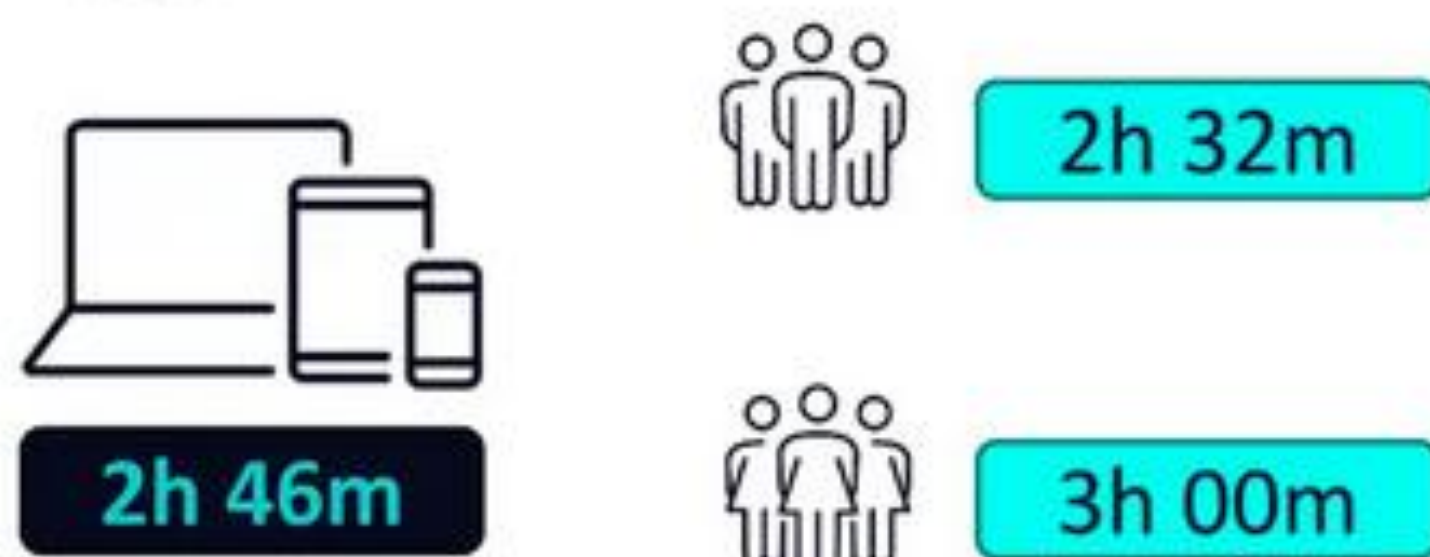
Fonte: Total Digital Audience SETTEMBRE 2025, – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen

Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE.(Smartphone e/o Tablet)

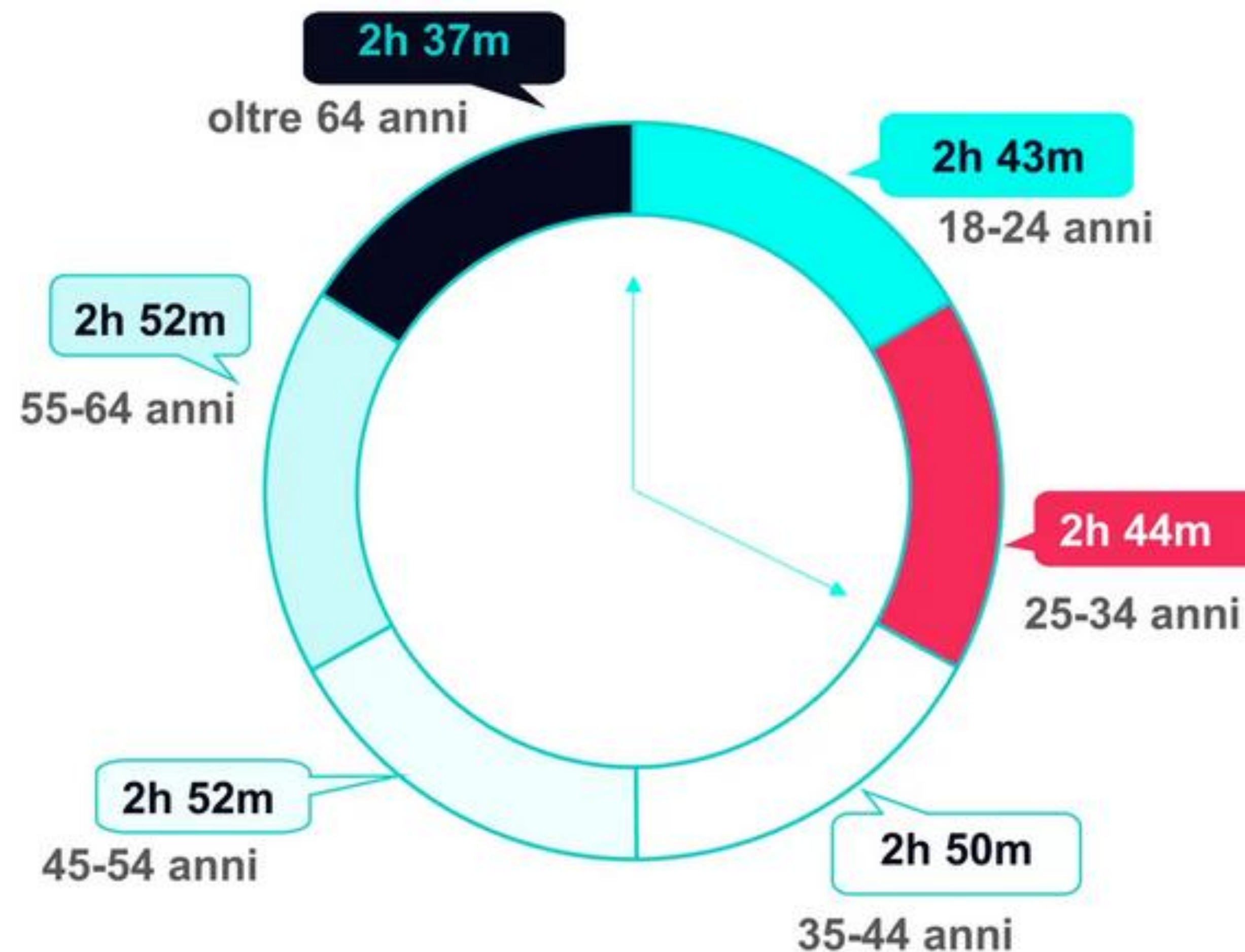


# DISTRIBUZIONE DEL TEMPO SPESO ONLINE

 Total Digital Audience



Gli utenti online nel giorno medio hanno navigato per **2 ore e 46 minuti**, con punte di **3 ore per le donne** e **almeno 2 ore e 50 minuti** per i **35-64enni** – 2 ore e 20 minuti i 35-44enni, 2 ore e 52 minuti i 45-64enni -.



Fonte: Audience SETTEMBRE 2025, dati Giorno Medio – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen

Base: Individui 2+ anni per TDA e Computer; individui 18-74 anni per MOBILE (Smartphone e/o Tablet)



# LE CATEGORIE PIÙ VISITATE SETTEMBRE 2025



SOTTOCATEGORIE SITI (TDA)	 UTENTI UNICI (.000) SETTEMBRE '25	 PENETRAZIONE (%) POP. SETTEMBRE '25	 TEMPO/PERSONA (hh:mm) SETTEMBRE '25	 VAR % PENETRAZIONE POP. AGO25 VS LUG5
TUTTE LE CATEGORIE	43.994	75,4	69:58	+1,1%
SEARCH	41.619	71,3	02:26	+1,3%
INTERNET TOOLS/WEB SERVICES	40.675	69,7	01:59	+0,5%
VIDEOS/MOVIES	38.924	66,7	07:43	-0,5%
SOCIAL NETWORKS & MEMBER COMMUNITIES	38.814	66,5	22:42	+0,5%
GENERAL INTEREST PORTALS & COMMUNITIES	38.030	65,2	01:20	+0,7%
E-MAIL	37.906	65,0	02:57	+1,0%
INSTANT MESSAGING	37.878	64,9	11:29	+0,2%
MULTI-CATEGORY RETAIL	37.676	64,6	01:57	+0,2%
CURRENT EVENTS & GLOBAL NEWS	36.766	63,0	00:55	+0,1%
WEATHER	33.899	58,1	00:13	-6,1%
SOFTWARE INFORMATION / DEVELOPERS	33.825	58,0	01:35	+3,1%
CORPORATE & COMPANY INFO	33.779	57,9	00:46	+2,8%
MULTI-CATEGORY TELECOM/INTERNET SERVICES	31.731	54,4	00:26	+3,0%
MAPS/TRAVEL INFO	31.123	53,4	01:47	-0,6%
HEALTH, FITNESS & NUTRITION	29.583	50,7	00:25	+1,4%
COOKING, FOOD & BEVERAGES	29.321	50,3	00:22	+0,4%
GOVERNMENT	28.733	49,3	00:25	+6,5%
RESEARCH TOOLS	28.647	49,1	00:13	-3,3%
SPORTS	28.209	48,4	00:59	+0,0%
APPAREL/BEAUTY	27.892	47,8	01:35	-1,6%

Fonte: Total Digital Audience SETTEMBRE 2025, dati mensili – Audicom, sistema Audiweb powered by Nielsen.

Base: 2+ anni per TDA e Computer; 18-74 anni per MOBILE



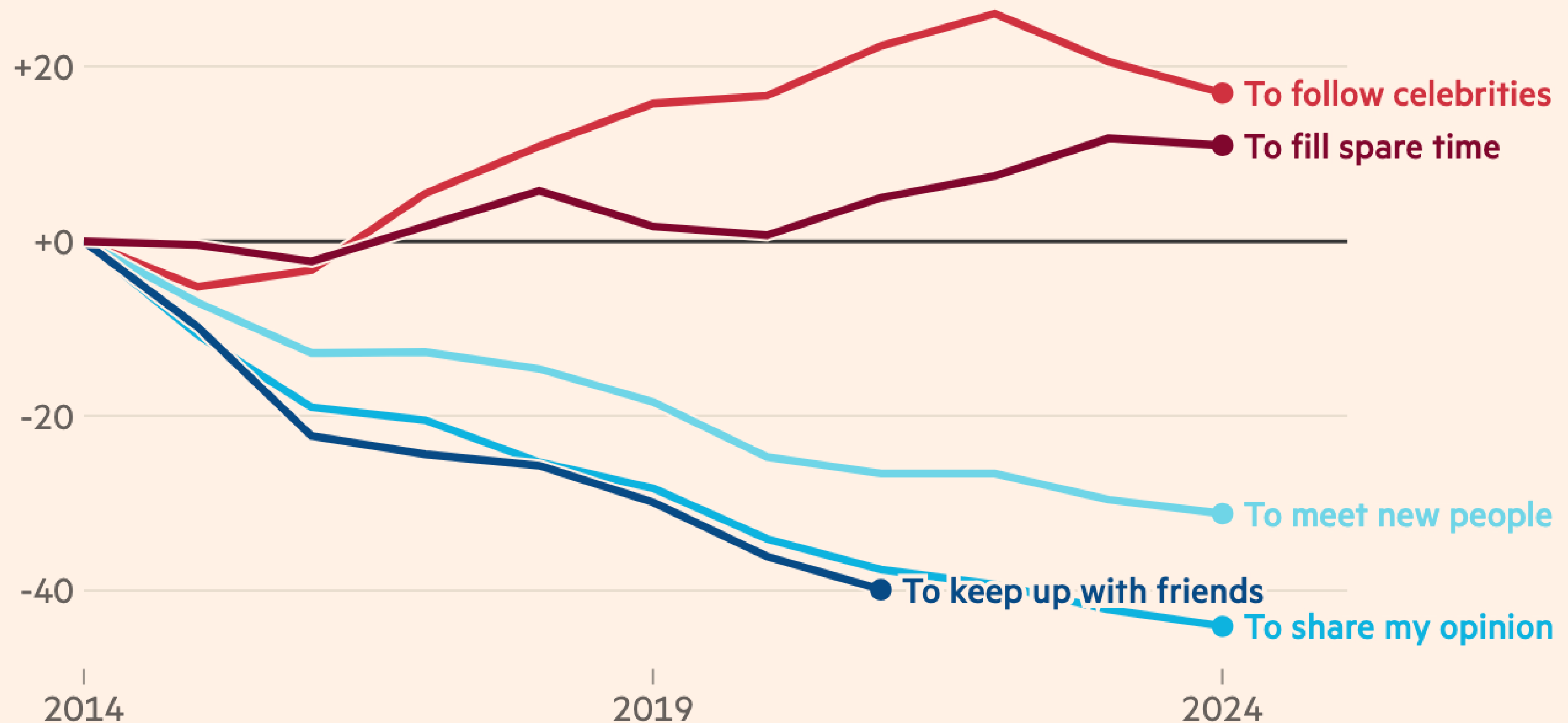
Social  
meno social

Picco nel 2022



# Social media has become less social

Change in share of people reporting each reason for using social media (%)



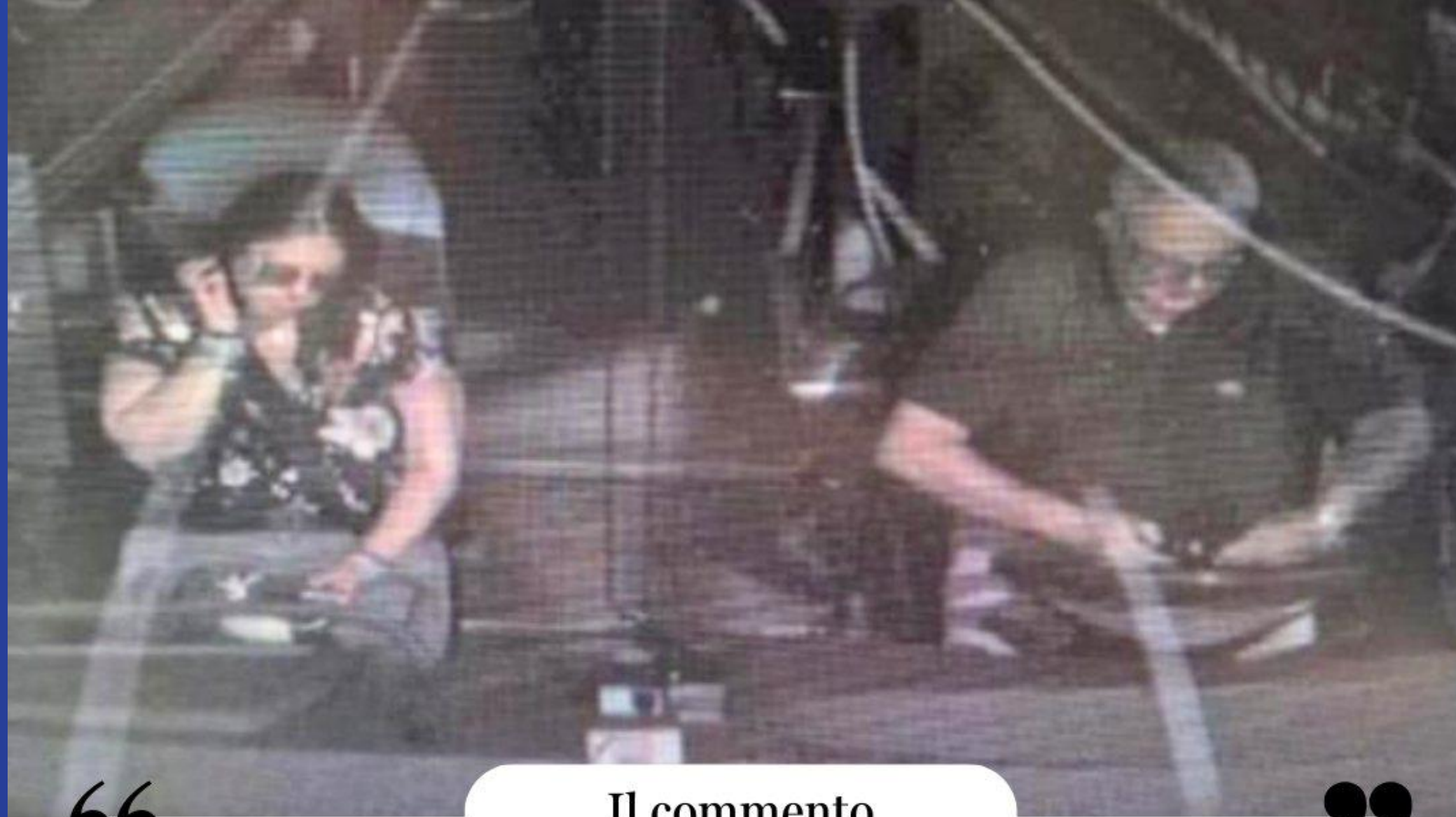
Source: GWI

FT graphic: John Burn-Murdoch / @jburnmurdoch

©FT



# La più grande dipendenza di massa



Il commento

Quella dallo smartphone è la più grande dipendenza di massa che l'umanità abbia conosciuto. Il cellulare ha mutato il nostro rapporto con il tempo rendendo tutto isterico, immediato, irrinviabile. Il tempo va divorato, non vissuto. Con il paradosso che questi mezzi, nati per farci, meritoriamente, risparmiare il tempo inutile delle file e degli sportelli, ci spinge poi a impiegare quel tempo guadagnato scrollando banalità sul cellulare

**Walter Veltroni**

***CORRIERE DELLA SERA***



# IL NUOVO CODICE DEONTOLOGICO DELLE GIORNALISTE E DEI GIORNALISTI

- Approvato all'unanimità dal Cnog a dicembre 2024
- In vigore dal primo giugno 2025
- Composto da un preambolo e 40 articoli (38 articoli + 2 disposizioni transitorie)
- Le Carte “non valgono”





## ARTICOLO 1 DEL NUOVO CODICE

- È diritto insopprimibile dei giornalisti la libertà d'informazione e di critica, limitata dall'osservanza delle norme di legge dettate a tutela della personalità altrui ed è loro obbligo inderogabile il rispetto della verità sostanziale dei fatti
- Devono essere rettificate le notizie che risultino inesatte
- Promuovere lo spirito di collaborazione tra colleghi, la cooperazione fra giornalisti e editori, e la fiducia tra la stampa e i lettori





## ARTICOLO 2 DEL NUOVO CODICE

- La/il giornalista difende la libertà di espressione e il diritto all'informazione di ogni persona. Esercita tale diritto rispettando i principi **dell'interesse pubblico** alla notizia, della **verità sostanziale** dei fatti e della **continenza espressiva**.





# ARTICOLO 4 DEL NUOVO CODICE

La/il giornalista:

- applica i principi deontologici nell'utilizzo, anche a livello personale, di qualsiasi strumento di comunicazione;
- adotta comportamenti e un linguaggio rispettosi della dignità della categoria e del decoro dell'Ordine, anche al di fuori dell'attività professionale





## ARTICOLO 10 DEL NUOVO CODICE

La/il giornalista  
a) rispetta il diritto all'identità personale ed evita di far riferimento a particolari relativi al passato, salvo quando essi risultino essenziali per la completezza dell'informazione;  
b) aggiorna le notizie, anche valutando le richieste dell'interessato, e facilita i processi di deindicizzazione online, qualora ne ricorrano i presupposti



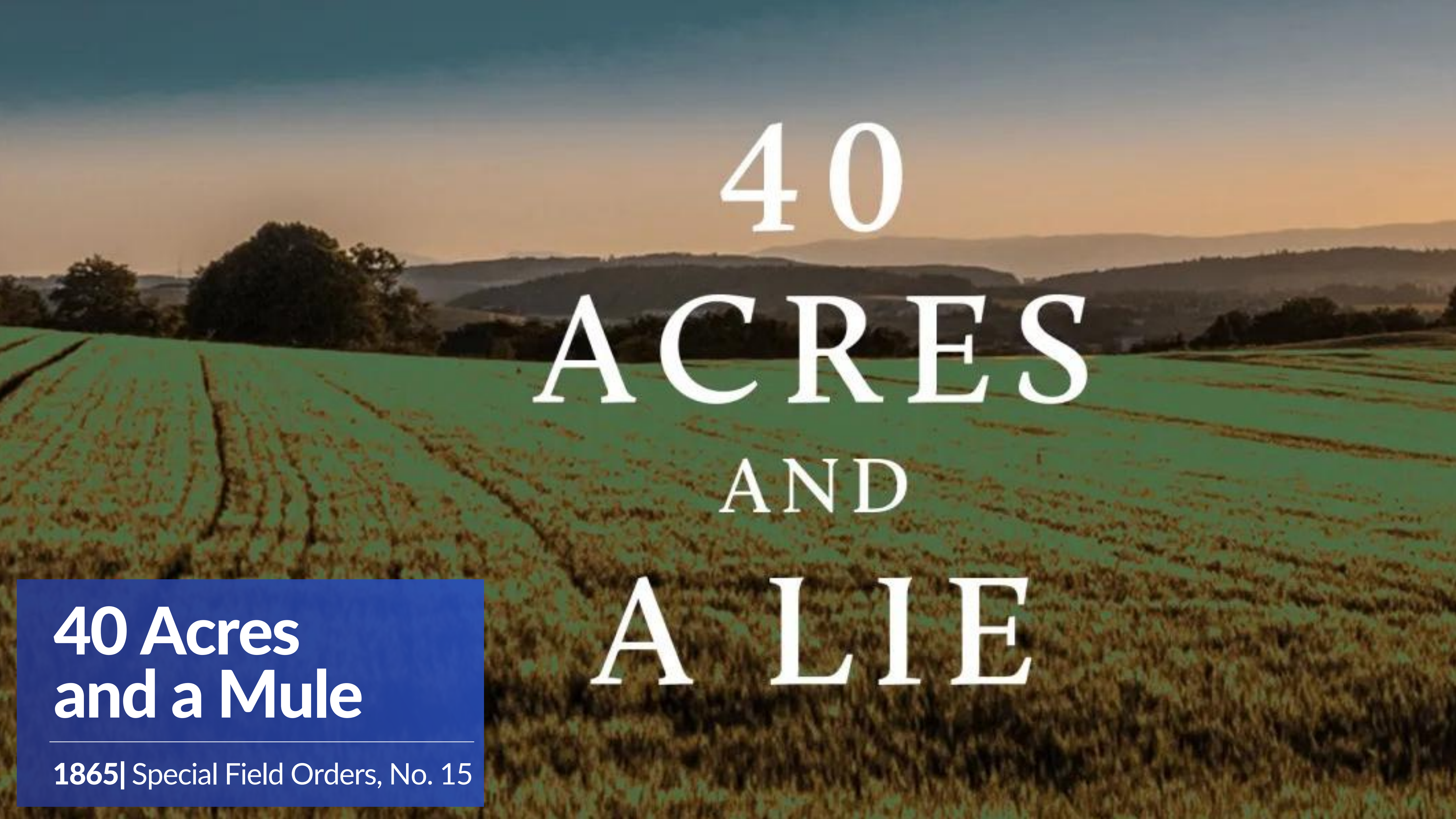


# ARTICOLO 19 DEL NUOVO CODICE

1. Fermo restando l'uso consapevole delle nuove tecnologie, l'intelligenza artificiale non può in alcun modo sostituire l'attività giornalistica.
2. Quando si avvale del contributo dell'intelligenza artificiale, la/il giornalista:
  - a) ne rende esplicito l'utilizzo nella produzione e nella modifica di testi, immagini e sonori, di cui assume comunque la responsabilità e il controllo, specificando il tipo di contributo;
  - b) verifica fonti e veridicità dei dati e delle informazioni utilizzati.
3. In nessun caso il ricorso all'intelligenza artificiale può considerarsi esimente in tema di obblighi deontologici







# 40 ACRES AND ALLIE

**40 Acres  
and a Mule**

1865| Special Field Orders, No. 15



**Epistemìa: scambiare  
la plausibilità per significato**

**Il grande tema della delega**





## ARTICOLO 50 AI Act - comma 4

I distributori di un sistema di intelligenza artificiale che genera o manipola il testo che viene pubblicato con lo scopo di informare il pubblico su questioni di interesse pubblico devono rivelare che il testo è stato generato o manipolato artificialmente. Tale obbligo non si applica...quando il contenuto generato dall'IA ha subito un processo di revisione umana o di controllo editoriale e se una persona fisica o giuridica detiene la responsabilità editoriale per la pubblicazione del contenuto.





## ARTICOLO 13 - Legge 132\2025

**Comma 2** - Per assicurare il rapporto fiduciario tra professionista e cliente, le informazioni relative ai sistemi di intelligenza artificiale utilizzati dal professionista sono comunicate al soggetto destinatario della prestazione intellettuale con linguaggio chiaro, semplice ed esaustivo





# Pillola azzurra o pillola rossa

---

Matrix





# Media literacy e felicità







**Locked into  
the worst deal  
in history?**

**Pay £39 billion  
nothing in return**



[leavemeansleave.eu](http://leavemeansleave.eu)

**Prebunking**






# Il contesto Dare forma

Il giornalismo non si limita a trasportare i contenuti da una fonte a un pubblico: li contestualizza, li spiega e li interpreta, ed è questo il motivo per cui continua a essere un bene strategico per la tenuta di ogni sistema sociale



A close-up portrait of Ryszard Kapuscinski, an elderly man with thinning grey hair, smiling slightly. He is wearing a dark suit jacket, a light blue shirt, and a red tie with a small white pattern. The background is a blurred stone building with arched windows. A blue rectangular box is overlaid on the left side of the image, containing white text.

Il cinismo è un  
atteggiamento  
che allontana dal nostro  
mestiere, almeno se lo si  
concepisce in modo serio

---

Ryszard Kapuscinski





# Contatti

## **Ordine dei Giornalisti dell'Emilia-Romagna**

Strada Maggiore, 6  
40125 Bologna (BO)

Tel. 051235461  
[info@odg.bo.it](mailto:info@odg.bo.it)

