



**ISTITUTO SUPERIORE  
MARIO BOELLA**

# **COSA RISCHIO INSTALLANDO UN'APP? GIOCANDO SI IMPARA**

*ANTONELLA FRISIELLO*

*ISTITUTO SUPERIORE MARIO BOELLA*

Quali pericoli corriamo utilizzando internet e gli strumenti digitali?  
Uno, nessuno o decisamente troppi!

Centro Congressi Torino Incontra  
10 dicembre 2013

*M. Boella*  
**I S M B**

Istituto Superiore Mario Boella



CAMERA DI COMMERCIO  
INDUSTRIA, ARTIGIANATO E AGRICOLTURA  
DI TORINO



## ...SI DICE CHE LA RETE SIA COME UNA PIAZZA...

- Il 96% degli adolescenti utilizza **internet tutti i giorni**
  - Quasi il 100% dei giovani **rende pubblico il proprio indirizzo e-mail**
  - L'89% pubblica la propria **data di nascita**
  - Il 75% condivide foto via **smartphone**
  - Il 46% accetta **contatti** e **amicizia** da **persone che non conosce**
  - Il 55% rende pubbliche **foto personali**
  - Fra il 30-40% rivela **dettagli sulla propria famiglia** o amici
  - 29% posta **immagini inopportune** e diffonde **pettegolezzi** su altre persone
- 
- Il 29% di chi ha concesso amicizia a sconosciuti ha subito episodi di **stalking**
  - Il 24% è stato oggetto di **pettegolezzi** e di **diffusione di informazioni e contenuti privati**
- Più del 40% dice di non sapere come **“bloccare messaggi, salvare bookmark, cercare informazioni sulla sicurezza online, cambiare le impostazioni di privacy, capire se un sito (o un app) è affidabile”**.



Computer e reti sono oggetti animati.  
Nascono per funzionare,  
prima che per essere usati dalle persone.



La rete sembra una folla cibernetica.  
Oltre alle persone, i computer sono  
liberi di collegarsi e comportarsi in  
modo molto più evoluto di quanto ci  
aspettiamo.

Le nuove tecnologie offrono interfacce e  
interazioni sempre più **accattivanti** e **intuitive!**  
Inoltre sono **proattive**, ci offrono molte  
funzionalità, ci chiedono **sempre meno sforzo**.

—● ESTENSIONI TECNOLOGICHE  
DELLE NOSTRE **ABILITÀ** NATURALI  
(ricordare, comunicare, inventare, ...)  
CHE COSÌ SI MODIFICANO

Rushkoff, 2010

Nella nostra vita di tutti i giorni  
continuiamo ad accettare nuove tecnologie,  
in genere investendo pochissimo  
nella comprensione di come funzionano.



77% people watching TV  
are also using another  
device at the same time



75% of the time people are  
using tablet, they are also  
using another device



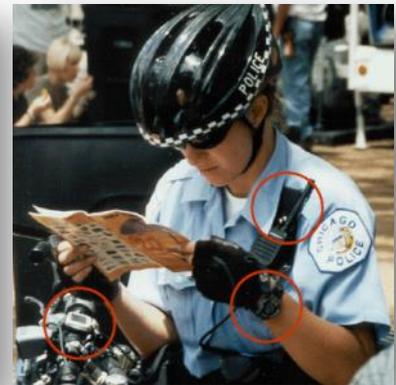
67% of the time people are  
using a PC, they're also using  
another device



57% of the time people are  
using a smartphone, they are  
also using another device

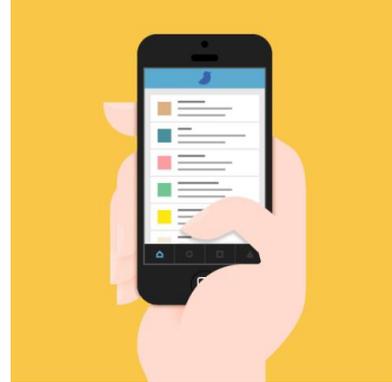
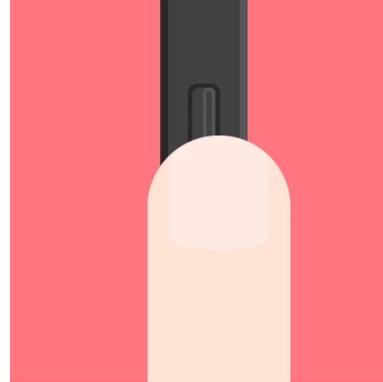
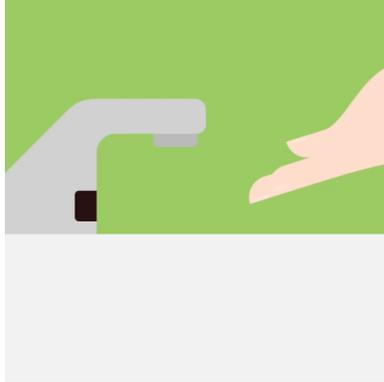
# MOBILE NON È SOLO LA TECNOLOGIA, LO SIAMO ANCHE NOI

L'accuratezza delle nostre azioni  
diminuisce tanto più sono le attività che svolgiamo contemporaneamente.  
Questo non è un problema della tecnologia,  
ma dipende da come noi decidiamo di usarla.



# MICRO-INTERAZIONI

- Sono azioni che compiamo in un intervallo di tempo molto ristretto, usando uno strumento (elettrodomestici, computer e telefoni, app, ...)
- Sullo smartphone, ogni volta che modifichiamo un'impostazione, impostiamo un allarme, scegliamo una password, facciamo un login, aggiorniamo un messaggio di stato, salviamo un preferito, regoliamo il volume della musica, disattiviamo una funzione siamo impegnati in una micro-interazione.



# 50 MSEC

Si ha solo un'occasione per farsi una prima impressione.

«Il cervello può dare giudizi in un tempo veloce quasi pari alla saccade dell'occhio».

Le impressioni vengono create nei primi 50 millisecondi di visione.

The image shows a screenshot of a news article from the website 'nature.com'. The article is titled 'Web users judge sites in the blink of an eye' and is subtitled 'Potential readers can make snap decisions in just 50 milliseconds.' The author is Michael Hopkin. The article text discusses a study by researchers in Canada showing that the quality of a web page has a lasting impact on their opinions, and that the brain can make flash judgements almost as fast as the eye can take in the information. The article was published online on 13 January 2006. The screenshot also shows a navigation menu with links like 'nature news home', 'news archive', 'specials', 'opinion', 'features', 'news blog', and 'nat'. There is a 'comments on this story' link and a 'Stories by subject' section with links for 'Brain and behaviour' and 'Technology'. A small inset image shows a thumbnail of the article's content.

**nature** International weekly journal of science

nature news home | news archive | specials | opinion | features | news blog | nat

Published online 13 January 2006 | Nature | doi:10.1038/news060109-13

**News**

## Web users judge sites in the blink of an eye

**Potential readers can make snap decisions in just 50 milliseconds.**

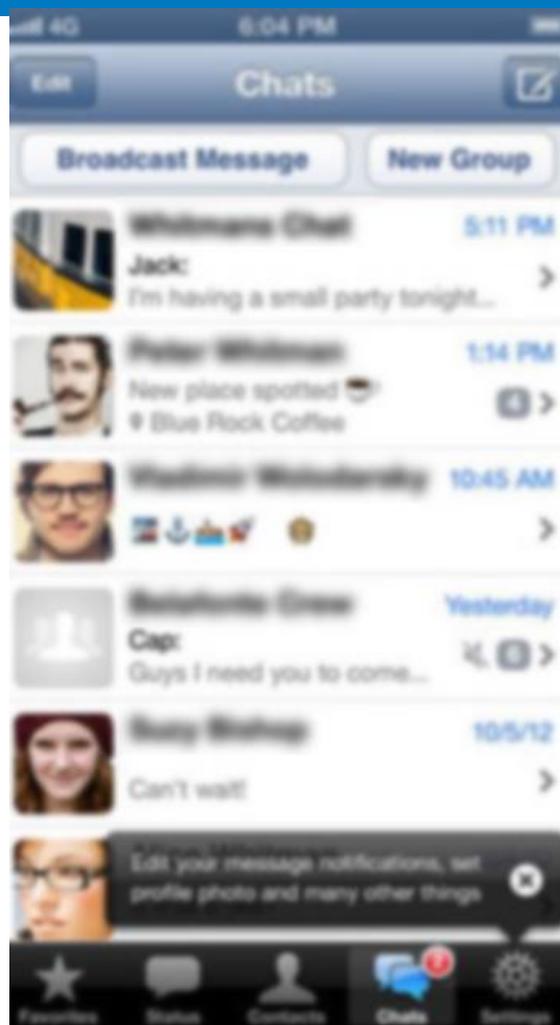
Michael Hopkin

Like the look of our website? Whatever the answer (and hopefully it was yes), the chances are you made your mind up within the first twentieth of a second. A study by researchers in Canada has shown that the snap decisions Internet users make about the quality of a web page have a lasting impact on their opinions.

We all know that first impressions count, but this study shows that the brain can make flash judgements almost as fast as the eye can take in the information. The discovery came as a

Quickly now: like what you see?

Hopkin, 2006



**NON RISCHIAMO DI...**

# ... ACCETTARE TERMINI DI SERVIZIO CHE NON CONOSCIAMO

A screenshot of a Facebook Terms of Service dialog box. The title bar reads "Terms of Service". The main text contains several paragraphs of legal terms, including a requirement to read and agree to the terms before submitting videos, a statement of agreement to be bound by Facebook's Code of Conduct and Terms of Use, and a warning that failure to adhere to these terms may result in account termination and content deletion. At the bottom, there is a line of text stating "I AGREE I have read and agree to all of the terms and conditions above and the Facebook Code of Conduct and Terms of Use," followed by two buttons: "Agree" and "Do Not Agree".

**Terms of Service**

**BEFORE SUBMITTING ANY VIDEOS FOR THE FIRST TIME, YOU MUST READ AND AGREE TO THE TERMS OF THIS SUBMISSION AGREEMENT, WHICH APPLIES TO ALL VIDEOS UPLOADED FROM YOUR ACCOUNT AT ANY TIME.**

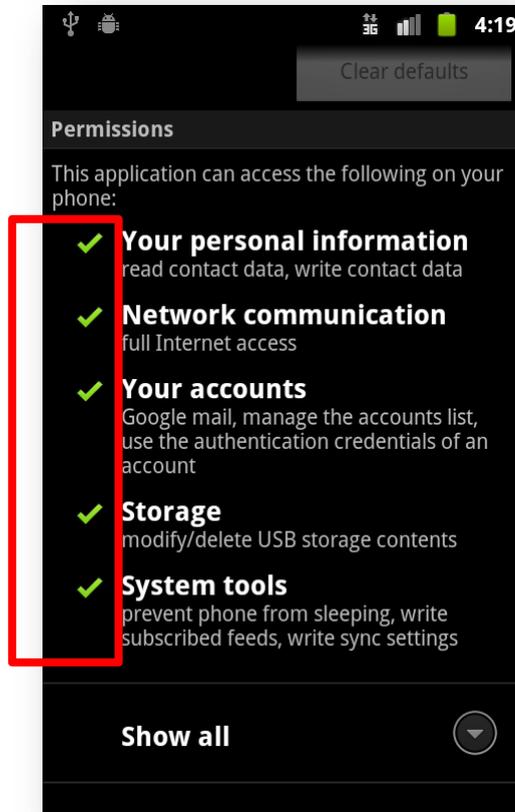
By submitting any videos to Facebook, you hereby agree to be bound by, and that all videos will fully comply with, the Facebook Code of Conduct and Terms of Use. Without limiting the foregoing, you understand that Facebook Video is intended to be used to post and share videos of a personal nature that is (i) of you or your friends, (ii) is taken by you or your friends, or (iii) is original art or animation created by you or your friends. Therefore, you agree not to upload any videos other than original works created by you or your friends.

You further agree not to upload any videos that infringe upon or violate the copyright, trademark, publicity, privacy or other rights of any third party and not to attempt to circumvent any content filtering techniques we may employ.

**FAILURE TO ADHERE TO THE CODE OF CONDUCT AND TERMS OF USE MAY RESULT, AMONG OTHER THINGS, IN TERMINATION OF YOUR ACCOUNT AND THE DELETION OF CONTENT THAT YOU HAVE POSTED ON FACEBOOK, WITH OR WITHOUT NOTICE, AS DETERMINED BY FACEBOOK IN ITS SOLE DISCRETION.**

I AGREE I have read and agree to all of the terms and conditions above and the Facebook Code of Conduct and Terms of Use.

# ...DARE TROPPE AUTORIZZAZIONI



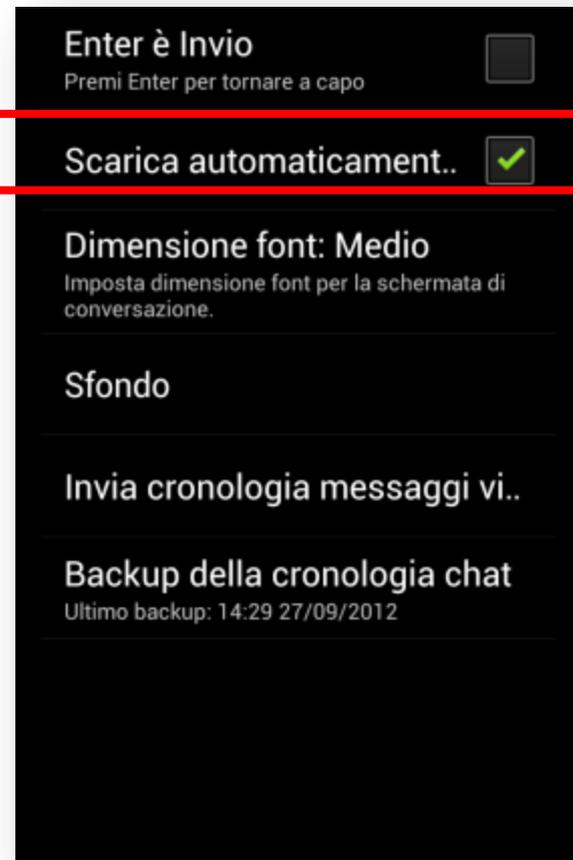
# ...RILASCIARE TROPPE AUTORIZZAZIONI

## Le app accedono ai dati residenti sul telefono

- Numero di telefono e dati dei contatti
- Registri delle chiamate
- Dati internet
- Calendario
- Posizione del dispositivo
- ID univoco del dispositivo
- Informazioni su come si utilizza l'applicazione stessa

## E usarli per fare diverse cose...

- Inviare pubblicità
- Proporre acquisti e/o giochi a pagamento
  - Linkare social media
  - Veicolare malware



## ... DARE UN'IMMAGINE SBAGLIATA DI NOI

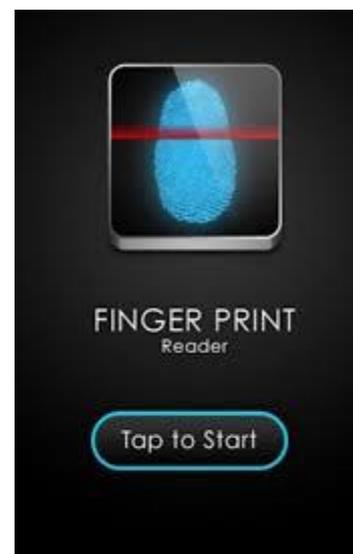
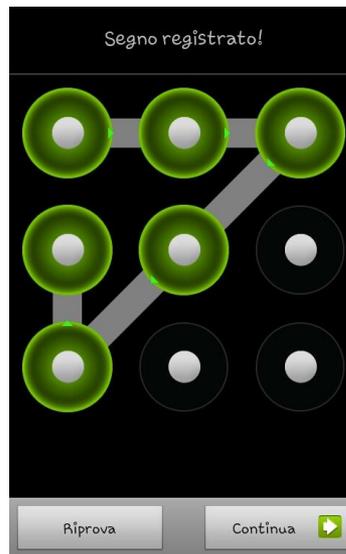
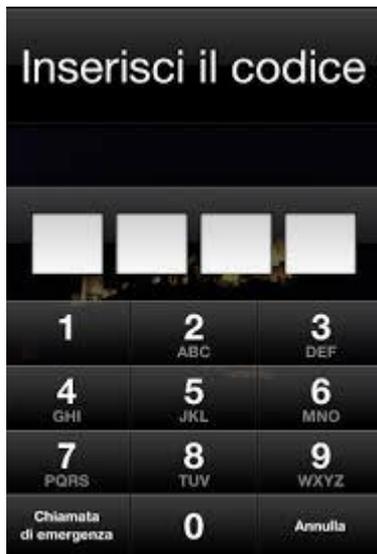


La comunicazione umana avviene

- Solo il 7% a livello verbale
- il 38% sul tono e volume della voce
- Il 55% sull'espressione corporea, gestuale e facciale

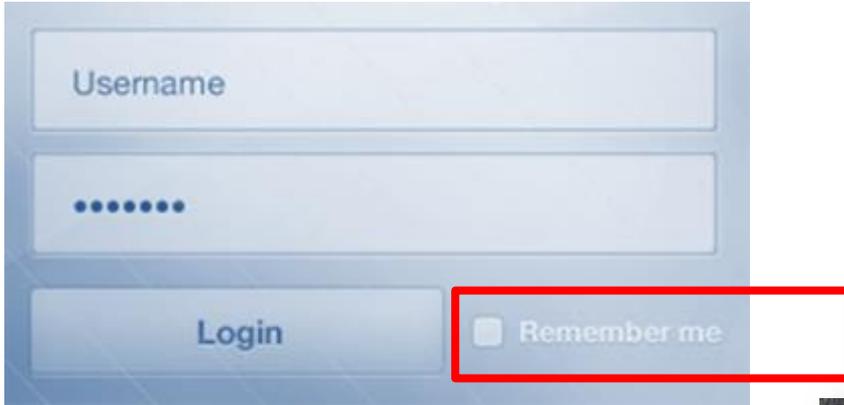
*Il nickname parla di noi*

# ...SUBIRE SCHERZI NON GRADITI

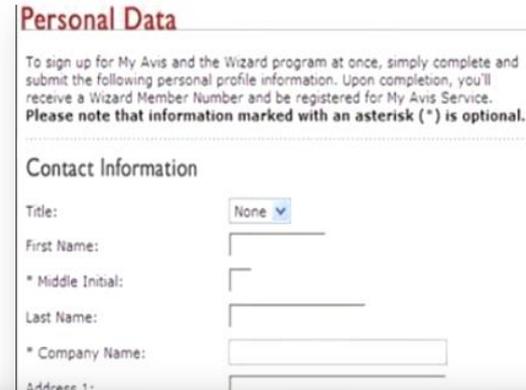


Oltre al salvaschermo,  
attiva il codice di blocco!

# ...FURTO DI IDENTITÀ



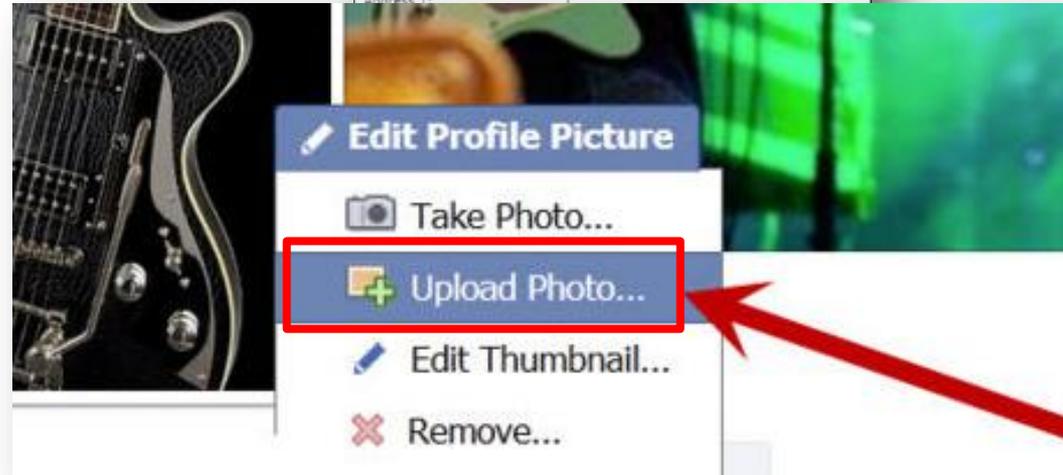
A login form with a 'Username' field, a password field (represented by dots), and a 'Login' button. A red box highlights the 'Remember me' checkbox.



**Personal Data**  
To sign up for My Avis and the Wizard program at once, simply complete and submit the following personal profile information. Upon completion, you'll receive a Wizard Member Number and be registered for My Avis Service. **Please note that information marked with an asterisk (\*) is optional.**

**Contact Information**  
Title:    
First Name:    
\* Middle Initial:    
Last Name:    
\* Company Name:    
Address 1:

È proprio indispensabile dare la tua password a un amico?



## ... DI ESSERE DERUBATI



my new credit card is so pretty ☐☐ [pic.twitter.com/Z1lz4byHvY](https://pic.twitter.com/Z1lz4byHvY)

🔄 Ritwittato da Debit Card



Selling your data is a multi-billion dollar industry.



### Trackers Blocked

Trackers are companies that track where and what you browse on the internet. They may associate your online data with offline data and sell your data and or use it to show you targeted ads. Epic is the only browser that actively blocks trackers.



### Third-party Cookies Blocked.

A cookie is a small piece of data sent from a website and stored in your browser. Cookies from companies other than the website you're visiting (third-party cookies) are almost always used to track your browsing.



# ... DI SAPERE CHI CERCA INFORMAZIONI SU DI NOI

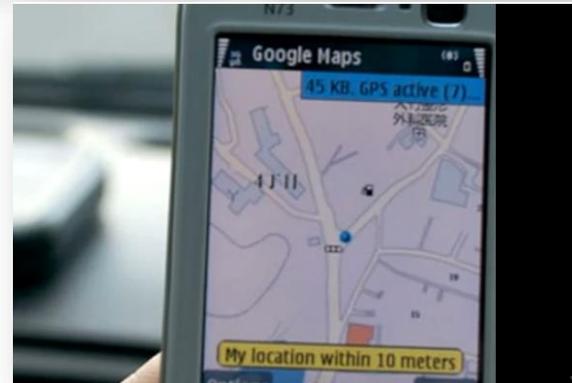
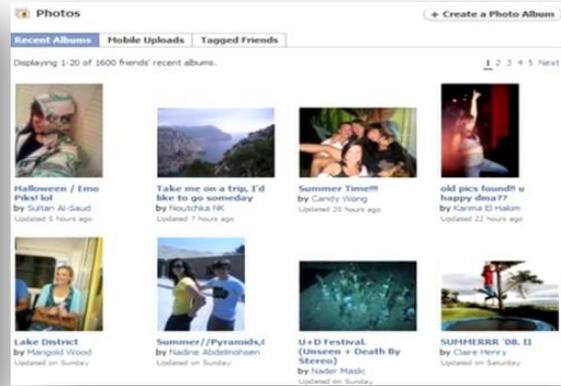
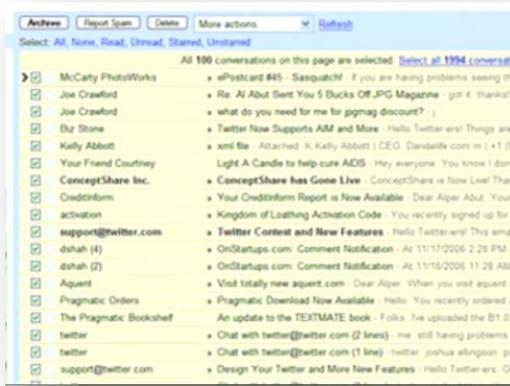
## IO SUL WEB

Con Io sul Web puoi ricevere una notifica quando i tuoi dati personali vengono visualizzati sul Web. Puoi utilizzare Io sul Web per essere avvisato quando i tuoi dati personali (ad esempio il tuo indirizzo email o il tuo numero di telefono) vengono pubblicati online.

Per creare avvisi, procedi nel seguente modo:

1. Accedi al tuo account Google e passa alla sezione "Io sul Web" [↗](#).
2. Fai clic su **Gestisci i miei avvisi web**.
3. Fai clic sul pulsante rosso per creare un avviso.
4. Il campo di testo viene precompilato con il tuo nome e puoi fare clic su di esso per visualizzare gli avvisi più suggeriti.  
Fai clic su **Aggiungi** per aggiungere un avviso, sull'icona della matita per apportare eventuali modifiche e sull'icona del cestino se desideri eliminare un avviso.
5. Nel menu a discesa "Frequenza", seleziona la frequenza con cui desideri ricevere un avviso.
6. Nella casella a discesa del destinatario, scegli a quale indirizzo email vuoi che vengano inviati gli avvisi.

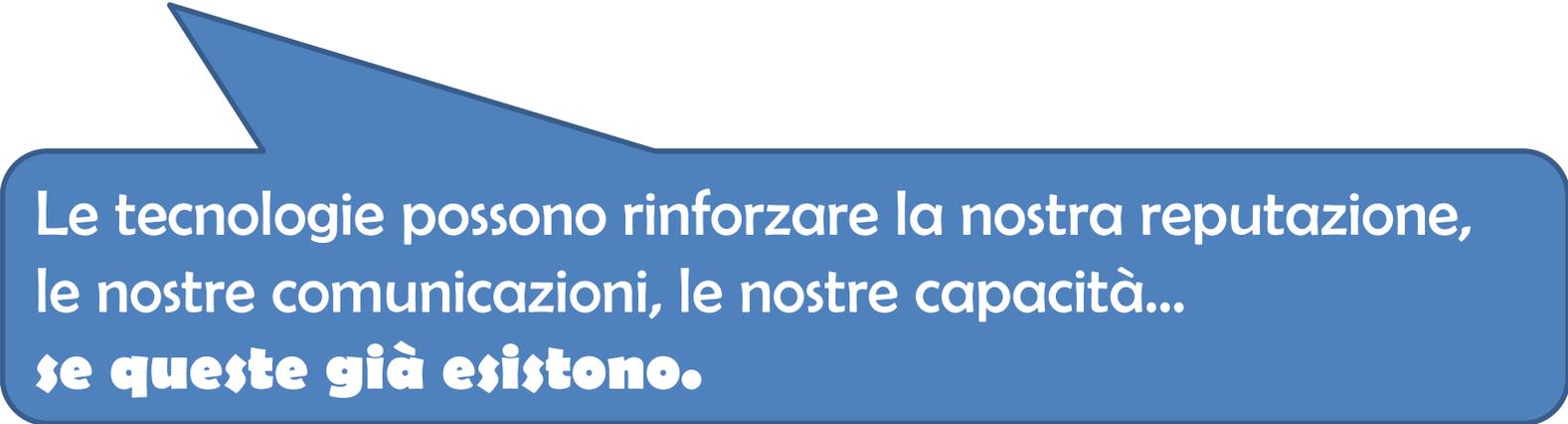
# ... ALIMENTARE UN DOSSIER DIGITALE



# DALL'INDIVIDUO ALLA COMMUNITY

Naturalmente tutti noi dovremmo tenere le nostre informazioni personali riservate. Ma la tecnologia è anche uno **strumento di inclusione sociale, partecipazione, socializzazione.**

Senza la consapevolezza di ciò che diciamo e facciamo online, è più probabile trovarsi in situazioni spiacevoli, lontane da quello che ci aspettiamo.



Le tecnologie possono rinforzare la nostra reputazione, le nostre comunicazioni, le nostre capacità...  
**se queste già esistono.**

# CYBERJUNGLE

è un esperimento che attraverso un **Mobile game** ...

...raccolge e propone informazioni e suggerimenti per la manutenzione delle proprie informazioni e dei propri dispositivi



ISMB presenta

# CYBER jungle

INTERNET È IL MONDO  
IL MONDO È UNA GIUNGLA  
INTERNET È UNA GIUNGLA



# Gioca



Livelli

Consigli Preziosi



Classifica



Impostazioni



Crediti



# GIOCANDO IMPARIAMO

- Grafica 2D e 3D
- **Livelli** progressivi
- **Classifica** dei punteggi
- Nozioni di base sui **rischi** legati alla divulgazione di informazioni personali, la privacy, gli strumenti di protezione
- Buone pratiche e **abilità** per la creazione, il mantenimento e la protezione della propria identità digitale
- **Domande** per allenare con le proprie conoscenze e valutare l'attitudine al rischio





Nel tuo profilo hai deciso di indicare solo la provincia in cui risiedi.

Il tuo indirizzo di casa non è necessario a chi ti conosce.



Per vincere una promozione telefonica hai inviato il contatto email di 5 persone che conosci.

Non si divulgano informazioni personali di altri.

# ABILITÀ | RISCHI | DOMANDE



Molte app possono registrare automaticamente il luogo in cui ti trovi.

Questa è un'informazione...

personale

inaffidabile

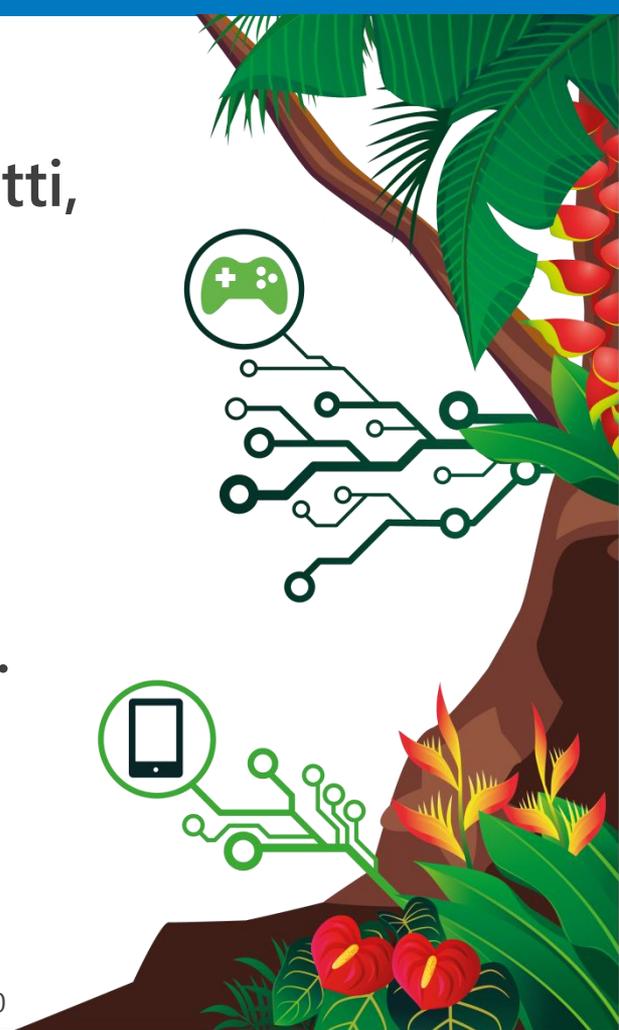
pubblica

anonima

Le tecnologie digitali non sono solo oggetti,  
ma **sistemi complessi** che nascono per  
e perseguono degli scopi.

Hanno comportamenti e intenzioni.  
L'invito è di **esplorarle**,  
**comprenderne il linguaggio e le strategie**.  
per essere in grado di  
**proteggere la propria identità digitale**,  
e allo stesso tempo **essere se stessi**.

Rushkoff, 2010



# CREDITS



Concept and Project Management Antonio Lotito  
3D Design and Development Francesco Ruà  
3D Design Gianfranco Caputo  
User Experience Antonella Frisiello  
Mobile Development Gianluca Spoto  
Mobile Development Thomas Bolognesi  
Mobile Development Vito Macchia  
Graphic Design Sara Oggero  
Sound Design Davide Chiarello



*M. Boella*  
**I S M B**  
Istituto Superiore Mario Boella



Un ringraziamento speciale Barbara Forresi e  
per la supervisione sui contenuti a: Telefono Azzurro