

# Abilità informatiche

A.A. 2023/2024

## 04 - Digital Literacy

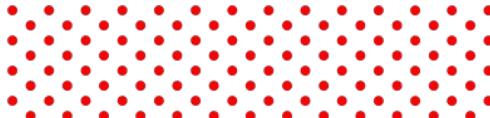
Sebastian Barzaghi

[sebastian.barzaghi2@unibo.it](mailto:sebastian.barzaghi2@unibo.it)

<https://orcid.org/0000-0002-0799-1527>

Riassunto della  
lezione precedente  
(03b)

# Tecnologie a supporto dei client



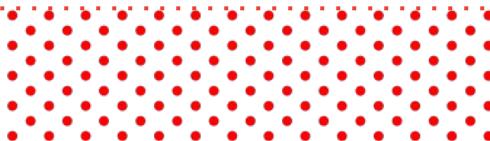
Protocollo HTTP



Uno o più formati di rappresentazione (es. HTML)



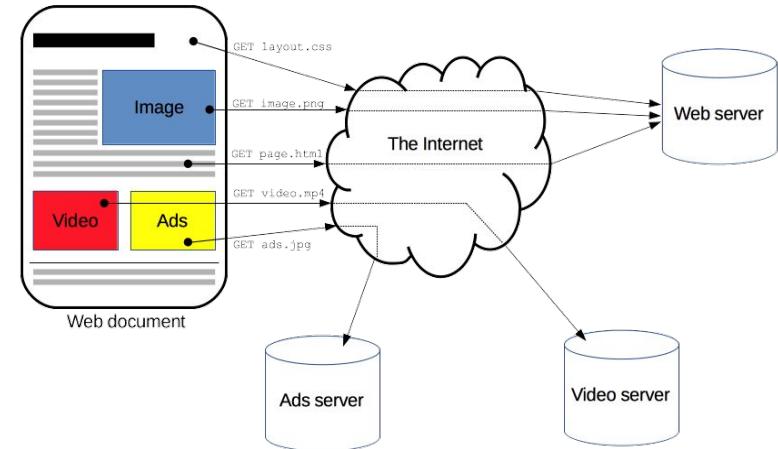
Tecnologie di rete: TCP, IP, DNS



# Cos'è il protocollo HTTP?

Per comunicare, gli elementi all'interno delle reti devono seguire regole comuni

Protocollo di comunicazione utilizzato per il trasferimento di dati tra un client e un server su una rete



Fonte:

<https://developer.mozilla.org/en-US/docs/Web/HTTP/Overview>

# Messaggio HTTP

Una testa composta da:

- una riga descrittiva (di richiesta o di risposta)
- *intestazioni* (o *header*) opzionali che specificano la richiesta o descrivono il corpo del messaggio

Una riga vuota di separazione tra testa e corpo

Un corpo

```
PUT /create_page HTTP/1.1
Host: localhost:8000
Connection: keep-alive
Upgrade-Insecure-Requests: 1
Content-Type: text/html
Content-Length: 345
```

**Body line 1**

**Body line 2**

...

Fonte:

<https://developer.mozilla.org/en-US/docs/Web/HTTP/Messages>

# Metodi di richiesta HTTP

```
GET /users HTTP/1.1  
Host: api.example.com
```

```
POST /users HTTP/1.1  
Host: api.example.com  
Content-Type: application/json  
  
{  
  "name": "John Doe",  
  "email":  
  "j.doe@example.com",  
  "password": "password123"}  
}
```

```
DELETE /users/123 HTTP/1.1  
Host: api.example.com
```

```
PUT /users/123 HTTP/1.1  
Host: api.example.com  
Content-Type: application/json  
  
{  
  "name": "John Doe",  
  "email": "john.doe@example.com",  
  "password": "nuovapassword456"}  
}
```

# Risposta HTTP

```
HTTP/1.1 100 Continue  
Content-Length: 0  
Connection: keep-alive
```

```
HTTP/1.1 301 Moved Permanently  
Location:  
https://www.new-example.com
```

```
HTTP/1.1 404 Not Found  
Content-Type: application/json
```

```
{  
    "error": "Risorsa non  
trovata",  
    "message": "La pagina  
richiesta non esiste."  
}
```

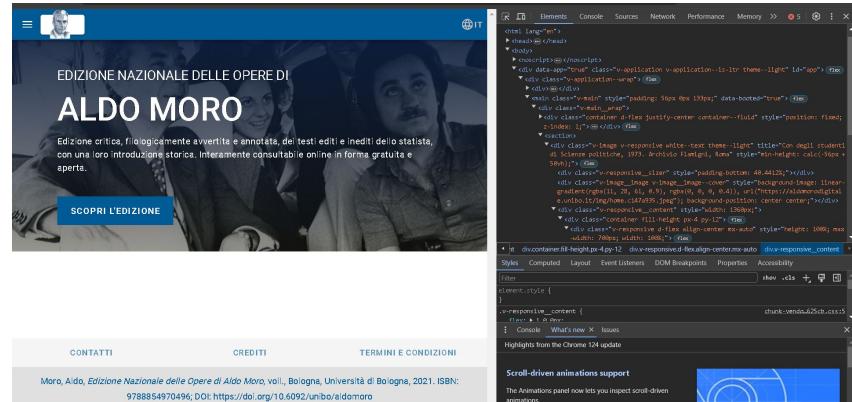
```
HTTP/1.1 200 OK  
Content-Type: application/json  
  
{  
    "message": "Richiesta completata con  
successo.",  
    "data": {  
        "user_id": 123,  
        "name": "John Doe",  
        "email": "john.doe@example.com"  
    }  
}
```

```
HTTP/1.1 500 Internal Server Error  
Content-Type: text/plain
```

Si è verificato un errore interno del server.

# Pagina Web

Documento ipertestuale  
pubblicato sul World Wide Web e  
visualizzato dall'utente tramite un  
client (browser, app, ecc.)



Consiste in un documento HTML e file correlati che il client richiede ad uno o più server per elaborarli e generare la visualizzazione sullo schermo del dispositivo

# Cos'è l'Hypertext Markup Language?

Linguaggio di marcatura che definisce la struttura e la semantica del contenuto di una pagina web

Consiste in una serie di **elementi** che vengono utilizzati per racchiudere parti del contenuto della pagina per farle apparire e/o comportare in una certa maniera

```
<!DOCTYPE html>
<html>
<body>

<h1>My First Heading</h1>

<p>My first paragraph.</p>

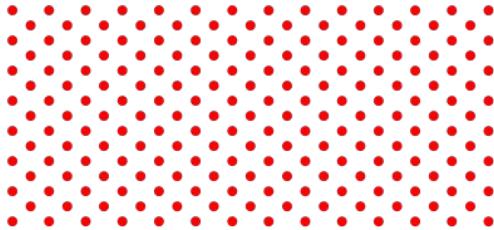
</body>
</html>
```



**My First Heading**

My first paragraph.

# Marcatura di un testo



Annotazione del testo per definire esplicitamente i ruoli strutturali e semantici delle parti di cui è costituito

libro

capitolo

paragrafo

Alice was beginning to get very tired of sitting by her sister on the bank, and of having nothing to do: once or twice she had peeped into the book her sister was reading, but it had no pictures or conversations **in** it, "and what is **the use of** a book," thought Alice, "without pictures or conversations?"

paragrafo

So she was considering in her own mind, (as well as she could, for the hot day made her feel very sleepy and stupid,) whether the pleasure of making a daisy-chain would be worth the trouble of getting up and picking the daisies, when suddenly a white rabbit with pink eyes ran close by her.



Fonte: <https://basic-inf.github.io/2022-2023/chapters/08.pdf>

# Introduzione a HTML

Linguaggio che segue una sintassi simile a XML e che inoltre utilizza uno specifico vocabolario costituito da elementi ed attributi per identificare i vari ruoli strutturali e semantici di una pagina Web

Il contenuto di un elemento può essere testo, altri elementi, o entrambi

<p> Questo è un paragrafo. </p>

Tag di inizio

Contenuto

Tag di fine

<body>

<h1> Questo è un titolo. </h1>

<p>

Questo è un paragrafo.

</p>



</body>

# Struttura base

- **<!DOCTYPE>**: informazione per il client riguardante il tipo di documento che si deve aspettare
- **<html>**: documento HTML
- **<head>**: intestazione con metadati del documento
- **<body>**: contenuto del documento

```
<!DOCTYPE html>
<html lang="en">
  <head>
    <!--INTESTAZIONE-->
  </head>
  <body>
    <!--CONTENUTO-->
  </body>
</html>
```

# Attributi

Specificano le funzioni degli elementi, le loro tipologie, memorizzano dati, arricchiscono il significato del contenuto, ecc.

- **href**: destinazione del collegamento
- **src**: fonte della risorsa
- **title**: testo aggiuntivo a comparsa
- **alt**: testo alternativo

```
<a href="https://www.example.org/" title="Link di esempio">Questo è un link</a>  

```

# Cos'è un indirizzo Internet Protocol?

Pur usando l'URL per accedere ad una risorsa, in realtà il server web che la ospita non è direttamente raggiungibile usando il suo nome ma attraverso un indirizzo specifico

Un indirizzo IP è un identificativo numerico assegnato a ogni dispositivo connesso a Internet

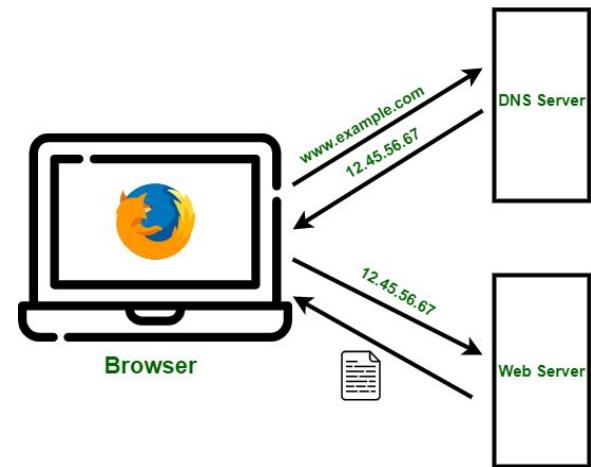
**Il tuo IP è 154.47.16.57**

<b>Operatore</b>	Datacamp Limited
<b>Posizione</b>	111411, Bogotá, Bogota D.C., Colombia (CO) 
<b>Hostname</b>	unn-154-47-16-57.datapacket.com
<b>Browser</b>	Chrome 124.0.0.0
<b>Sistema Operativo</b>	Windows
<b>Mobile</b>	No

# Cos'è il Domain Name System?

Quando un utente inserisce un URL o clicca su un link, il browser deve scoprire l'indirizzo IP associato a quel dominio per stabilire una connessione

Sistema di nomenclatura utilizzato per tradurre i nomi di dominio degli indirizzi Web in indirizzi IP numerici



Fonte:

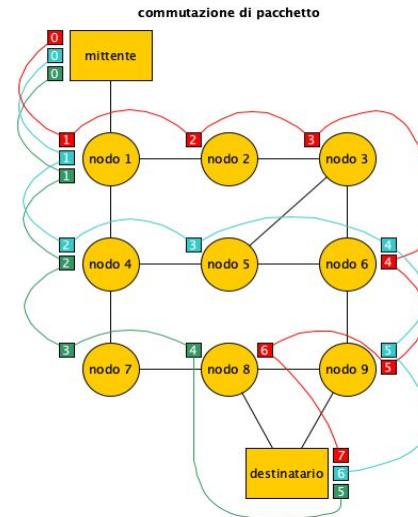
<https://www.geeksforgeeks.org/working-of-domain-name-system-dns-server/>

# Cos'è il Transmission Control Protocol?

Protocollo che garantisce una trasmissione affidabile dei dati attraverso una rete

Commutazione di pacchetto

Suddivisione dei dati in pacchetti, aggiunta di un'intestazione che contiene informazioni sui dati, e garanzia che i pacchetti siano consegnati senza errori e nell'ordine corretto



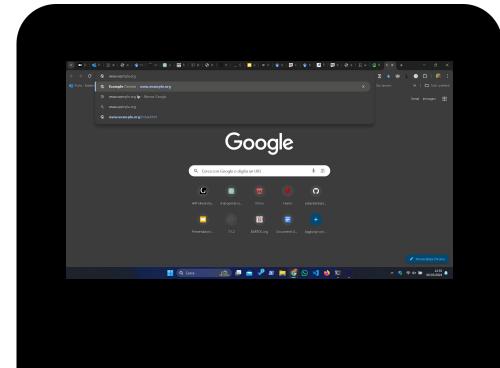
Fonte:

<https://basic-inf.github.io/2022-2023/chapters/06.pdf>

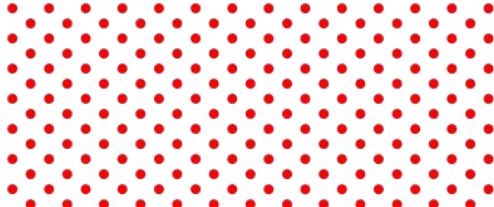
# Ricapitolando

Il Web ~ una strada; ad un'estremità c'è il client (casa), all'altra il server (un negozio)

Inserisci un URL / clicchi su un link durante la navigazione tramite browser (~ cammini fino al negozio)



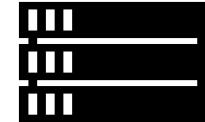
# Ricapitolando



Il browser si collega al server DNS e trova l'indirizzo reale del server su cui risiede il sito web (~ trovi l'indirizzo del negozio)



IP di  
www.example.org?

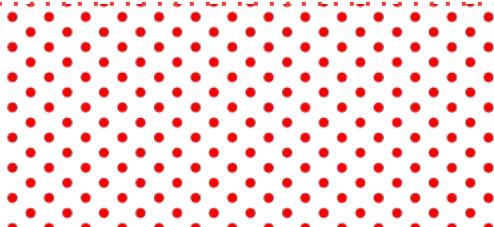


Server DNS

1

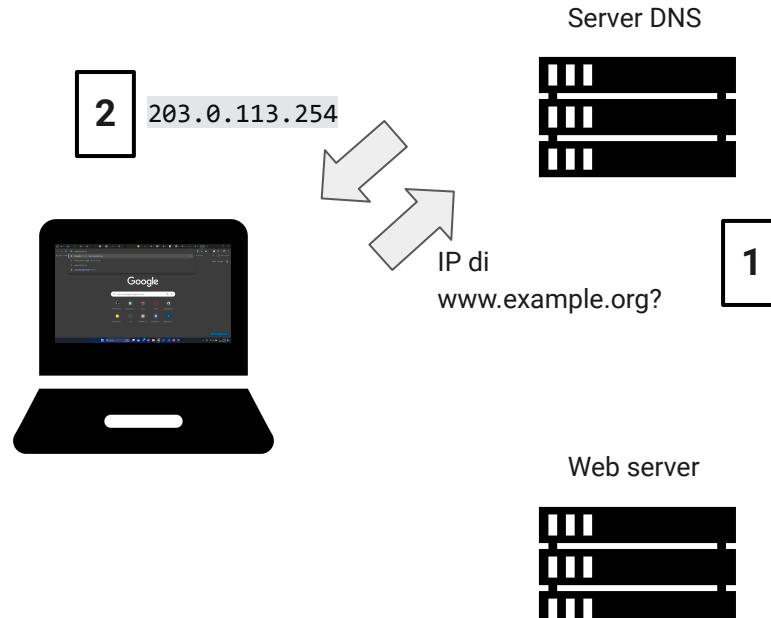


Web server



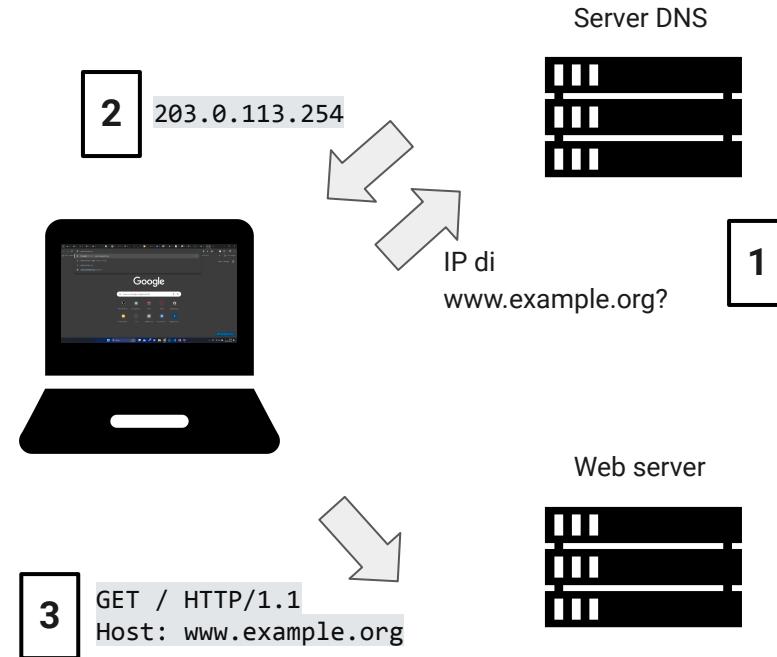
# Ricapitolando

Il browser si collega al server DNS e trova l'indirizzo reale del server su cui risiede il sito web (~ trovi l'indirizzo del negozio)



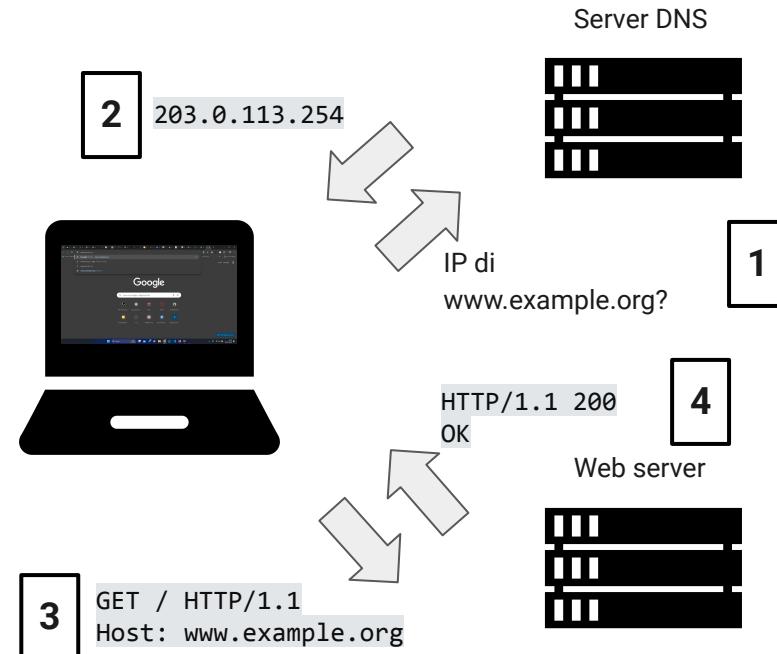
# Ricapitolando

Il browser invia un messaggio di richiesta HTTP al server, chiedendogli di inviare una copia del sito web al client (~ andare al negozio e ordinare i tuoi prodotti)



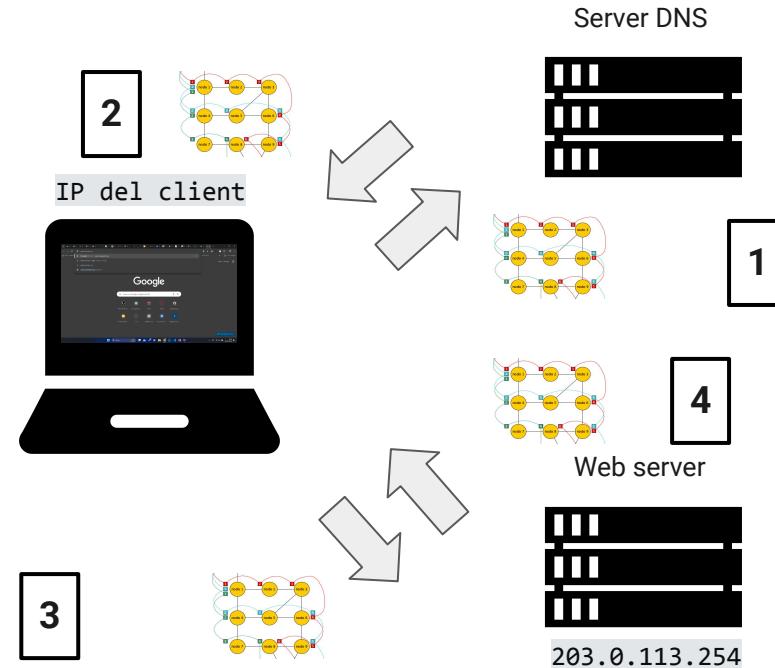
# Ricapitolando

Se il server approva la richiesta del client, invia al client un messaggio "200 OK", che significa "Certo, puoi guardare quel sito web! Eccolo qui", e inizia quindi a inviare i file del sito web al browser sotto forma di pacchetti di dati (~ il negozio ti consegna i tuoi beni, e li riporti a casa)

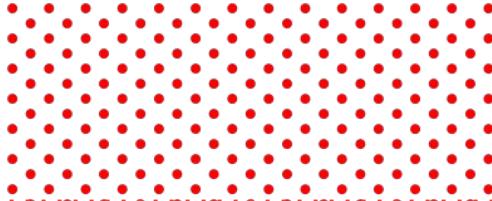


# Ricapitolando

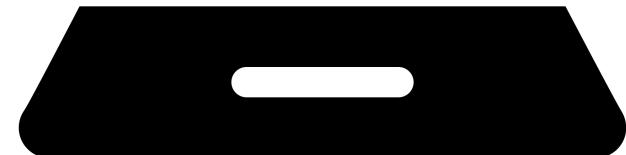
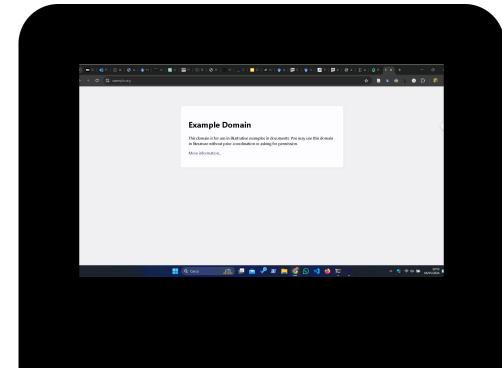
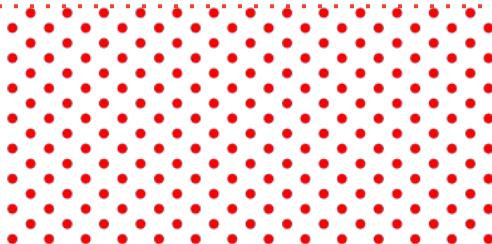
Questo messaggio e tutti i dati inviati tra il client e il server vengono trasmessi attraverso la tua connessione Internet utilizzando TCP/IP



# Ricapitolando



Il browser assembla i pacchetti in una pagina web completa e la visualizza a schermo (~ i prodotti arrivano alla tua porta)



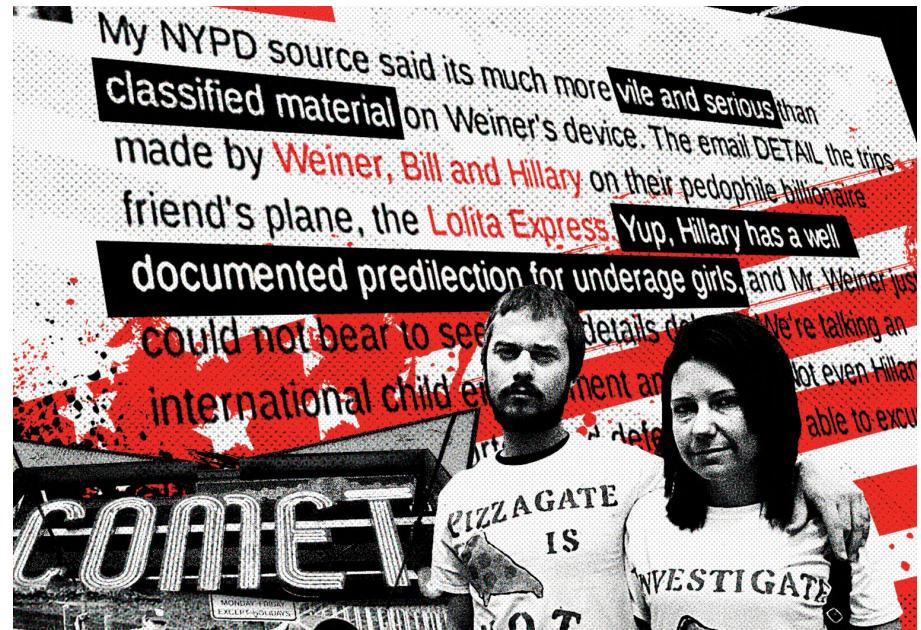
## 4.1 Disinformazione

Definizione  
Tipi  
Esempi  
Conseguenze  
Soluzioni

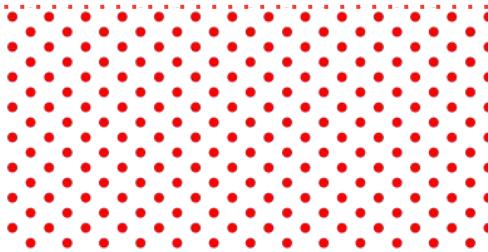
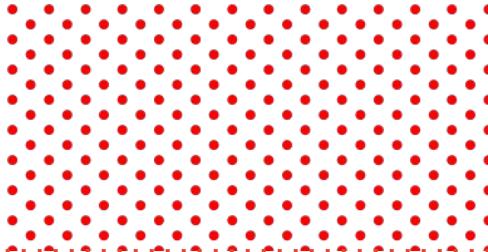
# PizzaGate

Teoria del complotto emersa durante la campagna presidenziale statunitense del 2016

Affermazione: *Hillary Clinton gestisce una rete di prostituzione minorile in una pizzeria di Washington, D.C.*



# Web come fonte



Il Web è una fonte sconfinata di informazioni di ogni tipo

Cerchi informazioni sul Web? Quanto spesso?

Quanto ti sono d'aiuto queste informazioni?

Ciò che leggi o guardi online è sempre vero?

Come fai a saperlo?

# Disinformazione

Fenomeno di condivisione di contenuti informativi falsi, fuorvianti o decontestualizzati, effettuata da agenti consapevoli o inconsapevoli, con una serie di possibili intenti, e spesso caratterizzata da un aspetto *memetico*

LA DISINFORMAZIONE NON È SOLO NOTIZIE FALSE.  
SI TRATTA DI UNA CATEGORIA MOLTO VASTA CHE AL SUO INTERNO RACCHIUDE ESEMPI DIFFERENTI:  
NOTIZIE FUORI CONTESTO,  
IMPRECISE, IMMAGINI MODIFICATE, CONTENUTI MANIPOLATI

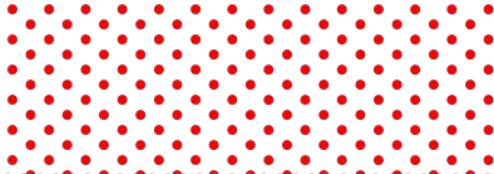


RASSEGNA STAMPA PER BAMBINI - FAKE NEWS

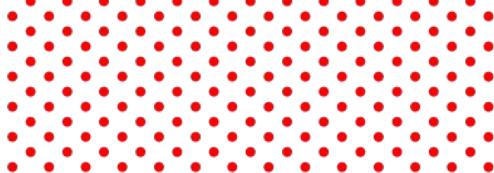
propaganda e pubblicità	utilizzata in politica e dalle aziende per influenzare comportamenti dei cittadini e dei consumatori agisce sull'emotività è spesso ingannevole	partito preso	ideologico, esprime un'opinione ma pretende di essere imparziale e scientifico privilegia fatti in linea con le sue idee, traslando gli altri si gioca sui sentimenti, le passioni	IMPATTO
clickbait	cerca di attirare l'attenzione, anche con titoli grandi contenuto spesso ingannevole e non sempre coerente con il titolo genera reddito	teoria del complotto	banalizzazione di realtà complesse in risposta a paure o dubbi tutto c'che non puo essere provato (seppure evidente) è utilizzato a rafforzare la teoria complotistica rifiuta gli esperti e l'autorità	neutro scarso medio alto
contenuto sponsorizzato	potenziale conflitto di interessi difficoltà per il consumatore di riconoscere il contenuto come pubblicità Il consumatore ha difficoltà a riconoscere il contenuto come pubblicità	pseudoscienza	seguaci di rimedi miracolosi uso scorretto degli studi scientifici con rivendicazioni false o esagerate, ad esempio negazione del cambiamento climatico spesso in contraddizione con gli esperti	OBBIETTIVO
satire e bufale	commenti sulla società e umorismo qualità del contenuto generalmente basso e significato volutamente ingannevole alcuni possono trovare il contenuto imbarazzante	disinformazione	include un mix di contenuti verosimili ma essenzialmente falsi si può essere consapevoli o meno della sua condivisione false attribuzioni, contenuti non veritieri, titoli ingannevoli	denaro politica umorismo
errore	anche autorevoli testate possono commettere errori qualità del contenuto molto variabile e significato volutamente difficile da comprendere a volte organizzazioni respettabili pubblicano scuse	falso	contenuti completamente falsi che con l'andare del tempo vengono accettati come possibili strategie di marketing con utilizzo di bot, commenti a pagamento e contraffazione di brand ed immagini cerca di rendere profitto o avere un'influenza politica, oppure entrambi	passione (dis)informazione

Fonte: <https://eavi.eu/beyond-fake-news-10-types-misleading-info/>

# Vero o falso?



Falso. La fonte potrebbe essere legittima, ma la foto è falsa. Si tratta di una trovata dell'artista americano Zardulu, che ha messo in scena la foto con animali tassidermizzati.



Fonte:

<https://www.theglobeandmail.com/community/digital-lab/fake-news-quiz-how-to-spot/article33821986/>

# Vero o falso?

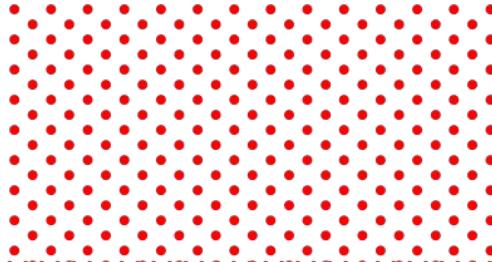
Falso. Il sito sta cercando di sembrare ABC News, ma l'URL è sbagliato; il vero ABC è abc.go.com, mentre questo è abc.com.co (il .co è un codice paese per la Colombia, i cui domini sono facili da registrare)



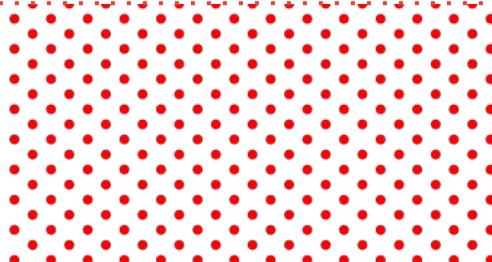
Fonte:

<https://www.theglobeandmail.com/community/digital-lab/fake-news-quiz-how-to-spot/article33821986/>

# Vero o falso?



Vero. Lo scoiattolo gigante  
indiano, o *Ratufa indica*,  
esiste!



Fonte:

<https://www.theglobeandmail.com/community/digital-lab/fake-news-quiz-how-to-spot/article33821986/>

# Vero o falso?

Falso. Si tratta di un video creato da tre studenti di animazione di Montreal nel 2012 come progetto d'esame.



Fonte:

<https://www.theglobeandmail.com/community/digital-lab/fake-news-quiz-how-to-spot/article33821986/>

# Intento memetico

“Obama Signs Executive Order Banning The Pledge  
Of Allegiance In Schools Nationwide” [ABCNews.com.co](#)

2,177,000 Facebook shares, comments, and reactions

“Police Find 19 White Female Bodies In Freezers With  
“Black Lives Matter” Carved Into Skin” [tmzhiphop.com](#)

525,000

“Pope Francis Shocks World, Endorses Donald Trump  
for President, Releases Statement” [Ending the Fed](#)

961,000

# Conseguenze



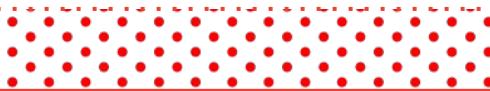
Processi decisionali falsati



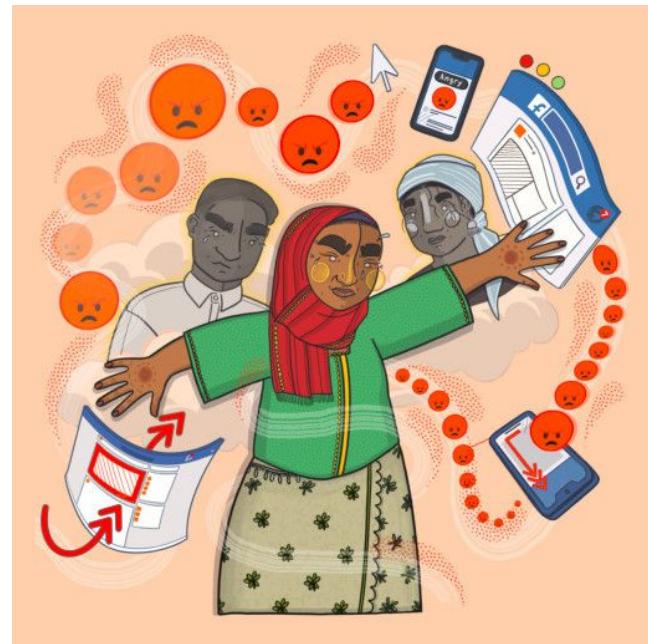
Polarizzazione



Camere dell'eco



Genocidio dei Rohingya in Myanmar (2017)



Myanmar: Facebook's systems promoted violence against Rohingya; Meta owes reparations – new report. In Amnesty International.

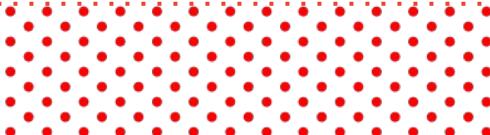
<https://www.amnesty.org/en/latest/news/2022/09/myanmar-faces-systems-promoted-violence-against-rohingya-meta-owes-reparations-new-report/>

# Come fare?



## *Four Moves & A Habit:*

- Verifica il lavoro precedente
- Risali alla fonte
- Leggi lateralmente
- Torna indietro
- Controlla le emozioni



### The Moves

#### 1. Check for Previous Work

Chances are someone has already done research or has “fact-checked” information published on the Internet. Thus, your first move should be to look around to see what previous research or fact-checking has already been done. These resources can include news coverage, reputable online sites (such as information from a government or educational website), or a fact-checking site such as [Politifact](#) or [Snopes](#). [Wikipedia](#) can also be a great place to start as well.

#### 2. Go Upstream to the Source

It's important to keep in mind that most of the content found on the web is not original. So, you will need to go “upstream” to the original source of the information to determine its trustworthiness. This can involve checking for embedded web links on a page or searching for the original information. For example, if the claim is an event that took place, try and find the news outlet where it was first reported; or if the claim is research based, try and find the journal in which it appeared.

#### 3. Read Laterally

Once you have located the original source you may find that you still have questions about its trustworthiness. If this happens you will want to “read laterally” across other trustworthy sites to see what others have said about the author or publisher of the information. Remember, the truth is in the network.

#### 4. Circle Back

Sometimes reading laterally will lead to a dead end or an increasingly confusing rabbit hole. If this happens circle back and start the process over again. Armed with the information you now know, you can begin your search with different search terms and a new search strategy.

### The Habit

#### Check your Emotions

If the information you are reading gives you a strong emotional reaction, such as anger, frustration or validation take a step back and think about why this is. Sometimes controversial subjects or language can diminish our critical thinking and hamper our ability to fact-check. When this happens remember to slow down and use your moves.

# Come fare?

- Considera le fonti
- Leggi tutto
- Controlla i metadati
- Controlla se è satira
- Tieni conto dei tuoi bias
- Rivolgiti a chi è più esperto di te

# HOW TO SPOT FAKE NEWS



## CONSIDER THE SOURCE

Click away from the story to investigate the site, its mission and its contact info.



## READ BEYOND

Headlines can be outrageous in an effort to get clicks. What's the whole story?



## CHECK THE AUTHOR

Do a quick search on the author. Are they credible? Are they real?



## SUPPORTING SOURCES?

Click on those links. Determine if the info given actually supports the story.



## CHECK THE DATE

Reposting old news stories doesn't mean they're relevant to current events.



## IS IT A JOKE?

If it is too outlandish, it might be satire. Research the site and author to be sure.



## CHECK YOUR BIASES

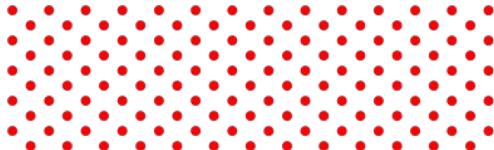
Consider if your own beliefs could affect your judgement.



## ASK THE EXPERTS

Ask a librarian, or consult a fact-checking site.

# Come fare?



## Siti dedicati al *fact-checking*

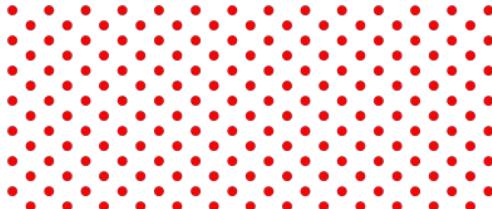
- <http://www.politifact.com/>
- <https://www.factcheck.org/>
- <http://snopes.com/>
- <https://www.open.online/c/fact-checking/>
- <https://pagellapolitica.it/>
- <https://facta.news/>



## Quiz

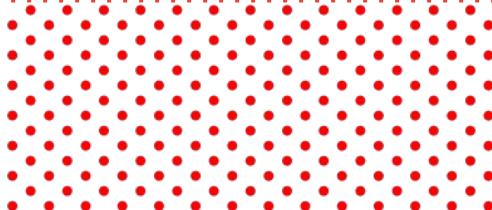
- <https://doublecheck.the-glassroom.org/english/>
- <http://fake-or-real.the-glassroom.org/>
- <https://libguides.lib.wu.edu/c.php?q=625394&p=4391900>

# Come fare?



## Altre risorse

- <https://verificationhandbook.com/downloads/verification.handbook.pdf>
- <https://digitalresource.center/content/introducing-imvain>
- <https://www.tineye.com/>

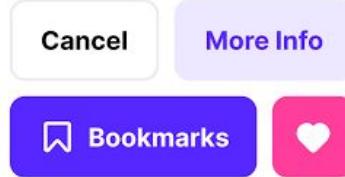


## 4.2 Design Persuasivo

Definizione  
Esempi  
Dark pattern

# Web come spazio progettato

Ogni cosa sul Web è frutto di decisioni prese da esseri umani, quindi di un'*intenzione*



Ahoy, Captain!

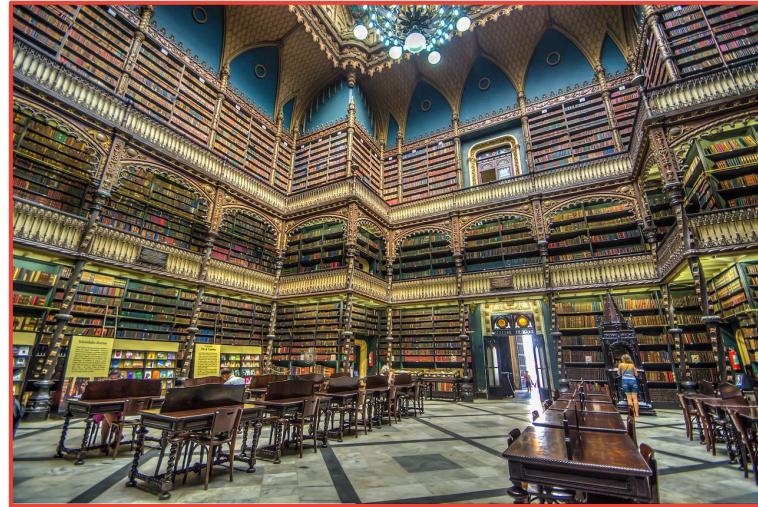
Email

Password

**Yarr, log me in**

Stay signed in [Forgot Password](#)

# Cosa vuol dire “progettare” qualcosa?



# Cosa vuol dire “progettare” qualcosa?



- Diverse intenzioni
- Diverse funzioni
- Diverse emozioni
- Diverse azioni



Prendere determinate scelte nella realizzazione di qualcosa per ottenere un determinato risultato in termini di azioni o emozioni da parte di un utente

In quanto utenti, reagite alla progettazione con emozioni e/o azioni

# Nel Web, tutto è intenzione



Le risorse Web sono progettate con un' intenzione



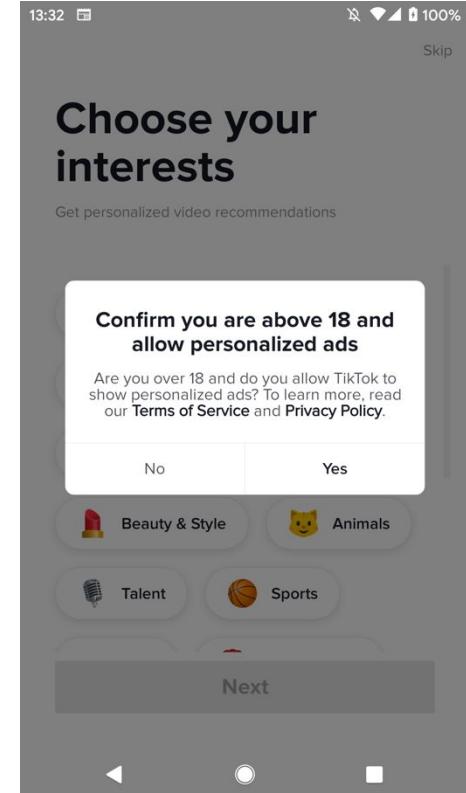
Quali sono le intenzioni dei designer?



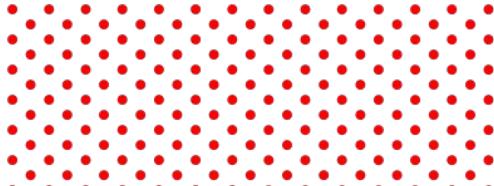
Quali sono le vostre intenzioni?



Migliore è il design, più probabilmente soddisferete le intenzioni **del designer**



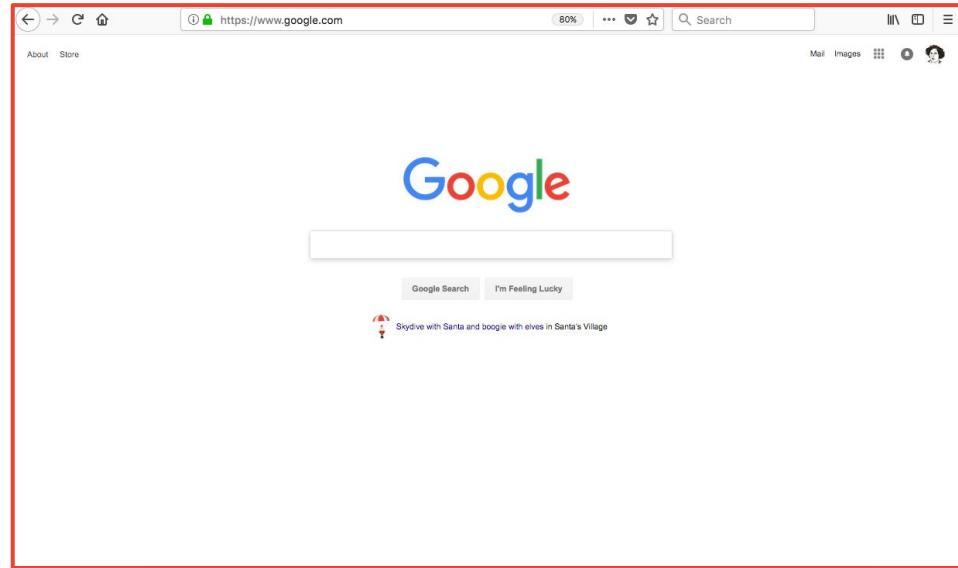
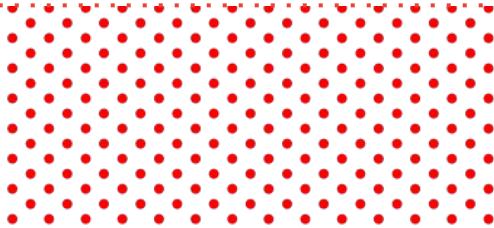
# Esempio: google.com



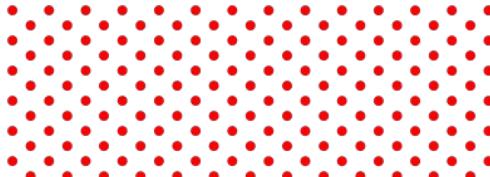
Focus: logo e barra di ricerca

Spazio vuoto

Contrasto



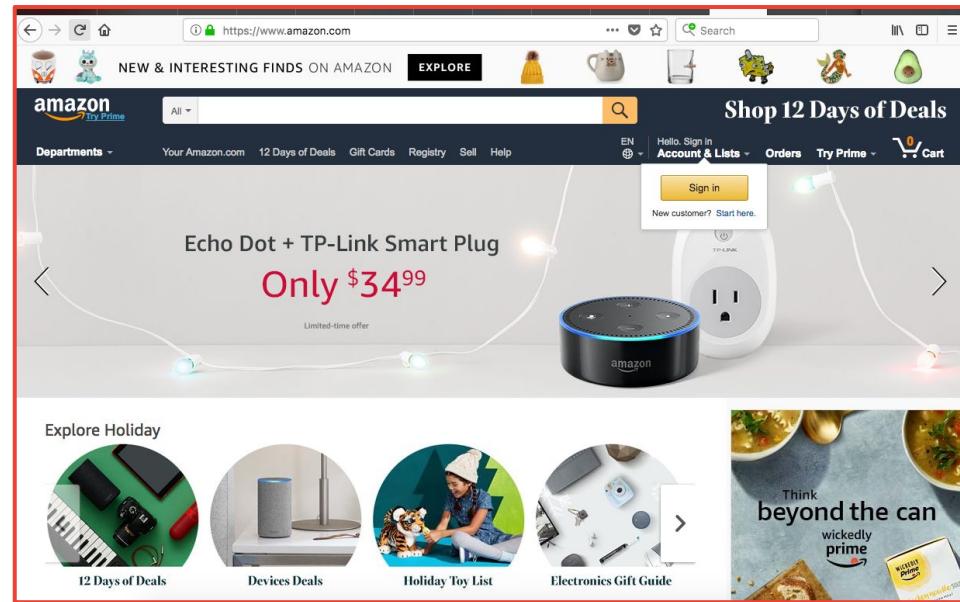
# Esempio: amazon.com



Numerosità degli elementi

Dimensioni variabili

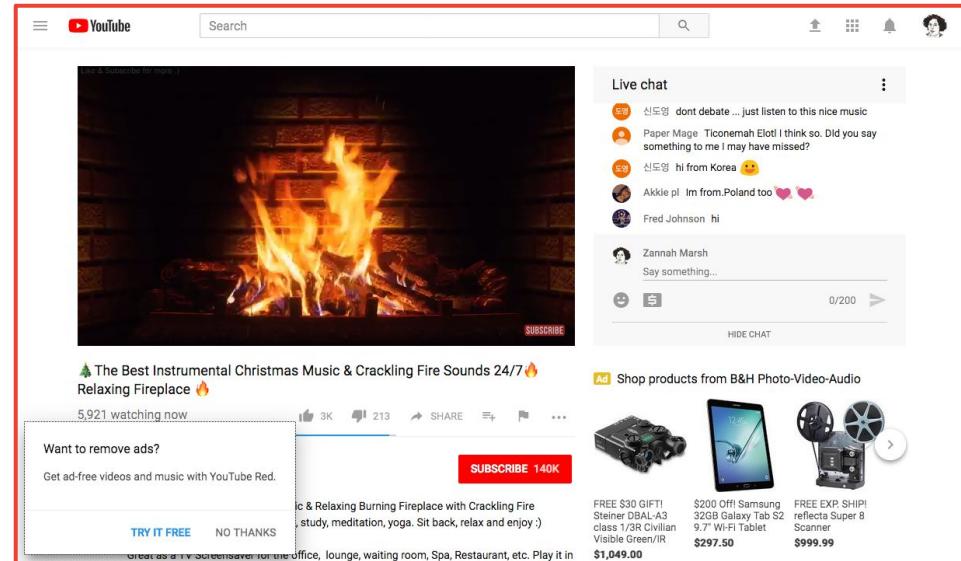
Alcuni elementi più visibili di altri



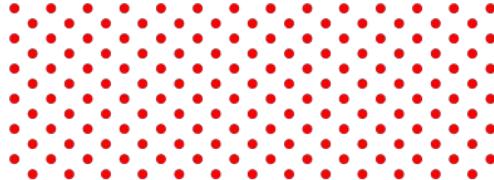
# Esempio: youtube.com

Numerosi elementi interattivi

Progettazione che guida la vostra attenzione a seconda dell'intenzione del designer

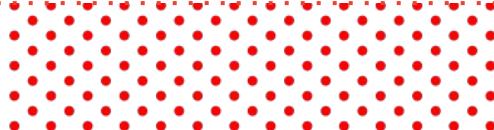


# Le intenzioni possono contrastare



## YouTube

- L'utente deve vedere più video possibili
- L'utente deve cliccare sulle pubblicità
- L'utente deve commentare



## Utente

- Deve vedere uno specifico video
- Deve trovare e vedere più video sullo stesso soggetto
- Deve caricare il proprio contenuto
- L'utente deve cliccare sulle pubblicità
- L'utente deve commentare

# Percorso dell'utente

Devo comprare un libro di fantascienza su Amazon

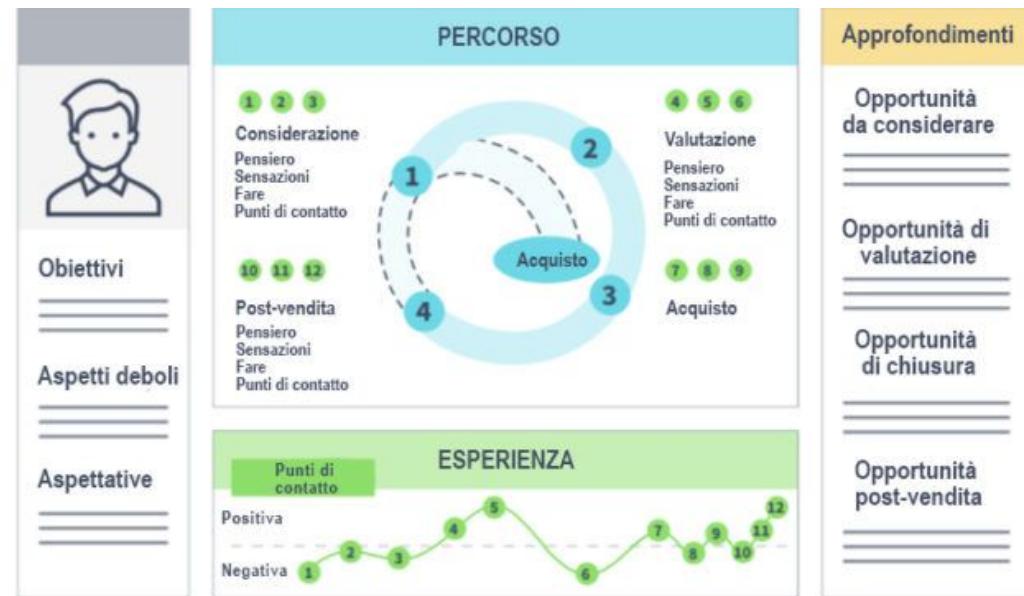
- “cerco ‘libro fantascienza’ nella barra di ricerca”
- “guardo i risultati”
- “clicco su un titolo che mi interessa”
- ...



# Percorso dell'utente

Uno degli strumenti utilizzati dai designer per la progettazione di un sito Web

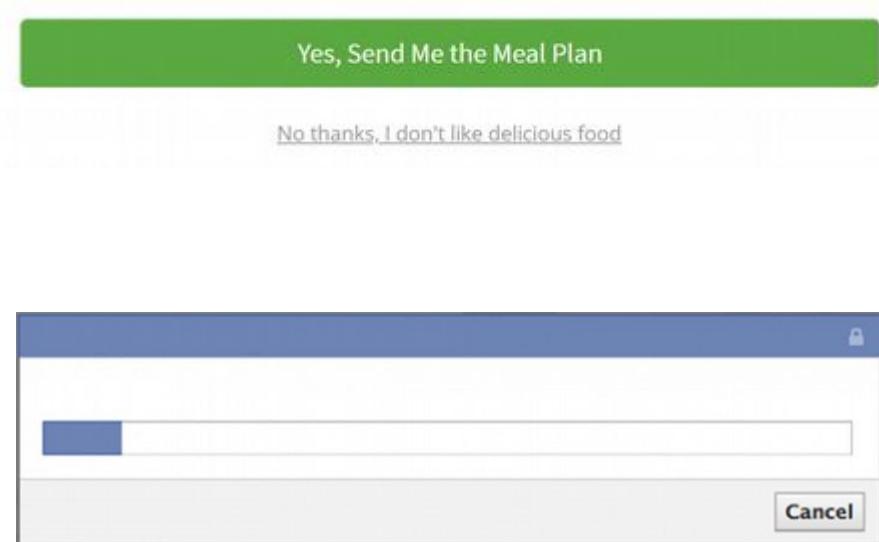
Mappatura dettagliata e completa di intenzioni, azioni, ed emozioni dell'utente



# Dark pattern

Modelli di progettazione usati per manipolare le emozioni dell'utente ed indurlo a compiere azioni in contrasto con le sue intenzioni

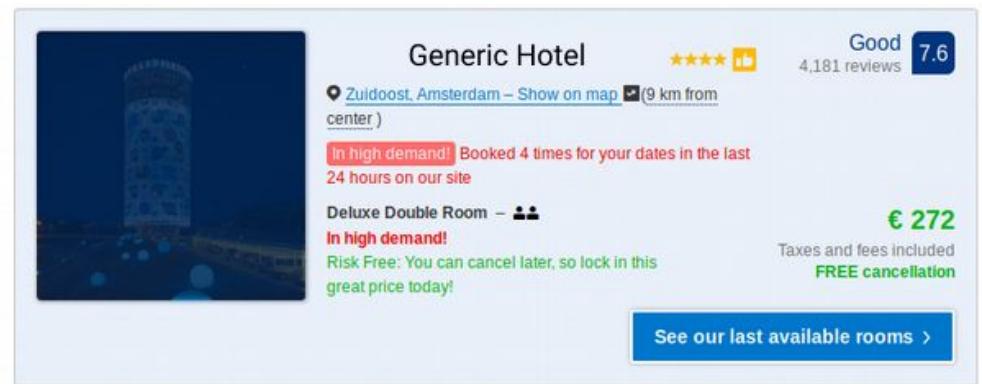
Es. posizionamento tattico di bottoni, testi volutamente ambigui, ecc.



# Dark pattern

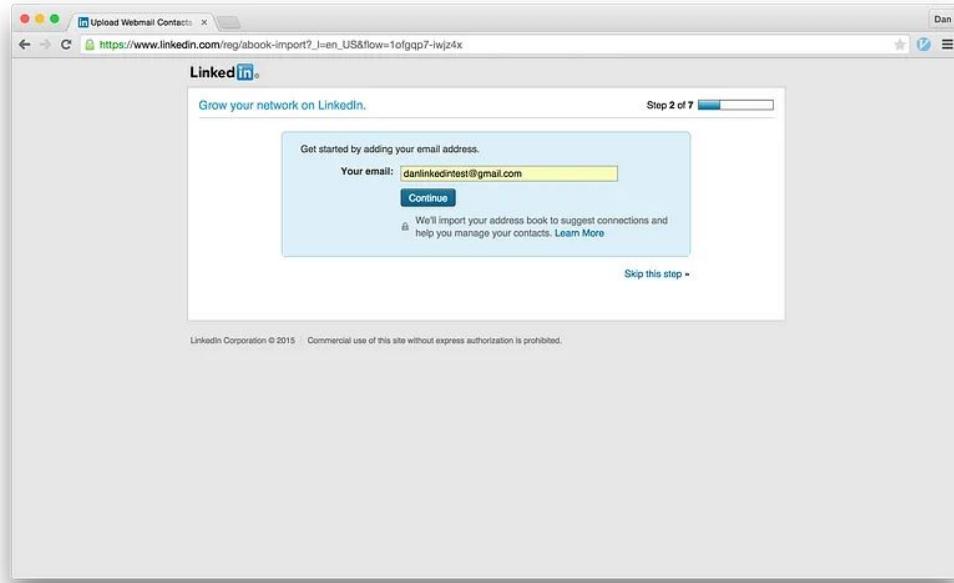
Utilizzo crescente da parte delle aziende (nonostante le sanzioni)

Funzionano: ci portano a fare esattamente quello che vogliono loro, facendoci credere che sia nei nostri migliori interessi



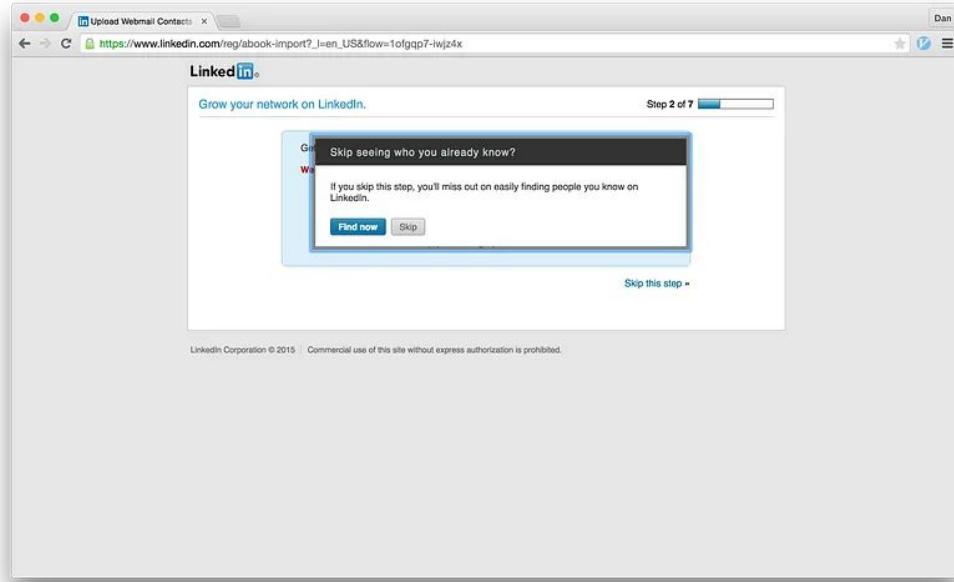
# Esempio: LinkedIn

Al momento della creazione dell'account, il sistema tenta più volte di farti importare la rubrica, usando una combinazione di testo ingannevoli, colori poco contrastanti e posizionamento strategico degli elementi



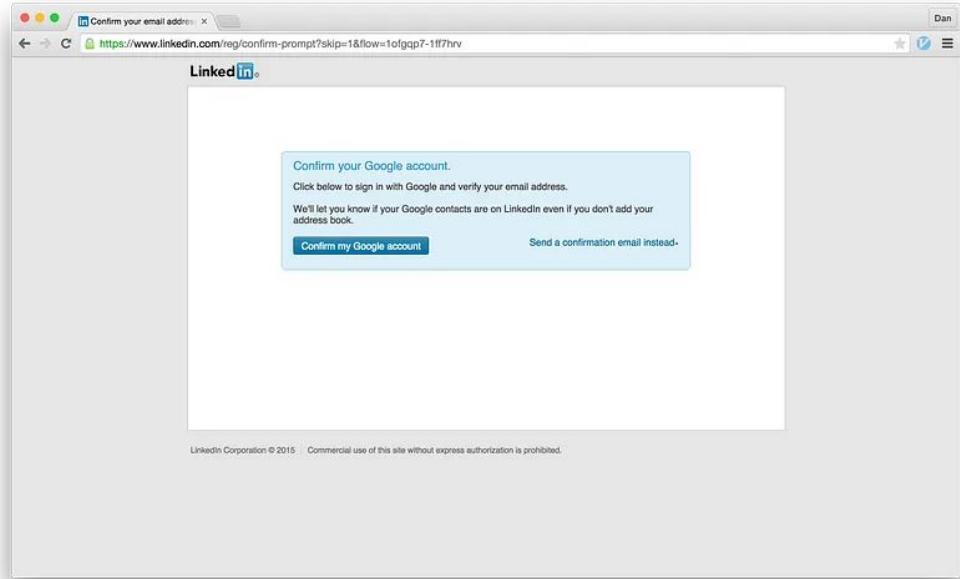
# Esempio: LinkedIn

Se l'utente tenta di saltare questo step (e solo in quel caso), una finestra aggiuntiva appare per chiedere all'utente di confermare la scelta, utilizzando un linguaggio totalmente fuorviante



# Esempio: LinkedIn

... e nonostante i ripetuti rifiuti da parte dell'utente, il sistema *ci riprova*, cambiando di nuovo la terminologia



# Prevenzione del confronto

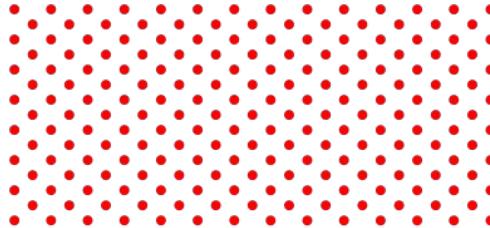
L'utente non riesce a comparare i prodotti perché le loro caratteristiche e i loro prezzi sono combinati in maniera volutamente convoluta

The screenshot shows a web browser displaying the T-Mobile website at [t-mobile.com/cell-phone-plans](https://t-mobile.com/cell-phone-plans). The page features three main plan offerings:

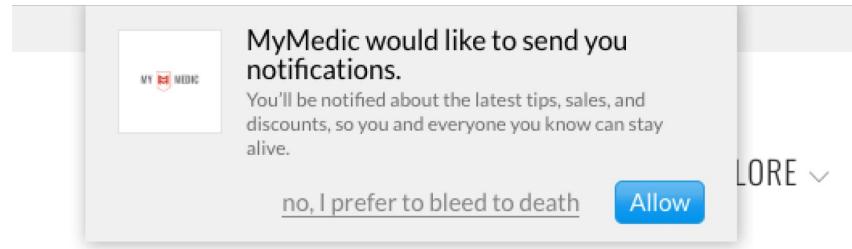
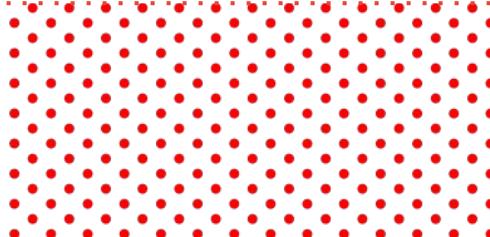
- Magenta® MAX**: \$85/mo. (\$99/mo. for 1 phone line with AutoPay). Includes: All Magenta benefits + unlimited premium data on a 5G plan that can't slow you down based on how much data you use. Includes:
  - All the great benefits shown above
  - Taxes & fees included
  - Unlimited premium data<sup>1</sup>
  - Netflix on Us (1-screen)
  - 40GB high-speed mobile hotspot[View full plan details >](#)
- Magenta®**: \$70/mo. (\$75/mo. for 1 phone line with AutoPay). Includes:
  - All the great benefits shown above
  - Taxes & fees included[View full plan details >](#)
- Essentials**: \$60/mo. (\$65/mo. for 1 phone line with AutoPay Plus tax and fees). Includes:
  - All the great benefits shown above
  - 50GB premium data<sup>1</sup>
  - Unlimited 3G mobile hotspot data incl.
  - Unlimited 5G & 4G LTE/50GB premium data<sup>1</sup>
  - No annual service contract required[View full plan details >](#)

At the bottom of the page are two buttons: [Compare plan details](#) and [Lowest priced plan](#).

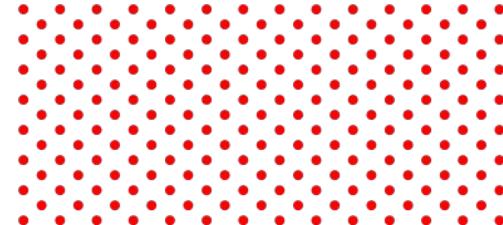
# Conferma imbarazzante



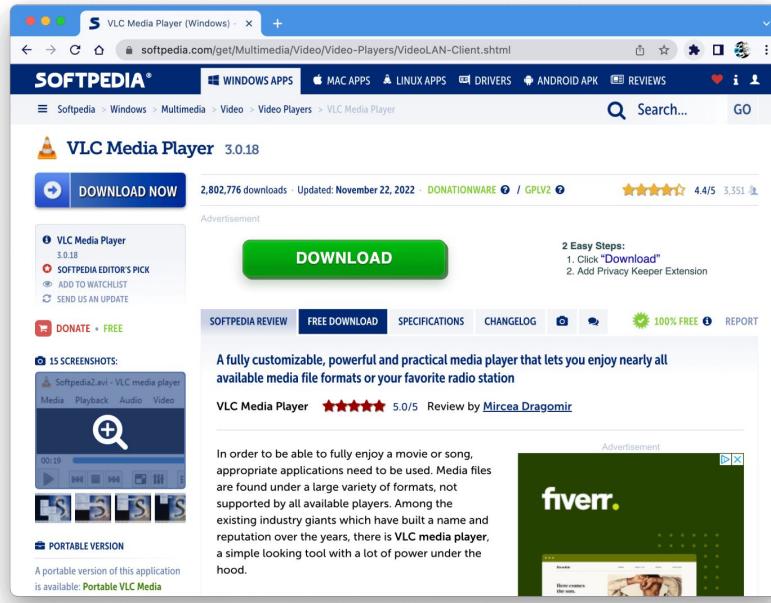
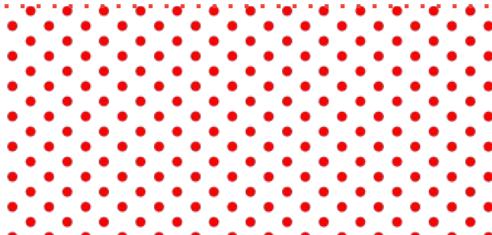
L'utente viene manipolato emotivamente al fine di fargli compiere azioni che altrimenti non avrebbe fatto



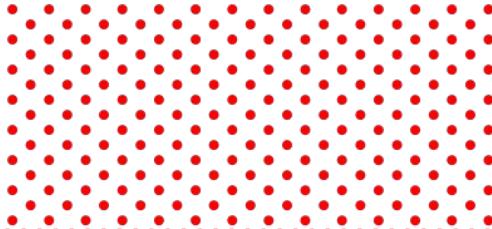
# Annunci mascherati



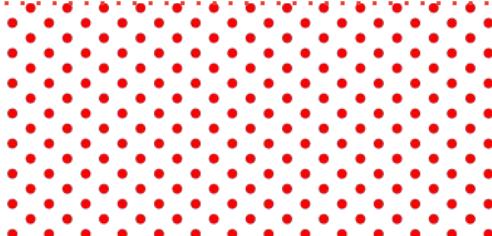
L'utente viene indotto a interagire con annuncio pubblicitario spacciato come un elemento dell'interfaccia



# Urgenza fasulla



L'utente viene indotto a completare un'azione tramite un'indicazione fasulla di scarsità del prodotto o di tempo



## Tshirt

\$250.00 USD

Size

Only 3 Left In Stock 🔥 12 Sold Just Today

ADD TO CART

BUY IT NOW

The Shanghai T-Shirt is cut in soft stretch cotton jersey to a fitted silhouette with a contrast heat-pressed. Ribbed crewneck with a center-back slit. Short sleeves. Slim fit. 95% cotton, 5% elastane.

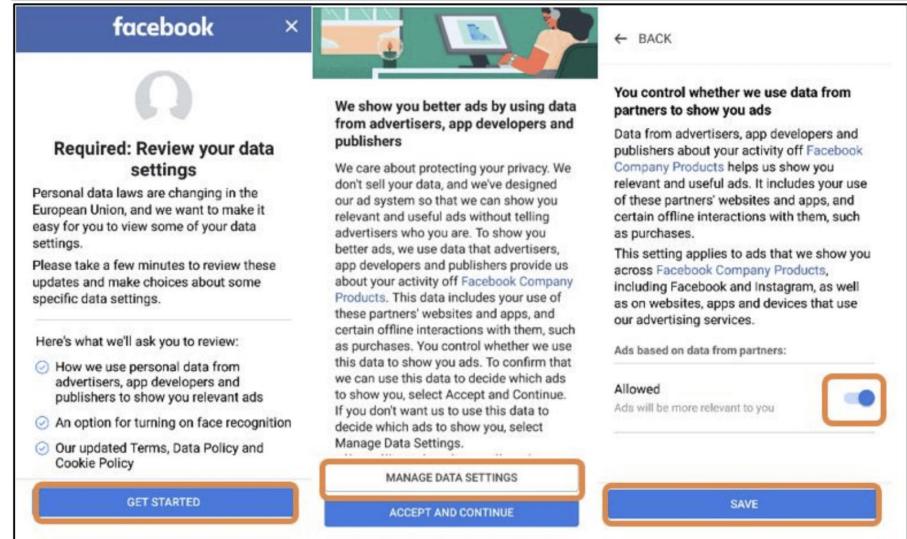
SHARE

TWEET

PIN IT

# Depistaggio

L'utente viene spinto a compiere un'azione indesiderata per ottenere quello che vuole

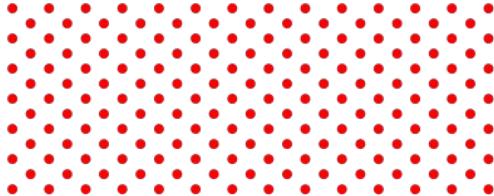


The screenshot shows a Facebook data settings page. At the top, it says "Required: Review your data settings". Below that, it says "We show you better ads by using data from advertisers, app developers and publishers". It explains that personal data laws are changing in the European Union, and they want to make it easy for users to view some of their data settings. It asks users to take a few minutes to review these updates and make choices about some specific data settings. It lists three items for review:

- How we use personal data from advertisers, app developers and publishers to show you relevant ads
- An option for turning on face recognition
- Our updated Terms, Data Policy and Cookie Policy

At the bottom, there are three buttons: "GET STARTED", "MANAGE DATA SETTINGS", and "ACCEPT AND CONTINUE". The "ACCEPT AND CONTINUE" button is highlighted with a red box. To the right, there is a section titled "You control whether we use data from partners to show you ads". It says that data from advertisers, app developers and publishers helps show relevant and useful ads. It includes use of these partners' websites and apps, and certain offline interactions with them, such as purchases. It applies to ads across Facebook Company Products, including Facebook and Instagram, as well as on websites, apps and devices that use our advertising services. There is a toggle switch labeled "Allowed" with the text "Ads will be more relevant to you".

# Motel di scarafaggi



L'utente viene intrappolato nella sottoscrizione ad un servizio, rendendo l'iscrizione molto semplice e la cancellazione molto difficile



## Cancel your subscription

There are several ways to unsubscribe from The Times. Once your subscription has been cancelled you will have limited access to The New York Times's content.

### **Speak with a Customer Care Advocate**

Call us at 866-273-3612 if you are in the U.S. Our hours are 7 a.m. to 10 p.m. E.T. Monday to Friday, and 7 a.m. to 3 p.m. E.T. on weekends and holidays.

Please see our [international contact information](#) if you are outside of the U.S.

### **Chat with a Customer Care Advocate**

Click the "Chat" button to the right or bottom of this page to chat with a Care Advocate. Chat is accessible 24 hours a day 7 days a week.

For more information about our cancellation policy, see our [Terms of Sale](#).

# Costi nascosti

L'utente viene attratto da prezzi bassi, che si rivelano essere parziali e parti di un prezzo più alto al momento del checkout

1. Towards the start of the user's journey on stubhub.com, they are shown a price.

112

Row Y

You'll pay

\$310 each

Quantity  
1 ticket

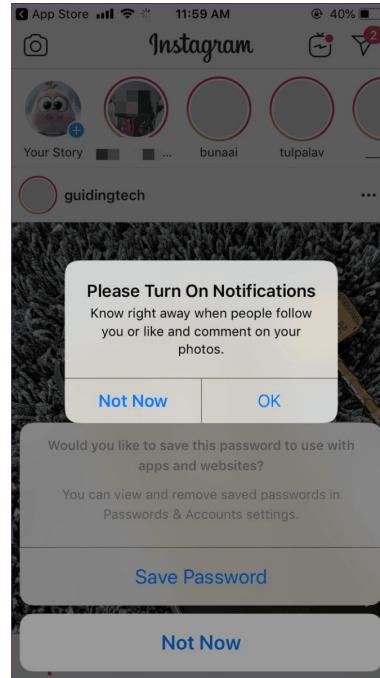
2. The user proceeds through multiple steps in which they must enter their name, phone number, email and postal address. Only then are they shown the total price. In this case it is a 29% increase.

Ticket Price	1 × US\$ 310.05
Service Fee	1 × US\$ 86.13
Fulfillment Fee	1 × US\$ 4.95

<b>TOTAL PRICE</b>	<b>US\$ 401.13</b>
--------------------	--------------------

# Nagging

L'utente prova a fare qualcosa,  
ma viene sistematicamente  
interrotto da richieste di fare  
qualcos'altro



# Preselezione

All'utente viene presentata un'opzione già selezionata

## ACCOUNT SETTINGS

PRIVACY >

SECURITY >

CHANGE NUMBER >

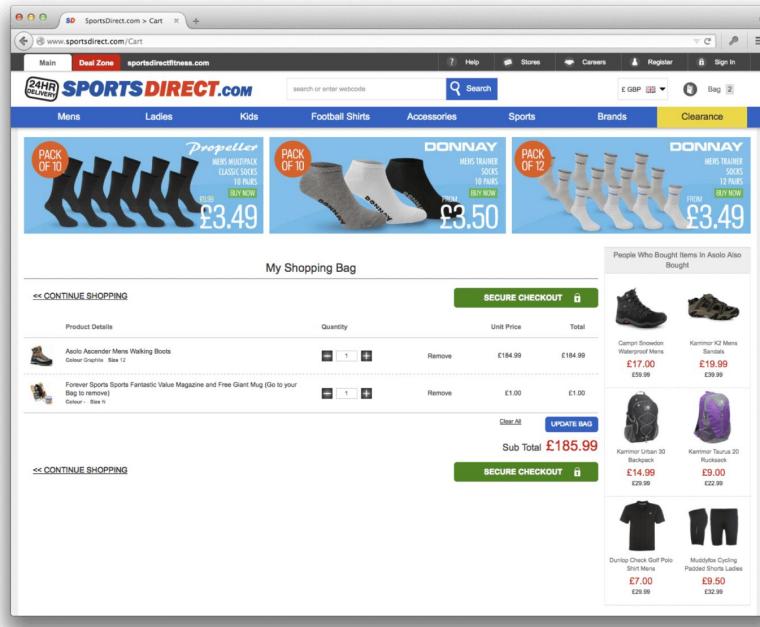
DELETE MY ACCOUNT >

SHARE MY ACCOUNT INFO

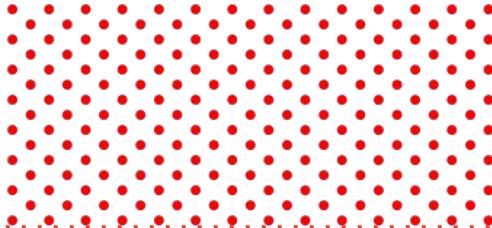
BACK

# Intrusione

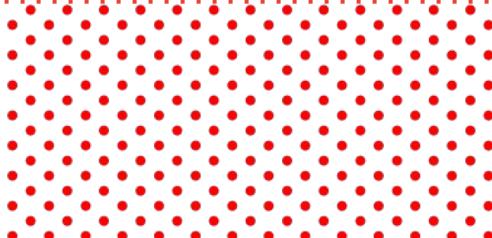
L'utente è spinto con l'inganno a completare una transazione con informazioni parziali



# Formulazione a trabocchetto



L'utente è spinto con l'inganno ad effettuare un'azione sulla base di un testo scritto in maniera volutamente ambigua



Birthdate  ▼

We will keep you informed about special offers, promotions and information that may be of interest to you. Please tick here if you do not want to receive these.

Tick here to confirm you agree to the Terms and Conditions and Privacy Policy.

**NEXT**

## 4.3 Privacy

Ombra digitale

# La nostra ombra digitale

Ogni giorno disseminiamo sul Web una serie di dati che riconducono irrimediabilmente alle nostre attività, ai nostri segreti, ai nostri pensieri, a noi

- A chi appartengono questi dati?
- Per cosa vengono utilizzati?

## DIGITAL FOOTPRINTS

What do yours say?

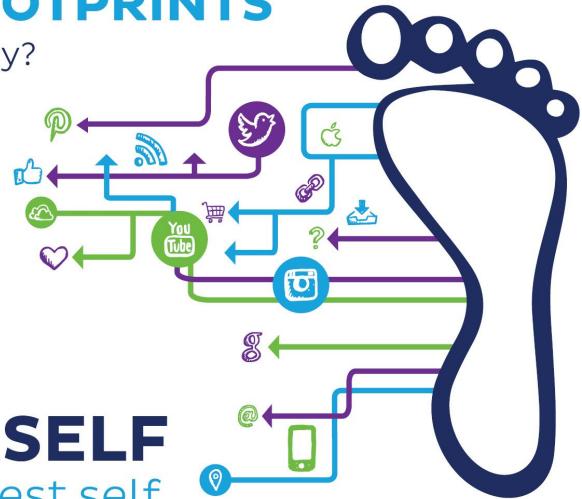
### BE CAREFUL ABOUT:

- What you share.
- Where you share.
- With whom you share.

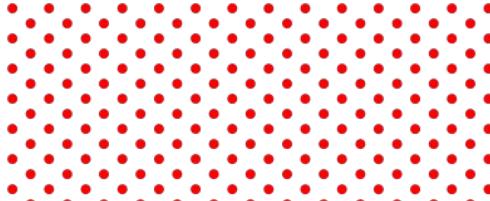
### BE SMART ABOUT:

- Sites you visit.
- Emails you open.
- Links you click.

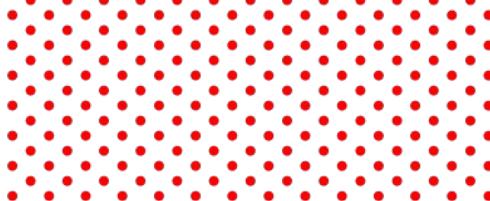
**BE YOURSELF**  
but be your best self.



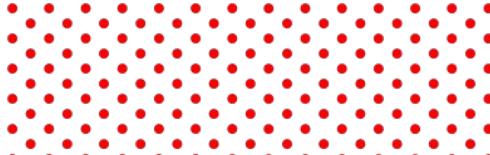
# La mia giornata



Cosa ho fatto	Quando	Dove
Ho parlato con un amico	Mattina, pomeriggio	Ufficio
Ho comprato medicine	Pomeriggio	Farmacia
Ho navigato sul Web	Sera	Casa



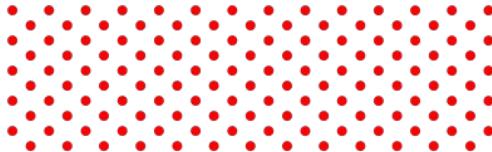
# La mia giornata



Cosa ho fatto	Quando	Dove	Cosa
Ho parlato con un amico	2024-05-09T08:03:54Z, 2024-05-09T08:06:27Z, ...	-35.45091, 134.24965	Confessione
Ho comprato medicine	2024-05-09T17:03:33Z	20.14397, 116.46419	Antineoplastico
Ho navigato sul Web	2024-05-09T22:25:04Z	77.74133, 16.85166	Siti NSFW



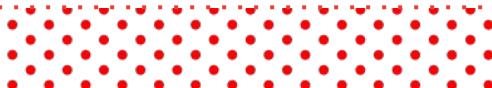
# Ogni cosa viene tracciata



La maggior parte dei siti deposita sui nostri sistemi dei **cookie** che tengono traccia di tutti i nostri movimenti (anche e soprattutto da sito a sito), con l'intenzione di migliorare l'efficacia di pubblicità mirate

Sui social, tutto viene registrato (anche i commenti privati)

Le politiche di gestione dei dati della singola azienda possono cambiare improvvisamente



# Ombra digitale == Metadati!



State inviando una mail a qualcuno  
→ Cosa pensate che sia visibile?

- Mittenti
- Destinatari
- Date
- Allegati

→ A cosa potrebbero mai servire questi dati?

- Chi è quel “qualcuno”
- Chi è quel qualcuno con cui parli di più
- Come sono collegati tra loro i vari qualcuno

# Cookie



Piccoli file mandati da un sito Web, trattenuti dal browser e memorizzati sul dispositivo, progettati per tenere traccia delle informazioni riguardanti l'utente

UserID

A9A3BECE0563982D

[www.goto.com/](http://www.goto.com/)

I siti ci “fiutano” seguendo la traccia lasciata dai cookie



# Cookie



**Tecnici:** essenziali per l'interazione con un sito Web (es. cookie di sessione che mantengono l'accesso dell'utente al sito)



**Analitici:** raccolgono informazioni sull'utilizzo del sito Web da parte dell'utente (e.g. Google Analytics)



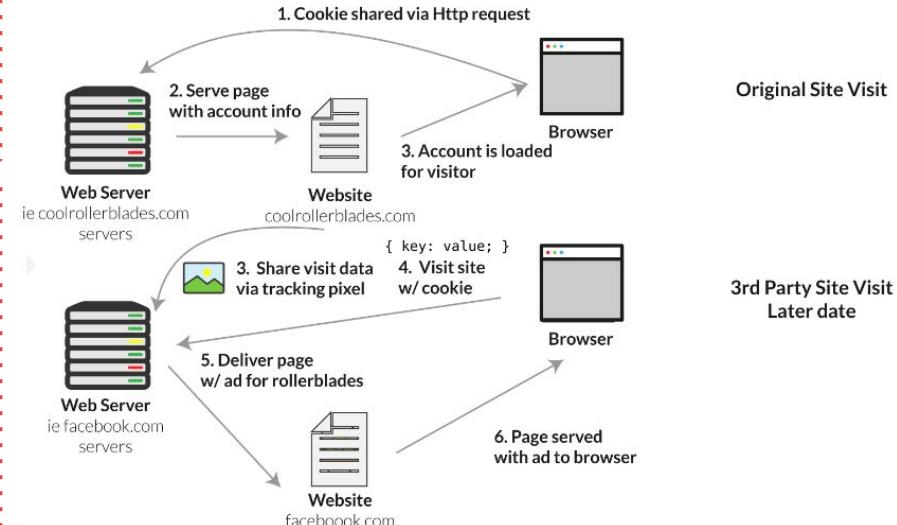
**Profilazione:** raccolgono informazioni sull'utente per profilarlo ed inviargli pubblicità mirata (e.g. Google AdSense)



# Cookie

Quando si visita un sito Web, i cookie vengono inviati dal server al client

Durante la navigazione successiva sul sito, il browser invia i cookie al server per consentire all'utente di accedere alle funzionalità del sito, ricevere ad personalizzati, ecc.



# Come mi proteggo?

Risorse utili:

- <https://myshadow.org/increase-your-privacy>
- <https://dataprivacyproject.org/curriculum/>
- <https://theglassroom.org/>
- <https://myshadow.org/>
- <https://www.eff.org/issues/street-level-surveillance>

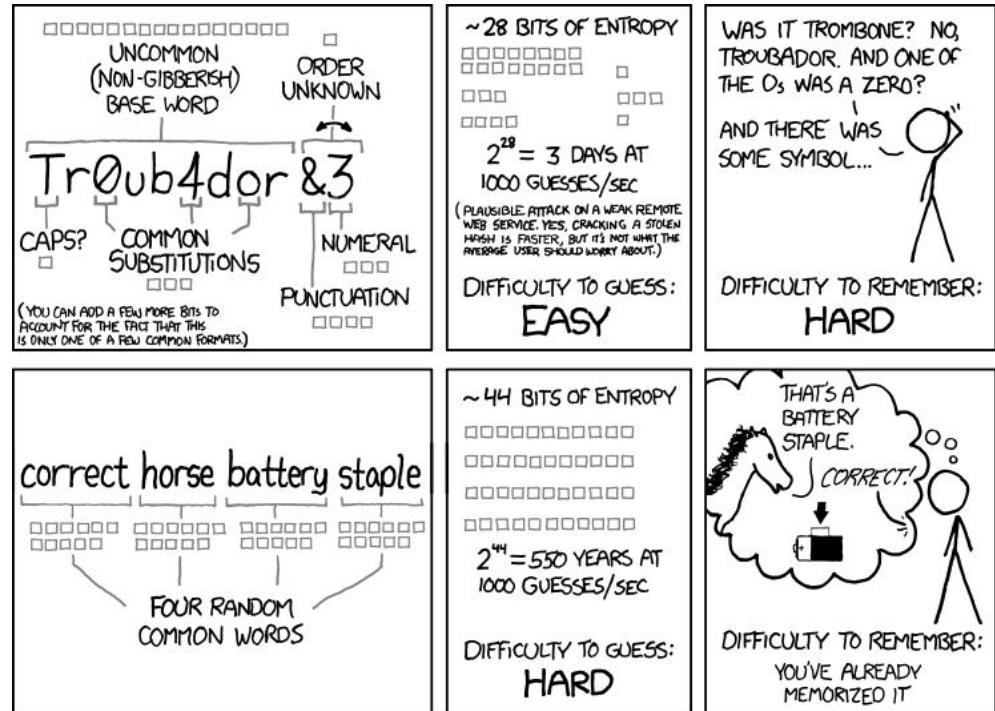
Strumenti:

- <https://privacybadger.org/>
- Rete Privata Virtuale (VPN) (NON usate quelli gratuiti!)
- Password Manager

# Come mi proteggo?

Potenziate le vostre password, ove possibile:

- <https://preshing.com/20110811/xkcd-password-generator/>
- <https://diceware.dmuth.org/>



# Abilità informatiche

A.A. 2023/2024

04 - Fine

Sebastian Barzaghi

[sebastian.barzaghi2@unibo.it](mailto:sebastian.barzaghi2@unibo.it)

<https://orcid.org/0000-0002-0799-1527>