



The banner features a row of six icons: a globe, a book, a handshake, a money bag with a Euro symbol, a scale of justice, and a bicycle. Below the icons, the text reads 'AIUCD 2021' in large black letters, followed by 'DH per la società: e-guaglianza, partecipazione, diritti e valori nell'era digitale' and '10° congresso annuale PISA 19-22 gennaio'. On the right side, a list of topics is displayed in colored text: 'DIGITAL PUBLIC HUMANITIES' (red), 'OPEN CULTURE' (orange), 'RETI SOCIALI' (yellow), 'TECH ECONOMY' (green), 'E-PARTICIPATION' (blue), and 'TECNOLOGIE ASSISTIVE' (purple). The background includes binary code and a classical building facade.

AIUCD 2021

DH per la società: e-guaglianza, partecipazione, diritti e valori nell'era digitale

10° congresso annuale **PISA** 19-22 gennaio

DIGITAL PUBLIC HUMANITIES
OPEN CULTURE
RETI SOCIALI
TECH ECONOMY
E-PARTICIPATION
TECNOLOGIE ASSISTIVE

Versione PROVVISORIA del contributo presentato al Convegno Annuale

DISCLAIMER

Questa versione dell'abstract non è da considerarsi definitiva e viene pubblicata esclusivamente per facilitare la partecipazione del pubblico al convegno AIUCD 2021

Il Book of Abstract contenente le versioni definitive e dotato di ISBN sarà disponibile liberamente a partire dal 19 gennaio sul sito del convegno sotto licenza creative commons.

Fare comprendere ai ragazzi il valore della propria privacy: esiti di una sperimentazione a scuola

Fulvio Oscar Benussi,
MIUR, Italia – fulvio.benussi(«»)gmail.com

...

ABSTRACT

Presentazione di un percorso didattico sperimentato in un liceo milanese. Con l'obiettivo di contrastare l'abitudine oggi diffusa tra i giovani di tendere a considerare la privacy un privilegio anacronistico cui rinunciare senza rimpianti abbiamo costruito una "contro-narrazione" facendo lavorare gli studenti su simulazioni e casi concreti per "spiazzarli" rispetto alle loro convinzioni ingenuie e portarli a modificare il senso delle credenze che avevano, fino a quel momento, accettato acriticamente. L'obiettivo perseguito è stato in parte raggiunto.

PAROLE CHIAVE

Privacy, atteggiamenti, consapevolezza, case history, simulazione, interdisciplinarietà.

1. INTRODUZIONE

"La narrazione prevalente tende a considerare la privacy un privilegio quasi anacronistico nell'era della massima penetrazione tra uomo e tecnologia".¹ Partendo dal presupposto che tale assunto non può essere confutato con una narrazione scolastica fondata sulla consueta spiegazione frontale abbiamo autonomamente ideato e sperimentato la seguente proposta didattica.

2. LO SVILUPPO DEL PROGETTO - FASE PROPEDEUTICA

Il percorso didattico, svolto durante le ore curricolari delle lezioni di diritto ed economia era rivolto a tre classi composte da 72 studentesse e 4 studenti del primo biennio di un liceo milanese. Con un veloce sondaggio abbiamo innanzitutto appurato che la maggioranza degli studenti aveva una spiccata preferenza per un particolare social network: Instagram. Abbiamo poi proposto agli studenti un'esercitazione di economia relativa a vari case history di prodotti lanciati sul mercato da imprese nazionali e internazionali. L'esercitazione, collegata a un test di verifica, aveva lo scopo di evidenziare come alcuni prodotti avevano avuto successo mentre il lancio di altri si era risolto in un insuccesso. In classe abbiamo poi svolto una riflessione socializzata su quali strategie potessero favorire/ostacolare il successo di un prodotto lanciato sul mercato. Segnaliamo che nell'esercitazione abbiamo considerato i case history: Postal market (rivista); fashion on line; yogurt Muller; marmellata Santa rosa in confezione "squezzabile"; Google glass; Bus cinese che, grazie a grosse ruote e un interasse elevato, poteva viaggiare sopra due file di automobili; Apparecchio per la diagnostica computerizzata dei guasti delle automobili; Dropbox; caffettiera Bialetti; Televisione 3D; MMS; Renault Twingo; PayPal; WhatsApp; Iphone.

Gli obiettivi di apprendimento erano relativi all'analisi economica delle strategie seguite dalle aziende valutando situazioni reali di mercato cui gli studenti si accostavano tramite documenti multimediali reperiti in Internet o forniti dal docente². Un secondo obiettivo, legato anche al tema della privacy, era quello di preparare gli studenti ad affrontare la successiva esercitazione in cui sarebbe stato chiesto loro di esprimere un parere sulle potenzialità economiche di nuovo social network pronto al lancio sul mercato. Il secondo obiettivo era quindi anche quello di evitare una focalizzazione eccessiva dell'attenzione degli studenti al tema della privacy presente nella successiva esercitazione favorendo così il realizzarsi dello spiazzamento cognitivo di cui trattiamo nel successivo paragrafo 5.

¹ Antonello Soro, Soro, proteggere la vita digitale dei figli. In ANSA.it, https://www.ansa.it/sito/notizie/tecnologia/internet_social/2019/10/23/soro-proteggere-vita-digitale-dei-figli_a7f90690-422d-4701-8cf7-f9e0318991b6.html, 23.10.2019.

² I materiali multimediali utili per essere proporre case history sono stati raccolti negli anni dal docente acquisendoli dalla televisione e da Internet e memorizzandoli su capienti supporti digitali in vista di possibili successivi usi didattici

3. LA SIMULAZIONE

Prima di procedere con la seconda esercitazione abbiamo predisposto una finta home page di un ipotetico nuovo social network da sottoporre agli studenti. Il social network, che abbiamo chiamato “Comics & games social”, sarebbe apparso su Internet con una home page ottenuta elaborando con un editor di immagini una immagine che risultava, graficamente, abbastanza simile alla home page del social network preferito dagli studenti.

Successivamente abbiamo predisposto un test digitale con Google Forms da utilizzare nella fase di simulazione. Con il test gli studenti, in veste di consulenti della startup, erano chiamati ad esprimere un parere sulle possibilità di successo/insuccesso sul mercato del nuovo social. In particolare il test alternava domande relative alla valutazione che ogni studente dava delle condizioni necessarie affinché il nuovo social potesse ottenere un buon gradimento in Rete e conseguentemente un buon ritorno economico, a domande dove dovevano esprimere il loro parere sulla raccolta dei dati dell'utente relativamente alla tutela o violazione della sua privacy. “Ecco perché appare sempre più urgente promuovere e portare avanti lo sviluppo di quelle capacità tecniche e sociali, social networking skills, che possano stimolare il mondo dell'educativo nella direzione della formazione e condivisione di buone pratiche educative, tra queste tutelare la propria privacy imparando a muoversi in una dimensione etica che contempra anche, e soprattutto, il rispetto dell'altro.”³

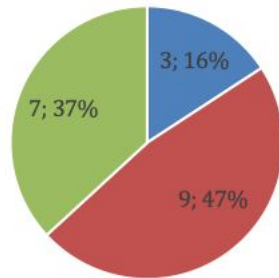
4. LO SVILUPPO DEL PROGETTO - FASE DELL'ANALISI SOCIALIZZATA DEGLI ESITI

Finita la fase della simulazione, dopo una breve pausa, abbiamo analizzato gli esiti del questionario mediante la visualizzazione nella LIM del laboratorio delle infografiche generate da google forms e relative a come gli studenti della classe si erano orientati nel rispondere alle domande proposte. Ci siamo soffermati a commentare ogni singolo grafico e in particolare quelli che, rispetto a quanto la startup proponeva come regole del social network nel trattamento della privacy degli utenti, evidenziavano da parte della classe un forte dissenso; la risposta, che se barrata, evidenziava il dissenso era: “con una regola di questo tipo mi sentirei spiato, perciò non la accetterei”. Nei grafici le risposte che indicano un forte dissenso degli studenti nei confronti delle norme sulla privacy sono indicate in verde scuro (figura 1).

³ Maria Ranieri, Stefania Manca, I social network nell'educazione. Basi teoriche, modelli applicativi e linee guida, Trento, Erickson, 2013, p. 54.

Tra le regole per concedere un account agli utenti la startup pensa di inserire la seguente: "Non rivendicheremo la proprietà di qualsiasi contenuto pubblicato dall'utente sul Servizio o tramite lo stesso. Al contrario, quando l'utente condivide, pubblica o carica un contenuto coperto da diritti di proprietà intellettuale (ad es. fumetti, giochi o altro) in relazione o in connessione con il nostro Servizio, ci concede una licenza non esclusiva, non soggetta a royalty, trasferibile, conferibile in sottolicezza e globale per la trasmissione, l'uso, la distribuzione, la modifica, l'esecuzione, la copia, la pubblica attuazione o la visualizzazione, la traduzione e la creazione di opere derivate dei propri contenuti".

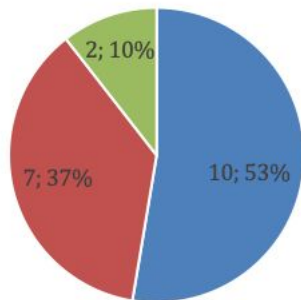
Cosa pensi di questa regola?



- con una regola di questo tipo mi sentirei spiato. Perciò non la accetterei
- mi sembra una buona regola che volentieri accetterei
- una regola di questo tipo mi lascia indifferente, perciò aderirei senza pensarci.

Raccoglierà informazioni sui dispositivi che l'utente userà per utilizzare -Comics & game social-. In particolare la StartUp raccoglierà le seguenti informazioni "Attributi del dispositivo: informazioni come sistema operativo, versioni hardware e software, livello della batteria, potenza del segnale, spazio di archiviazione disponibile, tipo di browser, plug-in e nomi e tipi di file e app. Operazioni del dispositivo: informazioni su operazioni e comportamenti effettuati sul dispositivo, ad esempio se una finestra è in primo piano o sullo sfondo o i movimenti del mouse. Identificatori: ID del dispositivo e altri identificatori, come quelli provenienti da giochi, app, account usati e Family Device ID (o altri identificatori univoci per i Prodotti offerti da altre aziende associate allo stesso dispositivo o account. Segnali del dispositivo: segnali Bluetooth e informazioni sui punti di accesso Wi-Fi nelle vicinanze, e informazioni che consentano di ricevere informazioni, tramite le impostazioni del dispositivo attivate, come l'accesso alla geolocalizzazione dell'utente cioè alle posizioni GPS. Rete e connessioni: informazioni quali nome dell'operatore mobile o ISP, lingua, fuso orario, numero di cellulare, indirizzo IP, velocità di connessione e, in alcuni casi, informazioni su altri dispositivi nelle vicinanze o nella tua rete, per aiutarci, ad esempio, a trasmettere in streaming un video da cellulare a TV".

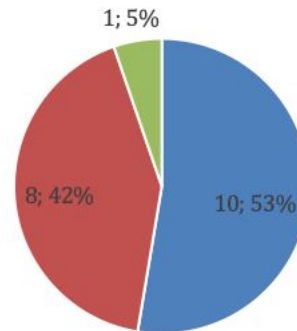
Cosa pensi di questa regola?



- con una regola di questo tipo mi sentirei spiato. Perciò non la accetterei
- mi sembra una buona regola che volentieri accetterei
- una regola di questo tipo mi lascia indifferente, perciò aderirei senza pensarci.

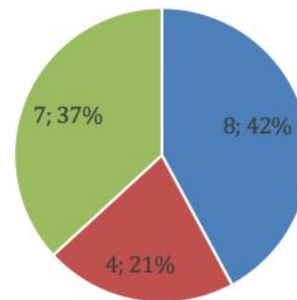
Tra le regole per concedere un account agli utenti la startup pensa di inserire la seguente regola: "raccoglieremo informazioni su persone, pagine, account, hashtag e gruppi con cui l'utente si conatterà e sul modo in cui interagirà in -Comics & game social-. In particolare memorizzeremo: le persone con cui si conatterà più spesso o i gruppi di cui farà parte".

Cosa pensi di questa regola?



- con una regola di questo tipo mi sentirei spiato. Perciò non la accetterei
- mi sembra una buona regola che volentieri accetterei
- una regola di questo tipo mi lascia indifferente, perciò aderirei senza pensarci.

Il periodo di memorizzazione di un cookie sul computer o dispositivo mobile dell'utente varia a seconda che si tratti di cookie "persistenti" o di "sessione". I cookie di sessione vengono memorizzati sul computer o dispositivo mobile fino al termine della navigazione. I cookie persistenti restano sul computer o dispositivo mobile fino alla loro scadenza o all'eliminazione. I cookie proprietari sono cookie che appartengono a -Comics & game social-. I cookie di terzi sono cookie che altre parti memorizzano sul tuo dispositivo attraverso il Servizio della StartUp. Tra le regole per concedere un account agli utenti la startup pensa di inserire la seguente regola: "La StartUp potrà memorizzare liberamente entrambi i tipi di cookie "persistenti" o di "sessione" sui computer e sui dispositivi dell'utente. Potrà anche consentire la memorizzazione di cookie di terzi sui dispositivi dell'utente da soggetti che forniscono un servizio su -Comics & game social-. Anche i partner commerciali potranno memorizzare cookie di loro terzi sui dispositivi dell'utente e usarli per pubblicizzare prodotti e servizi presenti altrove su Internet". Cosa pensi dell'utilizzo che la StartUp farà dei cookie "persistenti" o di "sessione" che, grazie a questa regola, potrà installare, e permettere ad altri di memorizzare su tutti i tuoi device?



- con una regola di questo tipo mi sentirei spiato. Perciò non la accetterei
- mi sembra una buona regola che volentieri accetterei
- una regola di questo tipo mi lascia indifferente, perciò aderirei senza pensarci.

Figura 1

5. LO SVILUPPO DEL PROGETTO - FASE DEL DIBATTITO SOCIALIZZATO

La maggior parte delle norme sulla privacy definite dalla startup risultavano non gradite da un ampio numero di studenti e quindi gli stessi collegavano la possibilità di successo del nuovo social network proposto dalla startup ad un'accurata revisione delle norme sulla privacy.

A questo punto il docente ha svelato come aveva proceduto nel realizzare l'esercitazione. Ha esplicitato, in particolare, che le norme relative alla privacy erano state copiate dal social network maggiormente seguito dagli studenti e poi incollate per realizzare il test da proporre alla classe. Ovviamente nell'operazione di "copia-incolla" il docente aveva provveduto a togliere le parole e i riferimenti che avrebbero permesso agli studenti di riconoscere la fonte delle norme sulla privacy che venivano sottoposte al loro giudizio nel test.

Quest'ultima operazione ha prodotto un *déplacement* o spiazzamento cognitivo nei ragazzi. "Lo spiazzamento cognitivo è un passaggio obbligato per la messa in atto e lo studio dei processi cognitivi: attraverso questo è possibile disinnescare gli automatismi del proprio pensiero. Ha un effetto destabilizzante dal punto di vista cognitivo poiché rende evidente la trama dei presupposti che regolano in modo implicito la nostra vita e i nostri saperi consolidati" (AA.VV. 2009)⁴. Infatti la maggioranza degli studenti hanno subito espresso fastidio per la sensazione di essere stati imbrogliati, altri invece si sono dichiarati non colpiti in quanto erano consci che la loro privacy è scarsamente tutelata quando frequentano i social network. Questi ultimi hanno anche dichiarato che la perdita della privacy nei social network era compensata dalle opportunità di relazione che i social stessi offrivano, inoltre hanno segnalato la loro difficoltà a rapportarsi con un documento la cui lunghezza e difficoltà non consentiva loro di comprendere appieno il contenuto di quanto riportato nell'accordo sulla privacy. Alcuni studenti hanno anche dichiarato che, avendo compreso il problema, avrebbero ridotto nei propri account, le autorizzazioni circa quanto erano disposti a cedere della propria privacy nei social.

6. CONCLUSIONI

La tendenza diffusa a sottovalutare l'importanza della tutela della privacy personale da parte dei ragazzi è stata tematizzata a partire da un'esercitazione predisposta ad hoc.

L'esercitazione ha favorito l'assunzione di responsabilità degli studenti nel valutare le loro convinzioni e riconsiderare il senso delle credenze che avevano, fino a quel momento, accettato acriticamente. Alcuni studenti hanno anche modificato atteggiamento sulla tutela della propria privacy in ambiente digitale.

L'esercitazione che prevedeva che lo studente assumesse il ruolo di valutatore economico della possibilità di successo di un'iniziativa imprenditoriale ha permesso di approcciare il problema della privacy in termini di opportunità: quali caratteristiche e quali norme sulla privacy avrebbero permesso al nuovo social della startup di avere successo?

In questo modo si è evitato che i ragazzi vivessero la proposta didattica come invasiva del territorio dove liberamente si relazionano con i coetanei e costruiscono la loro identità.

Lo spiazzamento cognitivo avvenuto nella fase di debriefing, ha consentito di "aprire una breccia" nelle convinzioni assunte acriticamente dagli studenti portandoli a una riflessione più ponderata e in qualche caso a una modifica di atteggiamento nei confronti dell'importanza di tutelare la propria privacy.

⁴ Silvio Premoli (a cura di), Verso l'autonomia. Percorsi di sostegno all'integrazione sociale di giovani, Milano, Franco Angeli, 2009, p. 138.