



ICPPA

Lezione 4

Social Network

1



Dichiarazione di copyright

Dichiarazione di copyright

L'utilizzo dei contenuti della lezione sono riservati alla fruizione personale degli studenti iscritti ai corsi dell'Università di Camerino. Sono vietate la diffusione intera o parziale di video o immagini della lezione, nonché la modifica dei contenuti senza il consenso, espresso per iscritto, del titolare o dei titolari dei diritti d'autore e di immagine.

Copyright notice

The contents of this lesson are subject to copyright and intended only for personal use by students enrolled in courses offered by the University of Camerino. For this reason, any partial or total reproduction, adaptation, modification and/or transformation of the contents of this lesson, by any means, without the prior written authorization of the copyright owner, is strictly prohibited.



2.2

UNICAM
Università di Camerino
1936

I Social Network

I Social Network



3

UNICAM
Università di Camerino
1936

Cosa sono i social network?

Cosa sono i social network?

Un servizio di rete sociale, comunemente e impropriamente chiamato anche **social network**, è un servizio offerto **mediante Internet**, tipicamente fruibile in maniera del tutto gratuita **tramite World Wide Web** o apposite applicazioni per dispositivi mobili, il cui unico scopo è quello di facilitare la **gestione dei rapporti sociali consentendo la comunicazione e la condivisione di contenuti digitali** attraverso semplici frasi scritte, link vari, brani musicali, immagini o anche video.



4

Il concetto di "social network"

Si definisce un "**social network**" un gruppo di persone connesse da **legami sociali** (conoscenze, istruzione, lavoro e famiglia, ...)



Tre tipi di legami tipici dei social network:

- ✓ Legami **FORTI**, famigliari, amici e incontri frequenti
- ✓ Legami **DEBOLI**, conoscenti, incontri occasionali
- ✓ Legami **ASSENTI**, incontri anonimi

5

5

Le comunità virtuali: un pò di storia

I gruppi di discussione sono una sorta di "comunità virtuale" (una sorta di connubio tra la mail e i forum odierni) nacquero in Usa alla fine degli anni 70: **Usenet** è ancora oggi considerato il "seme" da cui è nata e si è diffusa la cultura Internet

In Usenet i messaggi (*post*) sono categorizzati in *newsgroup* e si sviluppano in discussioni definite *thread* utilizzando un programma, *Newsreader*

Google groups ha raccolto l'eredità di Usenet (di cui detiene l'archivio)

6

6

UNICAM
Università di Camerino
1936

Un po' di storia

- I BBS (Bulletin Board System) sono stati i primi network sociali
- In seguito giunsero Geocities e Tripod:

YAHOO! ITALIA **GEOCITIES** **tripod**
Succeed online

i primi che consentirono agli utenti di caricare pagine web e di chattare in rooms dedicate



7

7

UNICAM
Università di Camerino
1936

Un po' di storia

Il primo social network ufficialmente riconosciuto è **Sixdegrees**, lanciato nel 1997 fu chiuso nel 2000 per lasciare il passo a **Friendster** (2002) che per primo introdusse dettagli sul profilo e la possibilità di caricare immagini



<http://sixdegrees.com/>
<http://en.wikipedia.org/wiki/SixDegrees.com>



<http://www.friendster.com/>
<http://en.wikipedia.org/wiki/Friendster>

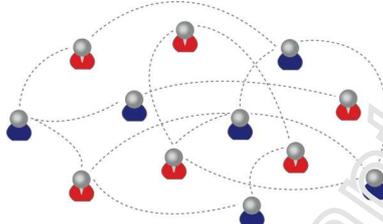
8

8

Cosa sono i social network

i social network:
servizi web che permettono agli utenti di:

- Costruire un **profilo** pubblico o semi pubblico all'interno di un perimetro circoscritto
- Articolare una **lista di altri utenti** con i quali **condividere** un legame/connessione
- Vedere e **incrociare la propria lista di contatti** e quelli fatti da altri all'interno del sistema



The diagram illustrates a social network with several user profiles (represented by small human icons) connected by dashed lines, forming a complex web of relationships. The profiles are arranged in a roughly circular pattern, with lines connecting them to show interactions and connections.

9

Altrimenti...

I social network possono essere definiti come **“spazi sociali basati su Internet**, o device mobili, disegnati per facilitare la comunicazione, collaborazione e scambi di contenuti attraverso una rete di contatti”



The illustration shows a group of stylized human figures in a circle, holding hands. The figures are rendered in a golden-yellow color and are arranged in a ring, symbolizing a community or a network of people.

10



Qualcosa in comune

I social network più diffusi hanno comunque delle **caratteristiche tipiche**:

1. **Profilo**: generalmente costituito da una home page personale o di gruppo con testi, immagini e lista degli "amici". Possono esistere diversi **template da adottare**, con maggiore o minore libertà di strutturare la pagina
2. **Amici**: la rete di relazioni può assumere diverse denominazioni. Previsti inviti e accettazioni per farne parte. Le reti in genere sono **permeabili (posso navigare nella rete di un amico)**
3. **Comunicazione**: Messaggi e commenti sono il flusso comunicativo della rete (integrati da foto e video)

11

11



Uso personale

Uso personale

- Fare/sviluppare contatti e amicizie
- Trovare contenuti/informazioni
- Collaborare con altre persone
- Elaborare e condividere contenuti
- Postare aggiornamenti sulla propria attività

12

12



Uso Business

Uso Business

- Creare affezione al marchio
- Gestione della reputazione online
- Reclutamento di clienti e impiegati
- Apprendimento su tecnologie e competitors

13

13



Uso Didattica

Uso Didattica

- Collaborazione tra studenti, insegnanti e genitori
- Sviluppo professionale
- Insegnamento permanente

14

14

Le tipologie di social network

- **GENERALISTI** come Facebook, MySpace che connettono persone di ogni tipo per gli scopi più vari
- **DI INTERESSE** come LinkedIn, Flickr, Youtube, Delicious: alla base c'è sempre un interesse comune
- **DI SCOPO**: raccolgono persone che hanno uno scopo di azione specifico (spesso politico o associativo)

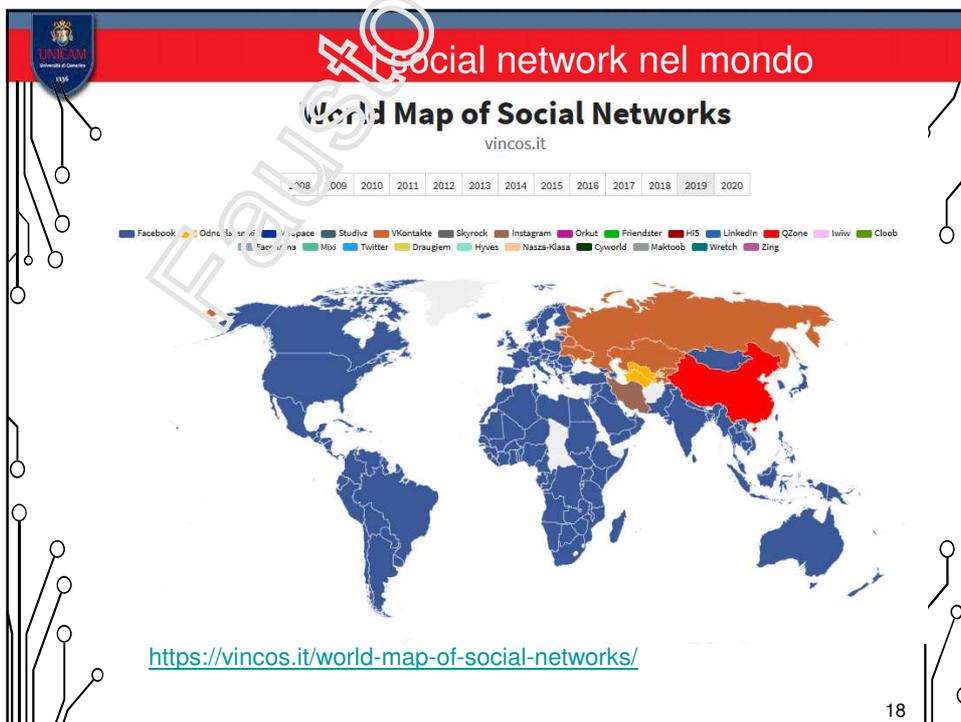
15

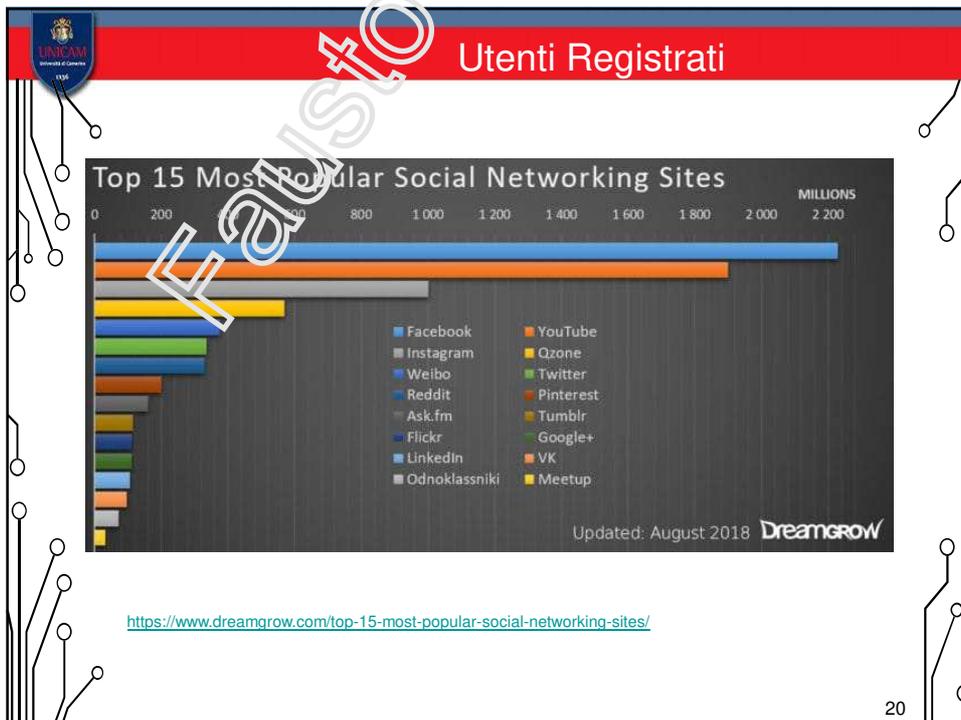
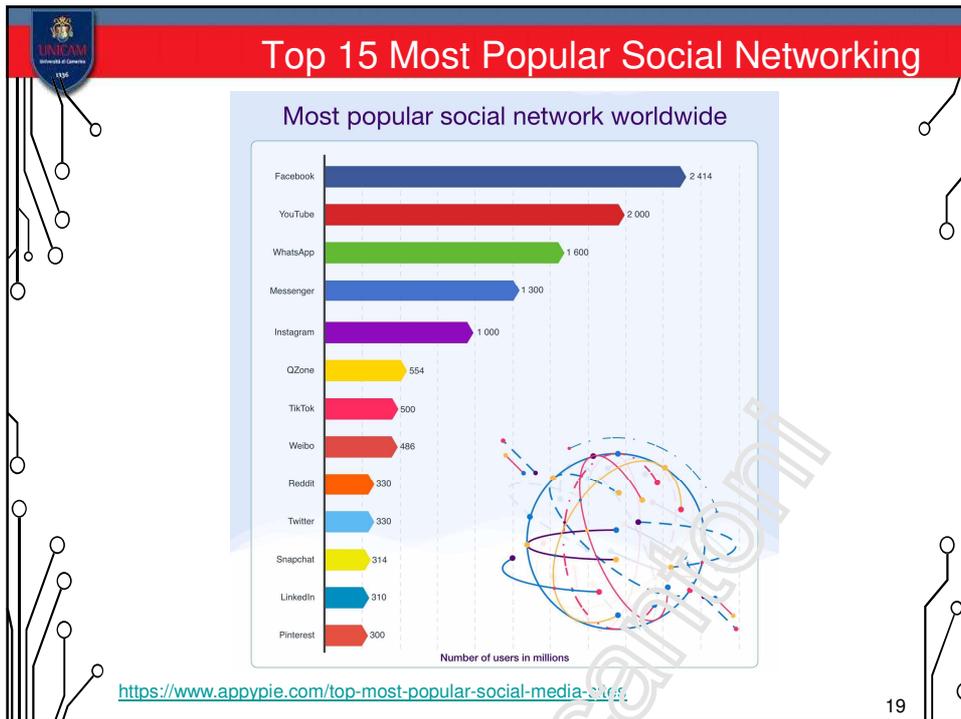
15

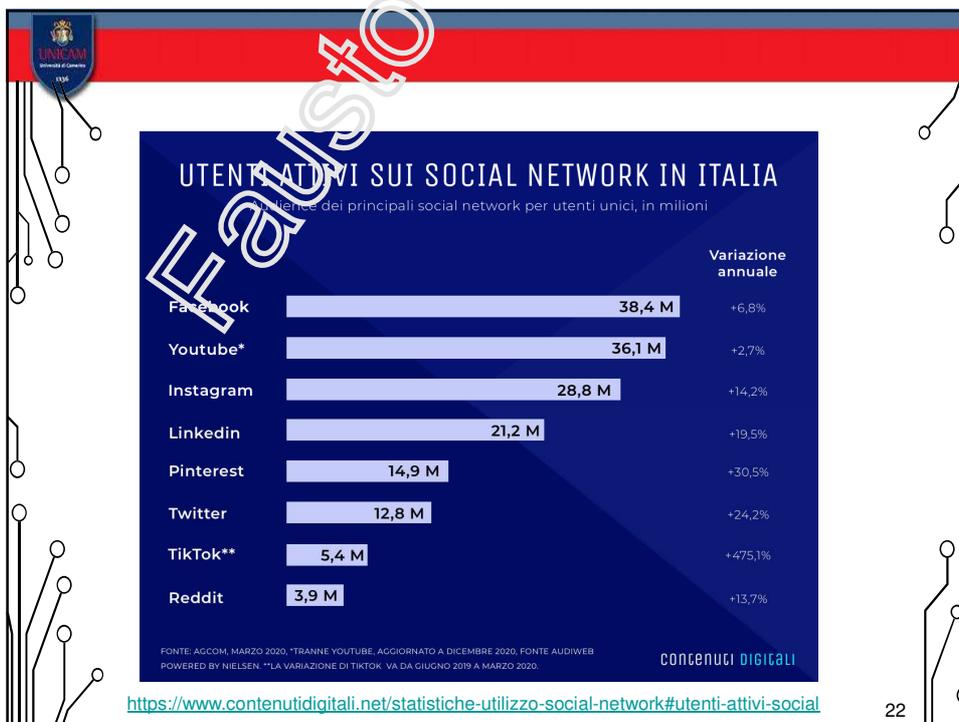
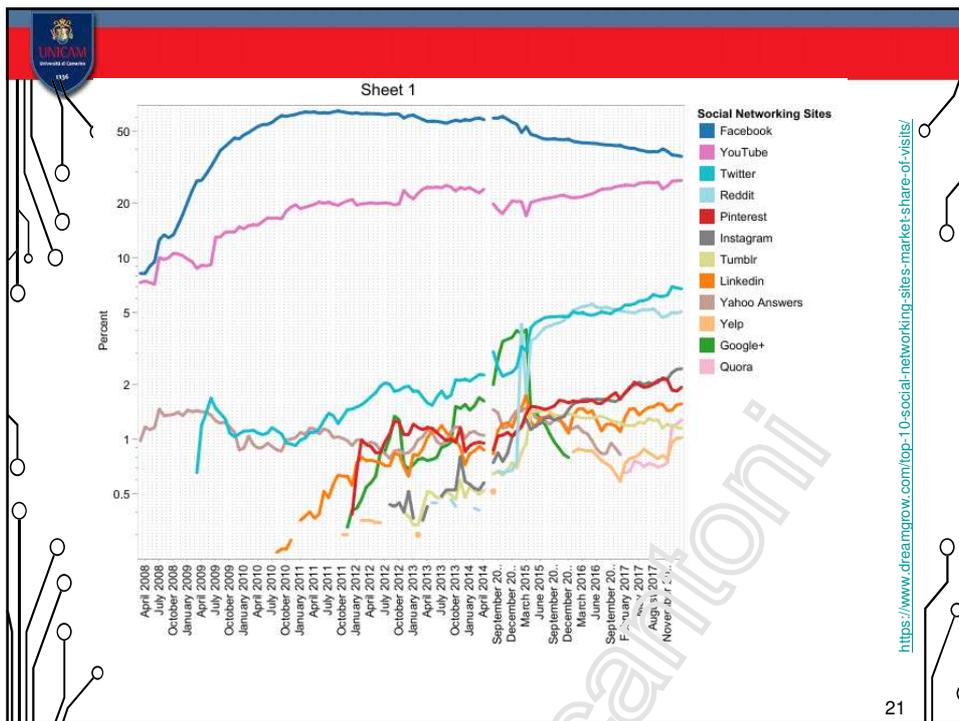


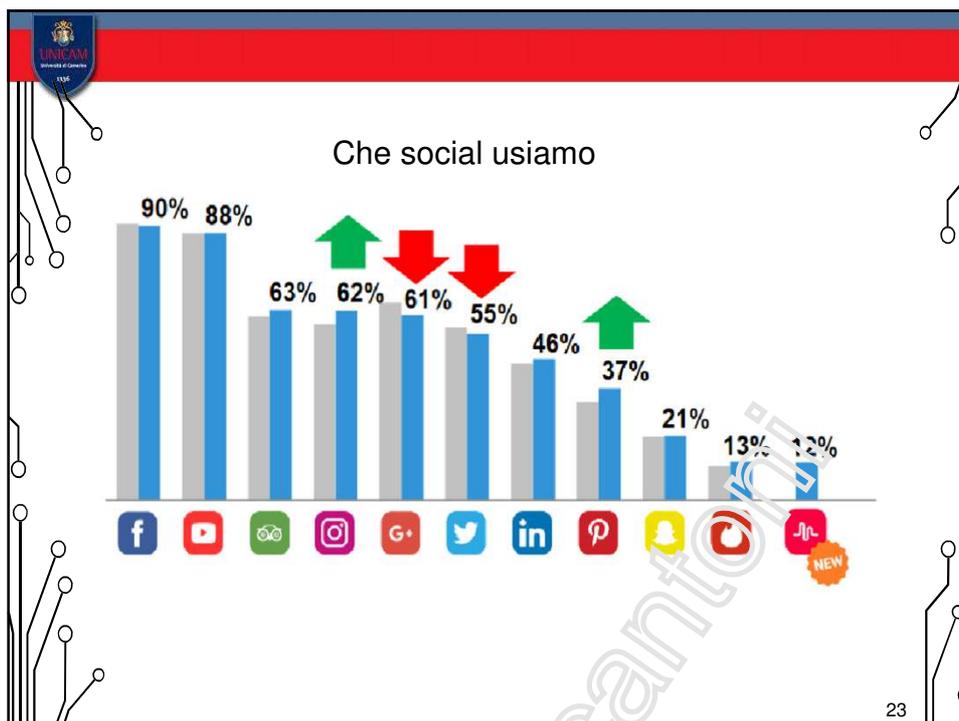
16

16









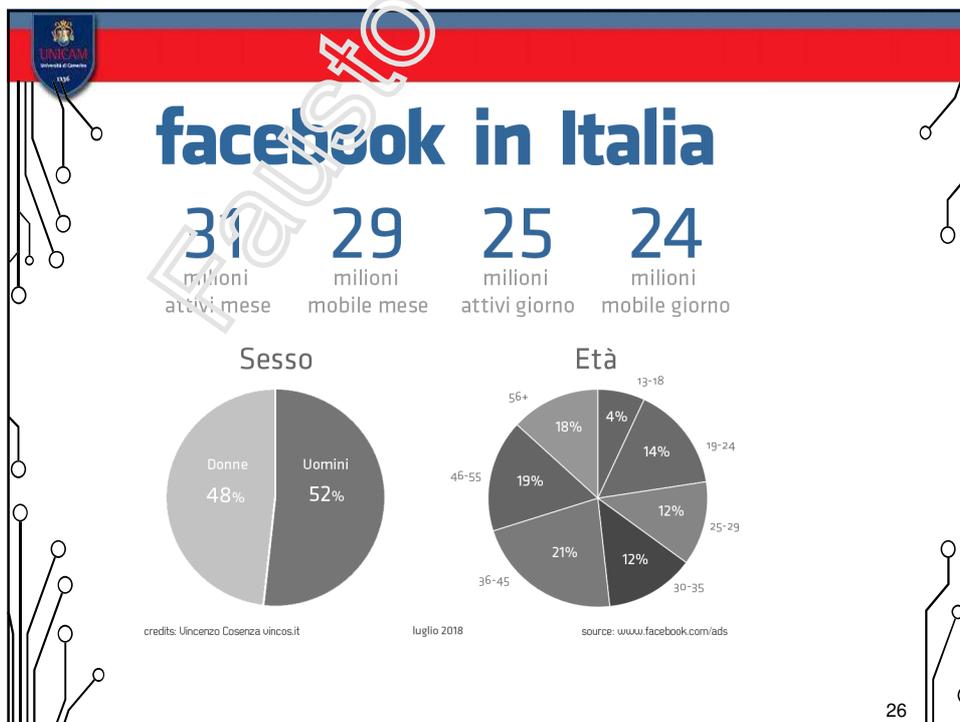
23



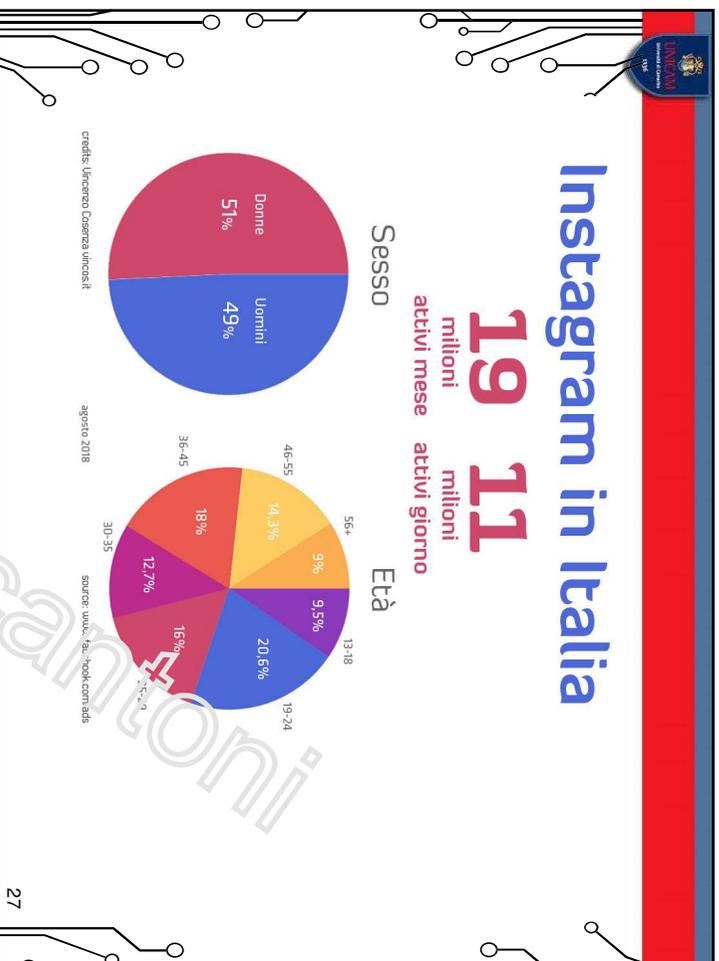
24



25

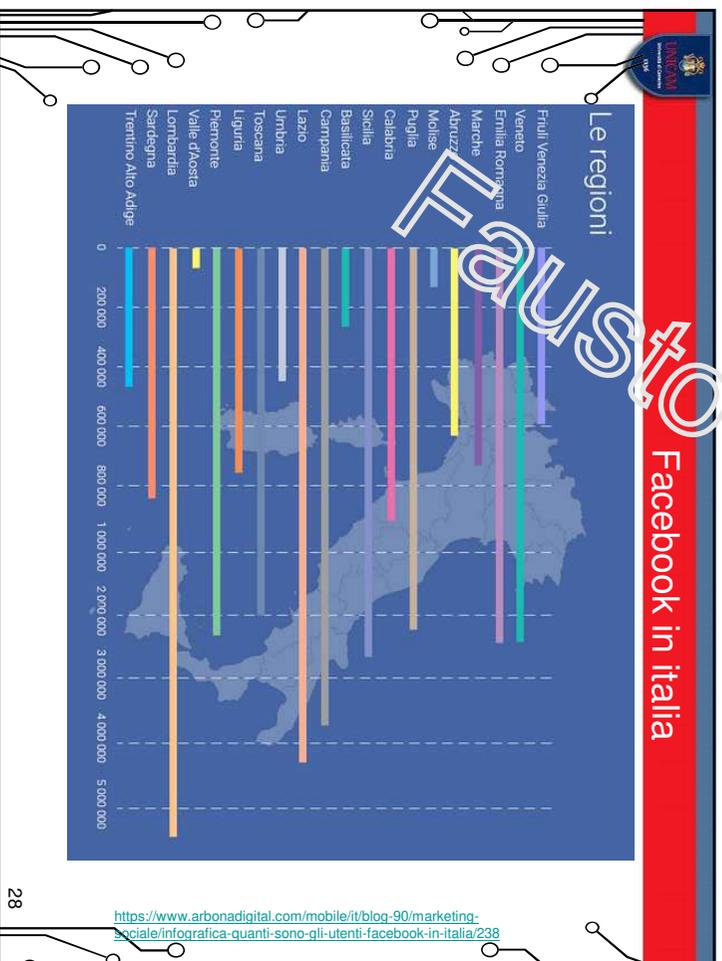


26



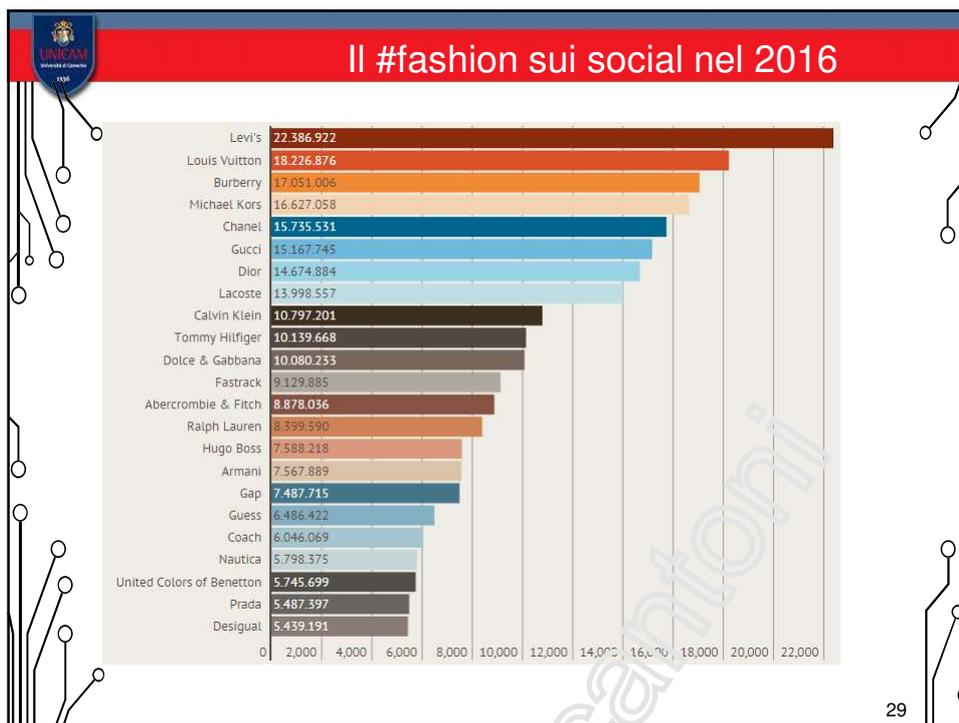
27

27



28

28



29

I leader nel mondo

Facebook has almost colonized Europe and it's extending its domination with more than 500 millions users

QQ leader in China, is the largest social network of the world (300 millions active accounts)

MySpace lost its leadership everywhere (except in Guam)

V Kontakte is the most popular in Russian territories

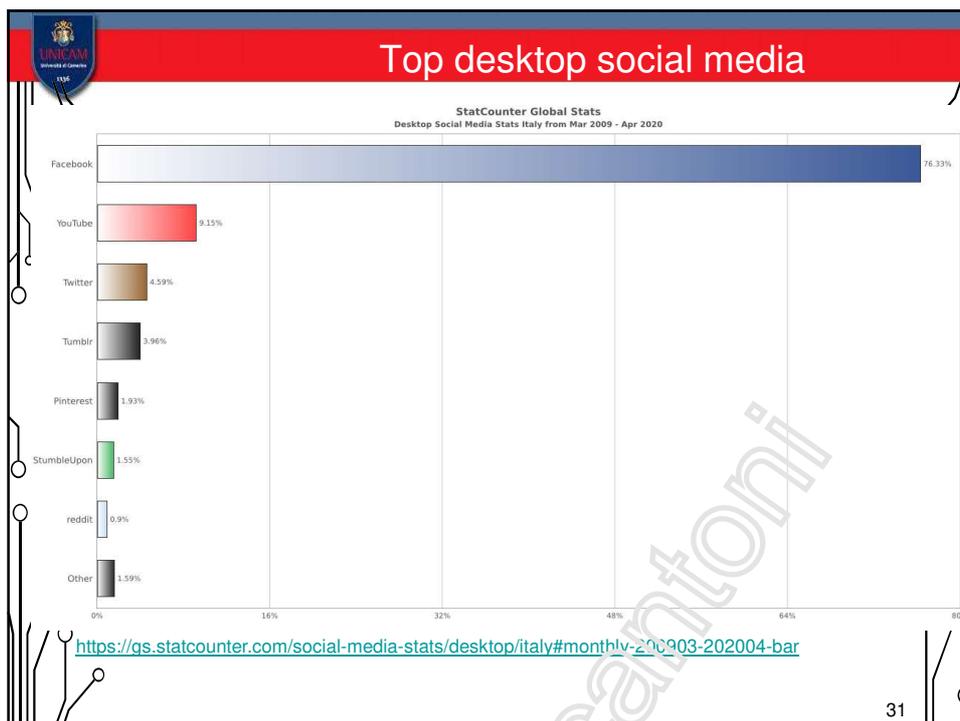
Orkut is strong in India and Brazil

Hi5 is still leading in Peru, Colombia, Ecuador and other scattered countries such as Portugal, Mongolia, Romania

Odnoklassniki is strong in some former territories of the Soviet Union

Maktoob is the most important Arab community/portal

30



31



32



facebook

- Fondato nel 2004 da Mark Zuckerberg, **Facebook** era originariamente utilizzato e limitato nell'ambito del campus universitario di Harvard come rete sociale
- Aperto a tutti nel 2006
- E' oggi il primo social network del mondo per numero di accessi

33

33



facebook

Totale utenti che usano almeno 1 app
(Facebook, Instagram, WhatsApp, Messenger): **2,9 mld**

Utenti attivi mensili FB: 2,5 mld (+8%)
Utenti attivi giornalieri FB: 1,6 mld (+9%)
Revenue totale: \$70 mld (+27%)

ADV Revenue: \$69 mld (+27%)
Costi totali: \$46 mld (+51%)

Aziende che usano le app: **140 milioni**

34

34



35

Instagram

Appartiene a Facebook Inc, l'azienda proprietaria di Facebook il social network per eccellenza. Per questo motivo, molti servizi e funzionalità presenti su Instagram sono collegati a questo sito.

Si tratta di un social network dedicato alla condivisione e alla pubblicazione di foto e video: gli utenti di Instagram possiedono un profilo personale su cui caricare foto e video, condividendo così con le persone della propria rete (followers) i momenti della propria giornata.

36

36



Profili Instagram

Profilo pubblico:
 è l'impostazione di default che assume un nuovo iscritto. Questo status può essere trasformato in privato in qualsiasi momento. Il profilo pubblico permette a chiunque sia iscritto ad Instagram di vedere ciò che pubblici sulla rete;

Profilo privato:
 viene scelto da coloro che vogliono utilizzare Instagram semplicemente per condividere foto e video con gli amici, la famiglia o con i conoscenti. Questo tipo di profilo da quindi la facoltà di non permettere a tutti gli utenti di visualizzare i contenuti che vengono pubblicati. Per poter avere accesso ai contenuti di un account con privacy dovrà infatti essere inviata una richiesta all'utente che dovrà accettarla per mostrare all'altro ciò che pubblica.

Profilo di tipo aziendale:
 è la tipologia di profilo usata a scopi commerciali da brand, aziende e influencer. Già dal 2010 è possibile creare questa tipologia di account per fare pubblicità, ma soprattutto avere a disposizione ulteriori funzionalità come il monitoraggio dei dati e delle interazioni con gli altri utenti o la possibilità di organizzare le chat in più tipi di conversazione.

Profilo Creator:
 è l'ultimo arrivato tra le tipologie di profili Instagram. È l'account destinato ai creatori di contenuti o agli influencer. Ha le stesse funzioni di un profilo aziendale ma offre strumenti più potenti per la gestione del profilo e la valutazione dei contenuti pubblicati monitorandone l'andamento per migliorarne la crescita. Puoi saperne di più su cos'è l'account Creator di Instagram leggendo l'articolo dedicato.

37

37



Instagram feed - stories - chat

Instagram feed

La pagina principale di Instagram, detta feed, mostra una raccolta dei contenuti più recenti pubblicati dagli utenti sulla piattaforma.
 Cominciando a seguire gli altri utenti vedrai presto delle notifiche che ti informeranno sull'azione di following eseguita da altri, cioè altri utenti che ricambieranno il segui per vedere cosa pubblichino! Più utenti seguirai il feed sarà popolato di contenuti e vedrai foto e video delle persone che segui. Oltre al feed puoi usare la sezione Esplora per vedere nuovi contenuti e scoprire altri utenti iscritti alla piattaforma.

Instagram stories

Nella parte alta della schermata principale di Instagram, man mano che seguirai altri utenti troverai un carosello con le loro immagini. Cliccandoci potrai accedere ad una delle funzioni più usate di Instagram: le stories. Si tratta di foto o video dalla breve durata (massimo 15 secondi) che restano visibili per sole 24 ore dalla pubblicazione.
 Anche le stories offrono elementi di interazione con gli utenti che le pubblicano: è possibile infatti aggiungere un commento o una reazione per iniziare una conversazione con l'altro utente.

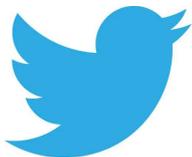
Instagram chat

Mezzo d'interazione per eccellenza all'interno di una comunità virtuale è la chat! Anche Instagram ne è dotata, ovviamente. La chat, detta Direct message (o DM), consente di inviare messaggi, foto o video agli altri utenti, in conversazioni private o di gruppo.
 È possibile accedere alla chat Direct cliccando sull'icona a forma di aeroplanino. Puoi inviare messaggi a tutti gli iscritti, ma soltanto chi ti segue riceverà una notifica diretta. Se invii un messaggio a chi non ti segue, quest'ultimo riceverà un avviso e potrà decidere se iniziare la conversazione o rifiutare (non saprai se ha visualizzato il messaggio o declinato).

38

38

 **Twitter**




Twitter è un social network gratuito di microblogging nato nel 2006, che permette di inviare pensieri, informazioni, aggiornamenti, notizie in soli 140 caratteri.

Questo breve messaggio è chiamato Tweet.

Quindi ogni volta che si scrive qualcosa, si pubblica un Tweet.

Su Twitter esistono **followers** e **following**,
 persone che seguono i tuoi aggiornamenti (followers),
 persone di cui tu segui gli aggiornamenti (following).
 E' importante precisare che le persone che segui non sono costrette a seguirti e viceversa.

39

39

 **Twitter**

TWITTER: UTENTI IN ITALIA
 I dati essenziali sugli utenti italiani di Twitter nel 2020

UTENTI ITALIANI	UTENTI UOMINI	UTENTI DONNE	TEMPO ONLINE/MESE	INCREMENTO UTENTI 12 MESI
 12,8 MILIONI	 61,3%	 38,7%	 3H 48M	 +24,2%

FONTE: WE ARE SOCIAL, GENNAIO 2020; AGCOM, MARZO 2020. NOTA: LA FONTE RIPORTA IL GENERE SOLO DIVISO IN "MASCILE" O "FEMMINILE".

CONTECONTI DIGITALI

40

40



twitter

Su Twitter è possibile **Menzionare** un altro utente.
Menzionare un utente su Twitter equivale (più o meno) a “taggare” una persona su Facebook.

Per condividere un Tweet di un'altra persona, è possibile fare un **Retweet**.

Mentre per commentare un Tweet c'è un'apposita azione, chiamata **Reply**.

un **hashtag**, è una parola chiave, preceduta dal simbolo cancelletto (#) che viene attribuita ad un determinato evento o argomento.

Ad esempio: con l'hashtag #buongiorno, possiamo far capire immediatamente che stiamo scrivendo un Tweet per augurare il buongiorno.

41

41



Terminologia

- ✓ **Tweet**: il messaggio che possiamo scrivere per comunicare, composto da massimo 140 caratteri;
- ✓ **Following**: si intendono tutti gli utenti che tu stai seguendo;
- ✓ **Followers**: si intendono tutti gli utenti che seguono te;
- ✓ **Feed**: tutti i Tweet di utenti che stai seguendo, che sono presenti nella tua homepage di Twitter;
- ✓ **Retweet**: condivisione di un Tweet di un altro utente;
- ✓ **Menzione**: è un metodo per far riferimento, all'interno del tuo Tweet, ad un altro utente. E' composto dal simbolo della chiocciola (@) seguita dal nome utente della persona che vuoi menzionare (esempio: @marcantoni).
- ✓ **Hashtag**: è una parola chiave che viene utilizzata per identificare un preciso argomento o evento. E' composto dal simbolo del cancelletto (#) seguito dalla parola chiave (esempio: #buongiorno)
- ✓ **Trend**: è una lista di hashtag più popolari.

42

42



YouTube



I numeri di YouTube

- I numeri di YouTube sono a dir poco impressionanti:
- Fondata il 14 febbraio 2005
- Acquistata da Google nel 2006 per 1,65 miliardi di dollari
- Più del 15% del traffico viene dagli Stati Uniti
- A novembre 2014, metà del traffico su Youtube proveniva da mobile, nel 2018 siamo arrivati al 70%

<https://social-media-quest.net/2019/02/che-cos-e-youtube/>

43

43



YouTube

Youtube è:

- ☹ Una piattaforma di video sharing
- ☹ Un social network
- ☹ Un motore di ricerca
- ☹ Un sito dove ascoltare la musica
- ☹ Un sito dove vedere programmi televisivi
- ☹ Una guida di viaggio
- ☹ Una canale pubblicitario

44

44



YouTube è un portale dove è possibile **guardare video**, alcuni dei quali hanno solo l'audio.

I video sono **organizzati per categorie** ma, utilizzando il motore di ricerca interno, si può cercare qualsiasi tipo di contenuto.

Su YouTube è possibile **creare un canale** (l'equivalente di un Canale TV) all'interno del quale caricare i propri video. Gli utenti che decidono di farlo vengono chiamati **"Creator"**, creatori di contenuti e, se raggiungono una certa popolarità, **"YouTuber"**.

Su YouTube è possibile **"Iscriversi"** ad un canale in modo da **restare sempre aggiornato** e non perdere mai un nuovo video. Raggiungendo un certo numero di visualizzazioni è possibile **"Monetizzare"** i propri video, ovvero **guadagnare grazie alla pubblicità inserita da Google durante la fruizione del video**.

45

45



Pinterest



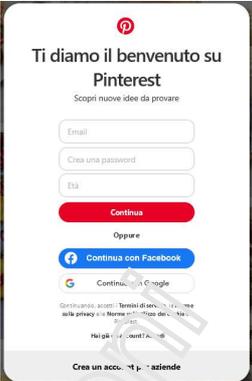
Pinterest è una bacheca virtuale ad alto impatto visivo che consente di fare un «pin» (appuntare con uno spillo), ovvero raccogliere le immagini dal Web in un singolo posto: **il tuo profilo Pinterest**.

Puoi creare le tue bacheche per classificare le immagini e puoi aggiungere delle descrizioni che ti aiuteranno a ricordare perché hai fatto «pin», perché hai voluto «appuntarti» proprio quelle immagini.

Si tratta di un social **basato sulle immagini** e più in generale sul **contenuto visuale**.

46

46



Connettiti tramite Facebook
 Connettiti tramite Twitter
 Connettiti tramite indirizzo email

Mini Guida all'uso
<https://www.digital-coach.it/blog/case-histories/come-funzionava-pinterest/>

47

47



PINTEREST: UTENTI IN ITALIA
 I dati essenziali sugli utenti italiani di Pinterest nel 2020

UTENTI ITALIANI	UTENTI UOMINI	UTENTI DONNE	TEMPO ONLINE/MESE	INCREMENTO UTENTI 12 MESI
14,9 MILIONI	16%	76%	53 MIN	+30,5%

FONTI: WE ARE SOCIAL, GENNAIO 2020; AGCOM, MARZO 2020. NOTA: LA FONTE RIPIERTA IL GENERE SOLO DIVISO IN "MASCHELE" O "FEMMINILE".

CONCETTI DIGITALI

48

48

Bacheca Pinterest

Crea una tua bacheca per raccogliere e organizzare tutte le immagini che ti interessano e ti ispirano.

Per farlo, vai sul tuo profilo e clicca sul riquadro "crea una bacheca".

Una finestra pop-up che chiederà di darle un nome, aggiungere una descrizione, e individuare una categoria.



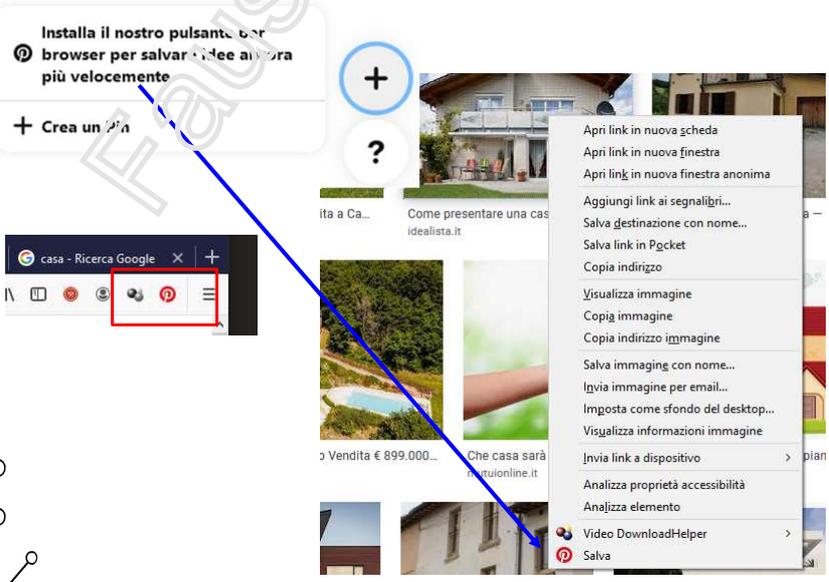
49

49

Estensione pintrest sul browser

Installa il nostro pulsante per il browser per salvare idee ancora più velocemente.

+ Crea un'idea



50

50



tripadvisor



tripadvisor

Tripadvisor, Inc. è un'azienda statunitense di viaggi e ristoranti che pubblica recensioni di alberghi, bed and breakfast e ristoranti, prenotazioni di alloggi e altri contenuti relativi ai viaggi. Include anche forum di viaggi interattivi ed è diffusa in tutto il mondo.

TripAdvisor è stata fondata da Stephen Kaufer nel febbraio 2000 ed è stata acquistata da Sebastian Mendoza nel 2004.

Il sito raccoglie le valutazioni scritte dagli utenti utilizzatori delle strutture; ogni recensione viene valutata dallo staff che giudica se è coerente alle linee guida del sito; in caso contrario non viene pubblicata.

51

51



myspace



- Fondato nel 2002 utilizzò inizialmente gli account di Friendster. Permise per primo la customizzazione della pagina e divenne ben presto il primo social network per numero di utenti
- Dal luglio 2005 è di proprietà della News Corp.
- Nel 2009 11° sito più popolare al mondo

52

52



LinkedIn

LinkedIn

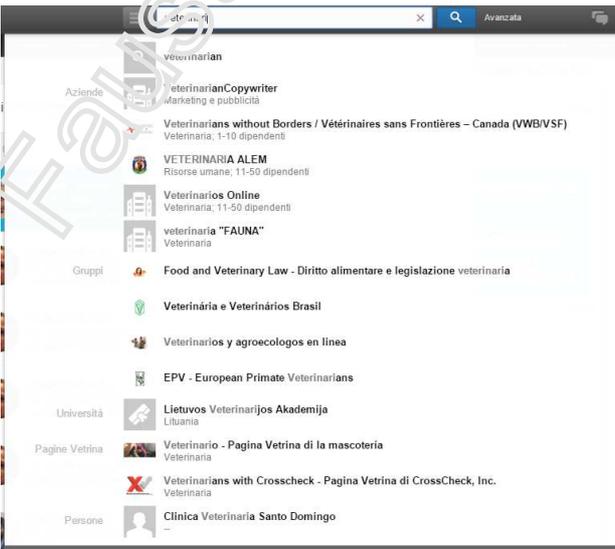
- E' nato nel 2003 come social network professionale
- Utilizzato anche per reclutare personale, avviare contatti commerciali o comunque legati al business
- 50 milioni di account in 200 Paesi diversi

53

53



LinkedIn - veterinari



The screenshot shows search results for 'veterinari' on LinkedIn. The results are categorized into 'Aziende', 'Gruppi', 'Università', 'Pagine Vetrina', and 'Persone'. Key results include:

- Aziende:**
 - veterinarianCopywriter (Marketing e pubblicità)
 - Veterinarians without Borders / Vétérinaires sans Frontières – Canada (VWB/VSF) (Veterinaria, 1-10 dipendenti)
 - VETERINARIA ALEM (Risorse umane, 11-50 dipendenti)
 - Veterinarios Online (Veterinaria, 11-50 dipendenti)
 - veterinaria "FAUNA" (Veterinaria)
- Gruppi:**
 - Food and Veterinary Law - Diritto alimentare e legislazione veterinaria
 - Veterinária e Veterinários Brasil
 - Veterinarios y agroecologos en linea
 - EPV - European Primate Veterinarians
- Università:**
 - Lietuvos Veterinarijos Akademija (Lituania)
- Pagine Vetrina:**
 - Veterinario - Pagina Vetrina di la mascoteria (Veterinaria)
 - Veterinarians with Crosscheck - Pagina Vetrina di CrossCheck, Inc. (Veterinaria)
- Persone:**
 - Clinica Veterinaria Santo Domingo

54

54



TIK TOK

TikTok è in assoluto l'app con la più rapida crescita. Permette di realizzare brevi (dai 15 secondi al minuto) video musicali e poi condividerli con il resto della community, non prima di averne modificato la velocità di riproduzione e di aver aggiunto filtri ed effetti.

UNICAM
Università di Camerino
1936

55

55

L'app consente agli utenti di guardare **clip musicali**, creare brevi clip fino a un massimo di 60 secondi, ma soprattutto di modificare e aggiungere un gran numero di **effetti speciali** a piacere in modo molto semplice.

Per rendere il concetto in parole più semplici, possiamo dire che TikTok è **una sorta di karaoke visivo**, in cui montaggi al limite della fantascienza diventano alla **portata di tutti**, realizzabili direttamente con pochi tap sul proprio cellulare.

UNICAM
Università di Camerino
1936

56

56



57

Il social TikTok è diventato ancora più popolare tra preadolescenti e adolescenti, soprattutto grazie alle misure di isolamento anti-contagio. E questo ha amplificato i rischi, per i giovanissimi: in pericolo la loro sicurezza nei confronti di predatori sessuali, cyber bulli;

ini

Resultati espliciti filtrati con SafeSearch. [Ulteriori informazioni](#)

idi)

il 30% degli utenti non ha nemmeno raggiunto i 18 anni e, nonostante l'età minima per iscriversi sia 13 anni, **non esistono a oggi effettivi meccanismi di controllo** in grado di verificare con certezza la veridicità dei dati di chi vi accede.

58

58

Pericolo di TikTok

Ma vediamo più nel dettaglio quali sono i **pericoli** che corrono concretamente **bambini e adolescenti** su una una piattaforma come **Tik Tok**. Tra le insidie peggiori troviamo le **challenge**. Si tratta di **sfide pericolose**, lanciate e rese virali da Tik Tok, in cui la persona che vi aderisce è chiamata ad **agire in modo estremo**, il tutto registrato da un **video**, non tanto per sfidare i propri limiti, quanto più **per ottenere like, consensi e follower**. Tra le più pericolose possiamo annoverare la **Blackout Challenge**, secondo cui gli utenti avrebbero dovuto auto procurarsi **un'asfissia temporanea** oppure la **Bright Eye Challenge**, in cui l'individuo era sfidato a bagnarsi l'occhio con una miscela di candeggina, disinfettante per le mani e schiuma da barba così da alterare momentaneamente il colore dell'iride, entrambi gesti che possono provocare danni anche letali. Si tratta, spesso, di vere e proprie **incitazioni al suicidio o all'omicidio** i cui **rischi**, seppur oggettivamente elevati, vengono assolutamente **sottostimati da bambini e ragazzi**, ancora troppo giovani e immaturi per riconoscere il pericolo ed evitarlo. Inoltre, un social network come **TikTok**, in cui una potenziale fama è alla portata di tutti, può essere **destabilizzante per la psiche dei più piccoli**, incapaci di gestire una popolarità di questa portata. Senza considerare, pericoli come la **depressione e la dipendenza**, due condizioni spesso legate all'utilizzo di app e social, e l'esposizione a un dramma come quello del **cyberbullismo**, per cui sempre più utenti negli anni hanno subito e sono veramente denunciato la ricezione di **messaggi e commenti altamente offensivi**. Dunque, data la portata di **tutti questi rischi**, è chiaro perchè gli adulti, e non soltanto i genitori, nutrano grande **apprensione e scetticismo rispetto all'utilizzo** di Internet in generale e di **Tik Tok** in particolare da parte dei propri figli, soprattutto se di età inferiore ai 18 anni.

https://www.alfemminile.com/bambini/tik-tok-pericoli-s4121421.html#af_intertitre_9

59

59

I pericoli di Tik-Tok

PERICOLI DI TIK-TOK

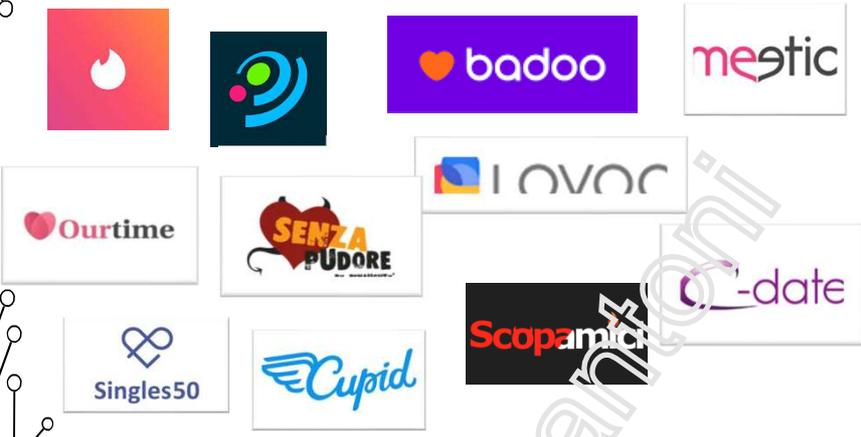
CONSCETE QUESTA APP?

60

60

App di incontri

Si chiamano Tinder, Romeo, Lovoo, Badoo, Meetic. Nomi diversi e interfacce leggermente differenti per un unico **scopo**: **aiutare le persone a incontrarsi**.



61

61

Si scaricano **gratis** e si possono usare in modalità free, anche se tutte propongono servizi a pagamento con la **promessa di ampliare le possibilità di incontro**

- non è sempre facile capire se la persona con cui si chatta **sia davvero chi o come dice di essere**
- le informazioni che pubblicano sui loro profili **non sono del tutto veritiere**
- quasi la metà degli utenti dichiara di aver scambiato messaggi a **contenuto erotico**.
- solo un quarto ha avuto un **rapporto sentimentale di lunga durata**

<https://www.altroconsumo.it/hi-tech/smartphone/news/app-incontri>

62

62

 **tutelare la privacy**

Recentemente, l'Autorità Garante Privacy italiana ha rilasciato alcuni suggerimenti per tutelare la privacy quando si adoperano le app.

- ✓ Fare attenzione a quanti e quali dati può trattare una app.
- ✓ Prima di installare una app, cercare di capire quanti e quali dati verranno raccolti e come verranno utilizzati, consultando l'informativa sul trattamento dei dati personali.
- ✓ Verificare se alcune informazioni raccolte dall'app possono essere diffuse automaticamente online (ad esempio, se è possibile che l'app produca post automatici sui social media).
- ✓ Evitare, in generale, di memorizzare nell'app i dati delle credenziali di accesso (username, password, PIN) di carte di credito e sistemi di pagamento.
- ✓ Valutare sempre con attenzione se consentire l'accesso a determinate informazioni e funzionalità.
- ✓ Informarsi su come verranno trattate e conservate le informazioni che ti riguardano, e a chi verranno eventualmente resi noti aspetti della propria vita privata o eventualmente riservati.
- ✓ Installare sul dispositivo che ospita le app anche un software anti-virus in grado di proteggere i dati personali da eventuali violazioni;
- ✓ Impostare password di accesso sicure aggiornandole periodicamente,
- ✓ Aggiornare periodicamente l'app;
- ✓ Non disattivare mai i controlli di sicurezza previsti dal dispositivo.
- ✓ Pensare ai rischi che possono correre i minori.

63

63

 **Google Trends**



Google Trends è un servizio che offre un immenso database di informazioni tratto dal mare magnum di oltre 5 miliardi di ricerche quotidiane effettuate su Google, utilissimo per chi lavora nel marketing digitale, e non solo.

Google Trends identifica le parole e/o le informazioni più cercate sul web in un certo arco di tempo o in una specifica area geografica.

Mini Guida all'uso
<https://www.digital-coach.it/google-trends-cos-e/>

64

64

Google Trend

<https://trends.google.com/trends/?geo=IT>

Google Trends

Italia

Scopri quali ricerche si fanno nel mondo

Inserisci un termine di ricerca o un argomento

Oppure inizia con un esempio

- Taylor Swift
- Kim Kardashian
- Campionato mondiale di calcio
- Calcio
- Football americano

Interesse per regione, Ultimi 7 giorni, Stati Uniti

Interessi per area geografica, Ultimi 7 giorni, Tutto il mondo

Interesse per regione, 2014 - Presente, Stati Uniti

65

65

Google Trends

Italia

Ultimi 12 mesi

Tutte le categorie

Interesse nel tempo

Interesse per regione

Regioni

1 Toscana 100

2 Umbria 95

3 Lazio 90

4 Molise 89

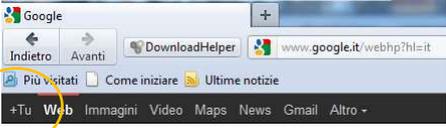
5 Abruzzo 89

Visibili: 1-4 regioni su 20

66

66

Google+



Google+

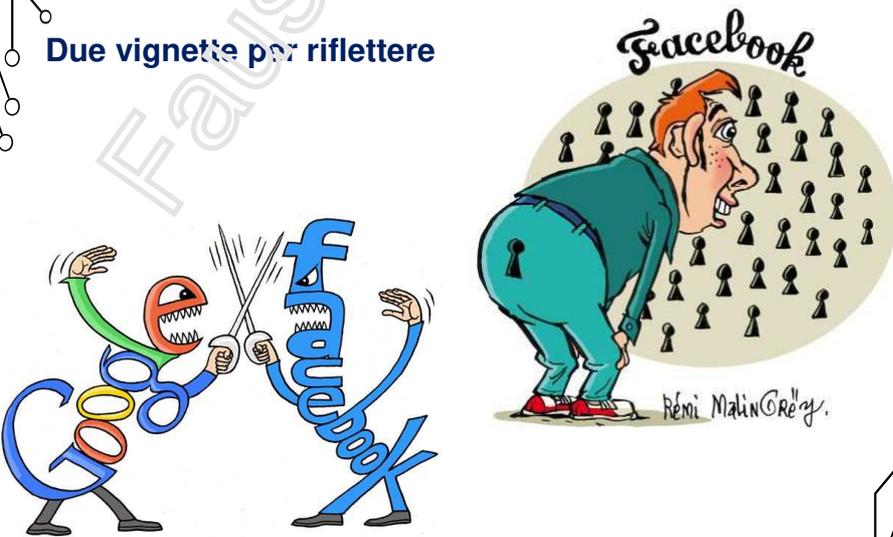
- Il servizio è stato lanciato il 28 giugno 2011, in fase test e solo su invito.
- Il 20 settembre 2011 **apre** la beta pubblica, non è quindi più necessario l'invito
- Si presentava come rivale di Facebook
- Il 2 aprile 2019 è stata **chiusa** al pubblico e dal 6 luglio 2020 non è più disponibile per i clienti G Suite

67

67

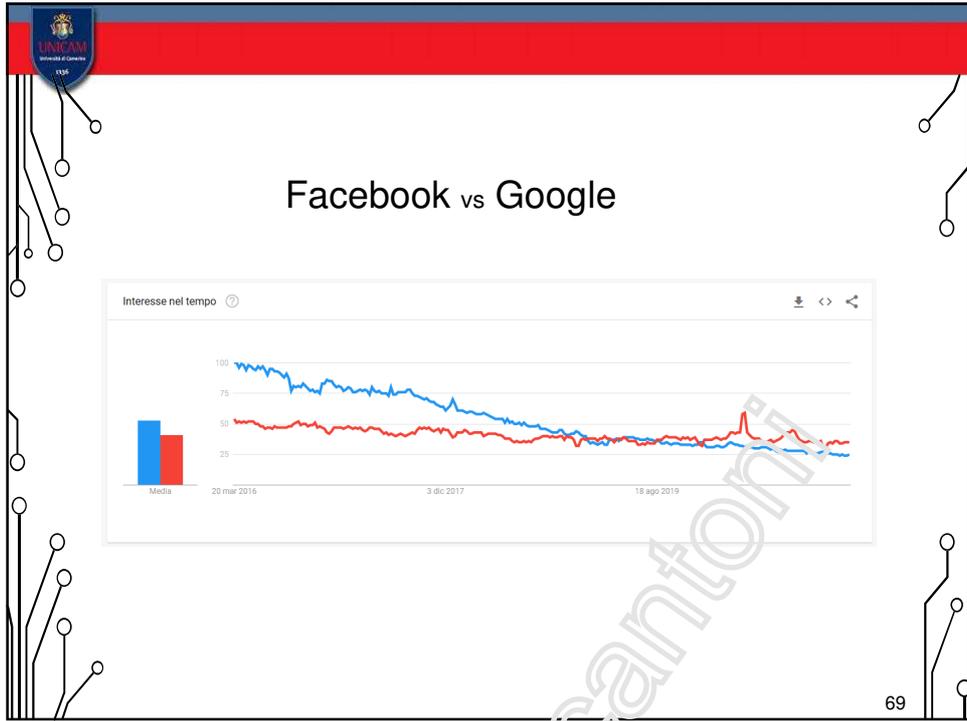
Due vignette per riflettere

Due vignette per riflettere



68

68



Fine Lezione

70