

Esercizio 3 - YouTube

Titolo

La relatività in YouTube

Scopo

L'obiettivo di questo esercizio è rendere consapevole l'utente del fatto che nei servizi di Google, in questo caso YouTube, la **relatività** è molto forte.

Quando si parla di **relatività** nel mondo digitale si intende la capacità di un sistema di mostrare contenuti personalizzati a seconda degli interessi dell'utente. In alcuni casi alcuni sistemi sono in grado di effettuare quello che viene definito come *price discrimination*, ovvero la capacità di imporre ai consumatori diversi prezzi per l'acquisto dello stesso bene offerto a seconda delle caratteristiche conosciute.

L'avvento delle *Server Farm* ha permesso l'allocazione quasi illimitata delle informazioni riguardanti gli utenti e dato che, come afferma il **Principio di Locard**, *l'interazione tra un soggetto e un servizio digitale lascia sempre tracce, tutt'altro che esigue, indistruttibili e associabili direttamente ad una persona*, molte multinazionali come Google conservano tali tracce in modo da utilizzarle per obiettivi e scopi non del tutto trasparenti.

Per chi?

Adatto a tutte le persone che utilizzano YouTube e più in generale i servizi offerti da Google.

Durata

5 minuti

Livelli arcobaleno

L0/L1

Tag + keyword

relatività, youtube, locard, profilazione

Difficoltà (relativa all'utente)

Facile

Strumenti (necessaire), s.o., pacchetti/app

1. PC, laptop o mobile device (x2)
2. Connessione ad Internet

Costi

Gratuito

Istruzioni dettagliate

1. Effettuare l'accesso a YouTube effettuando il login con due profili utente diversi. Per farlo basterà accedere alla *home page* tramite il seguente link ed effettuare il login,
2. Digitare nella barra di ricerca la stessa parola,

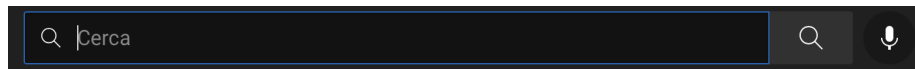


Figure 1: ricerca

3. Confrontare i primi risultati e vedere se vengono suggeriti gli stessi contenuti,
4. A fronte della stessa ricerca, ovvero *Nizza calcio* ecco i video che YouTube ci suggerisce di vedere:

ricerca effettuata dopo login

ricerca effettuata senza login

Suggerimenti per variazioni

Risultati attesi

Confrontando le due ricerche è possibile vedere come i contenuti che ci suggerisce YouTube siano diversi. In questo caso le differenze sono molto marcate, mentre in altre situazioni è possibile notare come l'ordine dei video proposti sia differente.

Obiettivi “formativi”

L'obiettivo di questo esercizio è permettere all'utente di prendere piena coscienza del fatto che ogni volta che navighiamo in rete lasciamo delle informazioni che vengono sfruttate più o meno in maniera “onesta”. In questo caso l'obiettivo di YouTube è quello di cercare di offrire un servizio che vada incontro agli interessi dell'utente; in casi più gravi queste informazioni possono essere usate per effettuare price discrimination per esempio.



Figure 2: 1

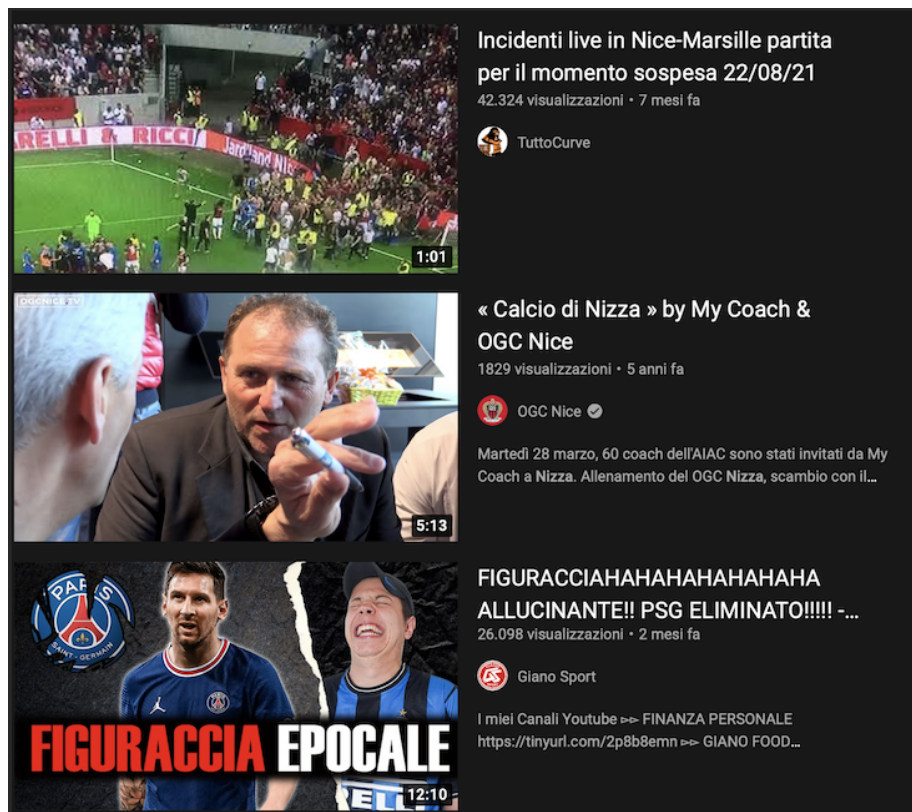


Figure 3: 2

See also, prosegui con, propedeuticità

Ecco un link utile in cui poter sapere quanto Google sa di un utente.

[link](#)

Autore

Andrea Pennati

Licenza (libera, compatibile con GNU/GPL o CC)

CC-BY-4.0