

E-privacy 2009

Problematiche e insicurezze nel
mondo del web 2.0 e del cloud
computing

Fabio Nigi

Il web 2.0: Scambio di ruolo nell'informazione

O'Really 2004: definizione di web 2.0

L'informazione inizia a risiedere solo online, smettiamo di fruire di servizi come utenti passivi e iniziamo a creare informazioni e a immettere dati personali

Il primo passo è il blog: l'utente è autore della rete

Rivoluzione dell' identità

Identità reale e identità digitale iniziano a diventare un'unica cosa

I rapporti sociali reali vengono trasportati all'interno della rete

Il ruolo delle grandi aziende e la tecnologia necessaria: ajax, che permette di usufruire di servizi al pari delle applicazioni canoniche

I dati e le applicazioni vengono col tempo trasferiti unicamente online: il cloud computing

La rete diventa parte integrante della nostra vita lavorativa e sociale non più una risorsa secondaria

Web 2.0:evoluzione degli utenti o evoluzione del business?

Piccole start up senza un core business
vengono vendute a milioni di dollari

Servizi da costi altissimi sono forniti
gratuitamente agli utenti

Perchè le aziende forniscono questo tipo di
servizio?

L'utente che ruole svolge all'interno dell'
informatica attuale?

digg:le informazioni e la loro importanza sono decise dagli utenti stessi

Diversamente dalla tradizionale pubblicazione delle notizie e indicizzazione tramite motori di ricerca l'utente fa risaltare l'informazione di suo interesse e la condivide con il proprio gruppo di appartenenza.

Il network di utenti si confronta decidendo autonomamente quali siano le notizie e le informazioni importanti facendole risaltare e creando un effetto a cascata sulla risorsa che inizia a fare "eco" nella rete

Myspace

Rupert Murdoch compra myspace per 770 milioni di \$

Gli utenti possono condividere foto musica e informazioni:

” If MySpace tells you that your friend likes The Super Arctic Guitar Axe Nirvana Marsupials, well, you might too.”

Molti gruppi emergenti sono stati lanciati tramite Myspace

youtube:la nuova televisione

Youtube "brucia" 1 milione \$ al giorno in sola banda

Possibilità di infiniti upload

Share e punteggi per i video

Nessun costo per l'utente

Comprato da Google nel 2008 per per 1,65 miliardi di \$

La carovana del web2.0 e del cloud computing

Twitter, facebook, myspace, gmail...

Perchè esistono?

Dove trovano il denaro per portare avanti i propri prodotti?

Come utilizzano i dati degli utenti?

Siamo indipendenti da questi servizi?

Evolution of business

Web 2.0 non esiste grazie agli utenti ma grazie ad un'evoluzione del business .
Google predecessore di tutte le altre aziende si è trasformato da motore di ricerca a agenzia pubblicitaria mirata

Mail e instant messaging diventano fonte di datamining per pubblicità mirata

Microsoft Outlook, Microsoft Office, vengono trasformati in prodotti online

Le aziende producono questi servizi per rendere felici gli utenti?

Più aumenta la soddisfazione degli utenti, maggiore sarà il loro tempo di utilizzo del servizio, le aziende creano servizi sempre più personalizzati, gli utenti a loro volta riversano sempre più dati

se l'informazione è *sempre* raggiungibile perchè tenerla ferma in un computer di casa che potrebbe essere spento o irraggiungibile?

Cosa fanno i fornitori di servizi su di noi?

Quali ricerche facciamo

Cosa inseriamo all' interno dei nostri profili

Quali mail mandiamo

A chi le mandiamo

Quali pagine visitiamo

Cosa inseriscono terzi online su di noi?

The answer is - data. Information.
Marketing. Every detail about you and me.
That is where the money is.

Il reale guadagno dei social network e dei
motori di ricerca risiede nel data mining.

Analisi di mercato

Vendita dei trend sociali e delle informazioni

Catalogazione dei possibili clienti

Cosa è cambiato da prima?

Non abbiamo più identità separate

Non possiamo più gestire i dati che
immettiamo in rete

Molti provider propongono e rendono
inaccessibili servizi a meno di non avere un
id univoco che ci identifichi per tutte le
operazioni fatte (google, microsoft
passport..)

La profilazione dell'utente diventa
pressapoco totale

Problematiche per la difesa della privacy dai nuovi servizi

Siamo sicuri che i dati che immettiamo ci possono rappresentare sempre nel corso della nostra vita?

Possiamo dividere all' interno dei social network "catene di fiducia" come nella vita reale?

Ci possiamo fidare delle aziende che ci forniscono le cloud?

Siamo sicuri che i dati che forniamo siano usati come noi pensiamo?

I dati che mettiamo online possono essere usati contro di noi?

E gli altri?

Come gestiamo i nostri dati e informazioni sensibili che non sono sotto il nostro diretto controllo?

Come rimuoviamo i dati che non sono più sotto il nostro controllo?

La sicurezza dei servizi è garantita?

Esiste una regolamentazione generale per la tutela dell'utente?

Accesso ai dati

L' uso di sistema di cloud computing comporta diversi rischi:

La sensazione di stabilità porta a non fare backup ai dati

L' id univoco per l' accesso ai servizi rischia di chiudere, nel caso di perdita delle credenziali o sospensione dell' account, di "chiudersi la porta" a tutti i nostri sistemi di comunicazione

soluzioni?

No, non ce ne sono di semplici

Gestire i proprio dati personali ha un costo non indifferente per l'utente

La domanda da porsi è:

volete essere Giuda di voi stessi?

Avere servizi senza che svendano i nostri dati

Gestire i servizi direttamente a casa propria

Tutti abbiamo una connessione a banda
larga

Possiamo gestire tutti i nostri servizi e i dati
direttamente da casa propria

Un esempio pratico:ricetta

Un semplice pc

Un adsl

Un ip fisso

Un dominio

Distribuzione linux a piacere

Apache

Webmail e server di posta

...

grazie

Fabio Nigi

nigifabio@gmx.it