



L'uso distorto dei dati personali: il caso Facebook e Cambridge Analytica

di Maria Giovanna D'Amelio

Questa esercitazione verte sul recente caso che ha coinvolto il social network *Facebook*, relativo alla cessione di informazioni sui propri utenti a società che le hanno utilizzate per vari fini tra cui, si sospetta, la realizzazione di attività di propaganda politica "personalizzata".

Attraverso lo studio del caso si propone agli allievi di riflettere su come l'utilizzo dei social network, se non controllato, possa rendere gli utenti vittime inconsapevoli di **campagne informative mirate**, il cui obiettivo può essere quello di influenzare l'opinione pubblica su questioni importanti.

Gli studenti saranno chiamati a esercitarsi sulla lettura e interpretazione di testi, anche giuridici, sulla ricerca di dati e informazioni in rete, sull'applicazione delle norme giuridiche a un caso concreto e sulla produzione di brevi testi scritti.

Questa esercitazione può essere proposta nelle classi quarte degli Istituti tecnici economici, indirizzi Afm, Sia, Rim e Turismo, nell'ambito del tema relativo al Trattamento e la protezione dei dati personali. Il caso proposto può contribuire al raggiungimento dei seguenti obiettivi.

Competenze	
<ul style="list-style-type: none"> ● Analizzare il valore, i limiti e i rischi delle varie soluzioni tecniche per la vita sociale e culturale con particolare attenzione alla sicurezza nei luoghi di vita e di lavoro, alla tutela della persona, dell'ambiente e del territorio ● Utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento disciplinare ● Individuare e accedere alla normativa pubblicistica, civilistica, fiscale con particolare riferimento a quella del settore turistico 	
Conoscenze	Abilità
<ul style="list-style-type: none"> ● Normativa nazionale e comunitaria sulla sicurezza e sul trattamento dei dati personali 	<ul style="list-style-type: none"> ● Reperire autonomamente le norme nel sistema civilistico nazionale e comunitario ● Ricercare le norme relative ad una categoria di argomenti e individuare le parti che afferiscono ad una precisa fattispecie ● Applicare le disposizioni normative a situazioni date ● Riconoscere le modalità con cui l'azienda opera in relazione alla normativa in materia di sicurezza e sul trattamento dei dati personali

Fonte: Linee guida triennio Istituti tecnici a indirizzo economico

I social media e la privacy

Con l'espressione "social media" si indicano tutte le tecnologie informatiche adottate per **condividere contenuti** testuali, immagini, video e audio (Facebook, Twitter, WhatsApp, LinkedIn, e altri).



L'avvento della rete e delle piattaforme

social hanno semplificato e potenziato notevolmente la comunicazione tra le persone, ma hanno anche posto questioni rilevanti relative alla tutela della riservatezza e alla protezione dei dati personali.

In generale, chi usa i dati e le informazioni relativi a terze persone è sempre tenuto a rilasciare un'**informativa** che illustra le modalità e le finalità del trattamento. Anche i proprietari dei social network sono chiamati a rispettare questo principio e per pubblicare un'immagine o un dato riguardante altre persone devono ottenere il **consenso** inequivocabile dell'interessato (che, per i minori di 14 anni, è sostituito da quello dei genitori).

Il consenso viene dato, generalmente, in fase di **registrazione** alla piattaforma virtuale: infatti, quando ci si iscrive si dichiara di essere proprietari delle foto, dei video e di tutto il materiale che verrà eventualmente pubblicato e si accetta la condizione che, se si dovesse caricare o condividere sul social network tale materiale, esso sarà concesso in licenza a tutti e potrà essere usato (in modo lecito) da chiunque vi acceda.

È importante dunque riflettere bene prima di inserire online dati che non si vuole vengano diffusi o che possano arrecare danno a chi li pubblica e sarebbe utile, al momento dell'iscrizione (o anche in una fase successiva) cercare le **impostazioni** relative alla privacy ed eventualmente limitarle. Infatti, ogni utente può dare il consenso alla diffusione solo di alcune informazioni invece che di tutte, oppure non consentire ad altri di rendere pubblici dati che lo riguardano (foto, video ecc.).

A questo proposito, è bene ricordare sempre che i social network sono **gratuiti solo per gli utenti**, ma vengono pagati profumatamente dalle aziende di marketing, dai pubblicitari, dagli operatori di mercato ecc., che acquistano informazioni su dati personali, gusti, abitudini di vita e interessi delle persone per poi usare queste informazioni per realizzare campagne promozionali allo scopo di vendere i loro prodotti o di influenzare in qualche modo l'opinione pubblica.

Il caso Facebook – Cambridge Analytica

Cambridge Analytica era una società di consulenza britannica, fondata nel 2013 e chiusa nel maggio 2018 proprio a causa dello scandalo di cui stiamo per occuparci. Cambridge Analytica era specializzata nel raccogliere un'enorme quantità di **dati sugli utenti dei social network**, per esempio il numero di *like* messi da una persona e su quali post, dove vengono lasciati i commenti degli utenti, il luogo da cui si condividono i contenuti, le parole chiave delle ricerche effettuate, i luoghi visitati e così via.

Queste informazioni venivano poi elaborate da appositi software per creare i profili di ogni singolo utente, misurarne abilità, comportamenti e più in generale le caratteristiche della personalità.

Oltre ai dati di Facebook, Cambridge Analytica ha acquistato nel tempo anche molte altre informazioni da società diverse che raccolgono dati di ogni genere sulle abitudini e i consumi delle persone, per esempio gli acquisti fatti su internet, i sistemi di pagamento scelti, le ricerche sui motori di ricerca ecc.

La società sostiene di avere sviluppato un particolare **sistema di valutazione** dei comportamenti degli individui, grazie al quale riusciva a ottenere, mettendo insieme tutti questi dati, un profilo in grado di descrivere non solo i gusti delle persone, ma anche le loro emozioni. Naturalmente, questi profili erano utilizzabili allo scopo di influenzare le persone. Infatti, i dati così ottenuti venivano poi venduti ad aziende desiderose di realizzare attività promozionali mirate.

Michal Kosinsky, uno dei ricercatori della società, ha affermato che «bastano 70 *like* messi su Facebook per sapere più cose sulla personalità di un soggetto di quante non ne sappiano i suoi amici; ce ne vogliono 150 per saperne di più dei genitori e 300 per superare le conoscenze del suo partner. Con una quantità ancora maggiore di *like* è possibile addirittura sapere più cose sulla personalità di un soggetto di quante non ne conosca egli stesso».

Il legame tra Cambridge Analytica e Facebook nasce nel 2014, quando un ricercatore dell'Università di Cambridge realizzò un'applicazione chiamata *thisisyourdigitallife* (letteralmente "questa è la tua vita digitale"), che prometteva

di costruire il **profilo psicologico** di ciascun utente e prevederne il comportamento, basandosi sui dati delle attività svolte online.

Per utilizzarla, gli utenti dovevano collegarsi attraverso il profilo Facebook, dando così il consenso all'accesso di alcuni dati, come indirizzo email, età, sesso e altre informazioni contenute nel profilo: circa 270mila persone si iscrissero all'applicazione utilizzando Facebook e accettando quindi di condividere alcune delle loro informazioni personali.

All'epoca, la piattaforma permetteva ai gestori di applicazioni di raccogliere alcuni dati anche dagli amici della persona iscritta, oltretutto senza avvisarli. Facebook ha poi valutato questa "cessione di informazioni" eccessivamente invasiva della privacy altrui e ha cambiato il sistema: oggi i dati dei contatti non sono più accessibili alle applicazioni che chiedono l'iscrizione attraverso Facebook.

Tuttavia, nel frattempo, l'applicazione *thisisyourdigitallife*, partendo dai suoi 270mila iscritti, era riuscita a raccogliere i dati degli utenti e dei loro collegamenti, arrivando a memorizzare informazioni su 50 milioni di profili (stima effettuata dai quotidiani *New York Times* e *The Guardian*): un archivio enorme, comprendente informazioni sugli indirizzi degli utenti, i loro interessi, le fotografie, gli aggiornamenti di stato, i luoghi visitati in viaggio ecc.

A un certo punto, l'ideatore dell'applicazione decise di **vendere i dati** raccolti a Cambridge Analytica, violando le condizioni imposte da Facebook, che vietano ai proprietari di applicazioni di condividere con società terze i dati che raccolgono sugli utenti. Secondo *The Guardian*, un ex dipendente di Cambridge Analytica sostiene che Facebook fosse al corrente della cosa da circa due anni prima che la notizia venisse diffusa e che non abbia fatto nulla per evitare questa situazione, generando quindi lo scandalo del marzo 2018.

Secondo le inchieste dei giornali citati, i dati elaborati dai profili Facebook furono utilizzati per creare un potente software il cui scopo era di prevedere e **influenzare le scelte elettorali** attraverso annunci politici personalizzati nel contesto della campagna elettorale per le **elezioni presidenziali statunitensi del 2016**. La società avrebbe utilizzato grandi quantità di profili fasulli per diffondere post, notizie false e altri contenuti contro Hillary Clinton e a favore di Donald Trump: ogni giorno venivano prodotte decine di migliaia di questi annunci, che venivano valutati in base alla reazione degli utenti, in modo da riproporre quelli che avevano funzionato di più. Secondo una seconda inchiesta di *The Guardian*, la società avrebbe avuto un ruolo anche nella campagna referendaria per la **Brexit**, agendo a favore dell'uscita dalla Ue.

Il 21 marzo 2018, per la prima volta da quando è scoppiato lo scandalo, **Mark Zuckerberg**, il fondatore di Facebook, ha ammesso le colpe della società e ha annunciato alcuni cambiamenti.

Attività

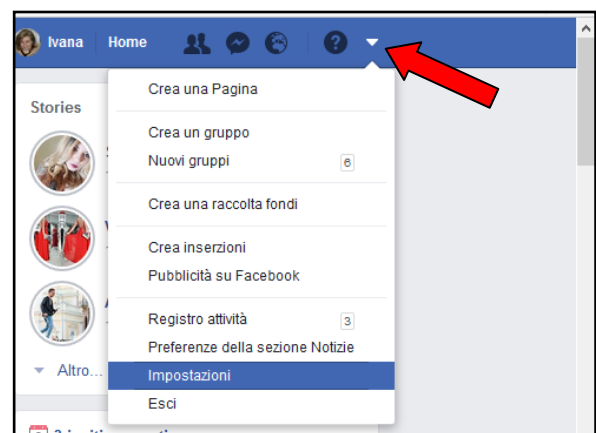
A. Dopo aver letto il testo, rispondi alle domande:

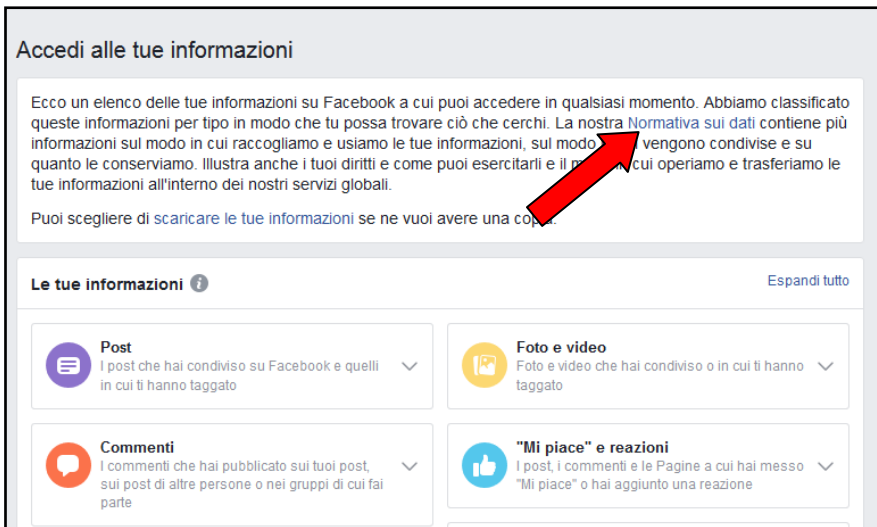
1. Che cosa comporta, sotto il profilo della sicurezza dei dati personali, l'iscrizione di una persona a un social network?
2. Come mai i social network possono permettersi di essere gratuiti?
3. Che attività svolgeva la società Cambridge Analytica?
4. Qual è stato il rapporto tra questa società e Facebook?
5. Che cosa viene contestato alla piattaforma Facebook?
6. Intravedi dei rischi nella detenzione da parte di un soggetto privato di un numero così alto di informazioni sugli utenti della rete? Ritieni che l'utilizzo di questi dati possa avere delle conseguenze sulle scelte politiche e strategiche di un paese? Motiva la tua risposta.

B. Valuta un sito web

Verifichiamo come il social network più utilizzato al mondo gestisce i dati personali degli iscritti.

1. Collegati al tuo profilo Facebook (se non ne hai uno collabora con un compagno). Accedi al menù a tendina in alto a destra e scegli di aprire le *Impostazioni* del profilo.
2. Apri la pagina *Le tue informazioni* su Facebook e poi *Accedi alle tue informazioni*. Compila l'elenco, a lato dell'immagine, delle informazioni del tuo profilo che vengono raccolte, conservate e messe a disposizione tua e dei terzi, ed esamina il contenuto di alcune di esse.








1. Post
2. Foto e video
3. Commenti
4. "Mi piace" e reazioni
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____
11. _____
12. _____
13. _____
14. _____
15. _____
16. _____
17. _____

3. Tra gli elementi indicati, ce n'è qualcuno che non vorresti fosse visibile al pubblico?

4. Fai ora clic su *Normativa sui dati*, in cima alla pagina, segnalato dalla freccia rossa nell'immagine precedente. Leggi, verifica e scrivi una breve sintesi del contenuto dei seguenti punti:

 > Quali tipi di informazioni raccogliamo?	
 > Come usiamo queste informazioni?	
 > Come vengono condivise queste informazioni?	

5. Quali, tra le indicazioni che vengono fornite in questi tre punti fa riferimento alla situazione evidenziata nel caso Facebook – Cambridge Analytica?

C. Impara a valutare la veridicità delle informazioni che trovi in rete

Le due immagini che seguono sono state condivise di frequente negli ultimi tempi sui profili di vari utenti di Facebook.



Lei è in realtà Krysten Ritter, attrice, modella, scrittrice e musicista statunitense. Fai una ricerca in rete per scoprire cosa ha dichiarato Laura Boldrini a proposito della vera sorella.

Lui si chiama(va) Pietro Pacciani; è morto nel 1998. Fai una ricerca in rete per scoprire per quale motivo è diventato famoso, perché la storia raccontata nella foto non è vera e se ci sono invece dettagli veri.

Dopo esserti fatto un'idea in merito alle situazioni a cui si fa riferimento nelle foto, spiega a tuo avviso quale può essere il motivo di diffondere informazioni

del genere; quale messaggio si vuole far passare agli utenti della rete attraverso di essi?

Scrivi un breve testo in cui esprimi le tue considerazioni in merito alla superficialità di alcuni utenti di internet su contenuti non verificati e alla pericolosità di un simile sistema, che consente la facile diffusione di informazioni distorte con scopi manipolativi.

D. Applica le norme giuridiche alla situazione data

Il Regolamento (Ue) 2016/679 del Parlamento europeo sulla protezione dei dati, noto anche come **General data protection regulation (Gdpr)**, entrato in vigore il 24 maggio 2016, ha concesso due anni di tempo agli Stati per adeguare la propria legislazione alle regole europee operative dal 25 maggio 2018.

Scopo del nuovo Regolamento è la revisione dei principi in materia di privacy, per adeguarla al crescente e sempre più diffuso utilizzo di dati personali per finalità varie, nonché quello di uniformare la normativa sul trattamento dei dati tra tutti i paesi aderenti alla Ue.

Il Regolamento riconosce agli interessati alcuni diritti, tra cui il diritto all'**oblio** e il diritto all'**opposizione**.

Da un caso di cronaca

Sparire dalla rete è, dal 2014, un diritto per tutti i cittadini dell'Unione europea. Eppure, nonostante le sentenze favorevoli, ottenere l'applicazione del cosiddetto diritto all'oblio sembra essere tutt'altro che facile.

Lo dimostra la tragica vicenda di XXX, la giovane morta suicida lo scorso settembre dopo che alcuni video hard che la vedevano protagonista erano stati diffusi in rete e sui social network.

La giovane, nel luglio 2015, si era infatti rivolta al giudice civile della sua città per chiedere la rimozione dei video da siti e motori di ricerca, cioè che le fosse riconosciuto il diritto all'oblio, visto che i video e le notizie che la riguardavano non rispondevano ad alcun interesse pubblico. Una richiesta negata, almeno in parte, dalla sentenza di primo grado.



Fonte: www.alleyoop.ilsole24ore.com

Regolamento (Ue) 2016/679

Articolo 17

Diritto alla cancellazione (diritto all'oblio)

1. L'interessato ha il diritto di ottenere dal titolare del trattamento la cancellazione dei dati personali che lo riguardano senza ingiustificato ritardo e il titolare del trattamento ha l'obbligo di cancellare senza ingiustificato ritardo i dati personali, se sussiste uno dei motivi seguenti:

- a) i dati personali non sono più necessari rispetto alle finalità per le quali sono stati raccolti o altrimenti trattati;
- b) l'interessato revoca il consenso su cui si basa il trattamento [...] e se non sussiste altro fondamento giuridico per il trattamento;
- c) l'interessato si oppone al trattamento [...];
- d) i dati personali sono stati trattati illecitamente;
- e) i dati personali devono essere cancellati per adempiere un obbligo legale previsto dal diritto dell'Unione o dello Stato membro cui è soggetto il titolare del trattamento;

[...]

3. I paragrafi 1 e 2 non si applicano nella misura in cui il trattamento sia necessario:

- a) per l'esercizio del diritto alla libertà di espressione e di informazione;
- b) per l'adempimento di un obbligo legale che richieda il trattamento previsto dal diritto dell'Unione o dello Stato membro cui è soggetto il titolare del trattamento o per l'esecuzione di un compito svolto nel pubblico interesse oppure nell'esercizio di pubblici poteri di cui è investito il titolare del trattamento;
- c) per motivi di interesse pubblico nel settore della sanità pubblica [...];
- d) a fini di archiviazione nel pubblico interesse, di ricerca scientifica o storica o a fini statistici [...];
- e) per l'accertamento, l'esercizio o la difesa di un diritto in sede giudiziaria.

Articolo 21

Diritto di opposizione

1. L'interessato ha il diritto di opporsi in qualsiasi momento, per motivi connessi alla sua situazione particolare, al trattamento dei dati personali che lo riguardano [...], compresa la profilazione sulla base di tali disposizioni.

Il titolare del trattamento si astiene dal trattare ulteriormente i dati personali, salvo che egli dimostri l'esistenza di motivi legittimi cogenti per procedere al trattamento che prevalgono sugli interessi, sui diritti e sulle libertà dell'interessato oppure per l'accertamento, l'esercizio o la difesa di un diritto in sede giudiziaria. 2. Qualora i dati personali siano trattati per finalità di marketing diretto, l'interessato ha il diritto di opporsi in qualsiasi momento al trattamento dei dati personali che lo riguardano effettuato per tali finalità, compresa la profilazione nella misura in cui sia connessa a tale marketing diretto.

3. Qualora l'interessato si opponga al trattamento per finalità di marketing diretto, i dati personali non sono più oggetto di trattamento per tali finalità.

Dopo aver letto il testo di cronaca e i due articoli del Regolamento, rispondi alle domande.

1. Qual era l'interesse della protagonista del caso di cronaca riportato a ottenere la cancellazione dei suoi dati?

2. Esprimi brevemente il significato degli articoli indicando in che cosa consistono i due diritti citati.

Art. 17:

Art. 21:

3. Quali sono le ipotesi in cui non si può ottenere la cancellazione dei propri dati personali?

4. Che cosa si intende per “profilazione” di un soggetto?
