

Riflessioni sulla gestione delle informazioni nella rete

Una breve introduzione al concetto dei big data e le controversie che sono scaturite dal loro uso nella campagna politica

2 Aprile, 2018

Ogni nostra ricerca su internet, ogni nostra informazione registrata e ogni nostro “Mi piace” su Facebook sono memorizzati in enormi database di multinazionali e aziende. Questi dati sono, poi, classificati grazie a sofisticati algoritmi in sottogruppi di infinite categorie. Infine, vengono per lo più utilizzati per l’operazione di *micro-targeting* da parte di aziende, ossia mostrare sugli stessi social media degli utenti solo informazioni, pubblicità e notizie che sono affini ai loro interessi. Questo è un esempio che rappresenta e si avvicina al concetto di Big Data, ovvero un insieme di informazioni personali degli utenti di internet che provengono da molte fonti (ad esempio social media, posta elettronica, transazioni finanziarie...) e che rappresentano un patrimonio di conoscenze smisurate, talmente complicato da richiedere la necessità di strumenti tecnologici avanzati per la sua gestione ed analisi. In effetti non è ancora disponibile una definizione ufficiale di Big Data noi prendiamo a riferimento due definizioni la prima di Teradata¹ - *Un sistema di big data eccede/sorpassa/supera i sistemi hardware e software comunemente usati per catturare, gestire ed elaborare i dati in un lasso di tempo ragionevole per una comunità/popolazione di utenti anche massiva*” - e la seconda di McKinsey² - *Un sistema di Big Data si riferisce a dataset la cui taglia/volume è talmente grande che eccede la capacità dei sistemi di database relazionali di catturare, immagazzinare, gestire ed analizzare* – che al meglio rappresentano cosa sono i Big Data.

¹ Teradata Magazine Article 2011

² McKinsey Global Institute 2012

Attraverso i giganti del web come Facebook, Amazon, Google, passa la grande maggioranza di dati personali. E questi dati costituiscono un'importante forma di conoscenza e di energia per le aziende, in quanto possono essere riutilizzati per fini promozionali. Basti pensare che il 97% del fatturato di Facebook è ricavato grazie alla pubblicità³. Il fatto che, in queste settimane, sta creando forti tensioni all'interno del mondo del web, è che spesso il trattamento di questi dati non è autorizzato dagli utenti. Di conseguenza, le persone che usufruiscono dei servizi di internet, non sanno che poi verranno tempestate di notizie, immagini e informazioni completamente "in linea" con i loro pensieri ed interessi, che, come precedentemente detto, sono indirizzate in base alla differenziazione minuziosa delle informazioni.

La bufera del trattamento illecito dei dati personali si è scatenata quando il 17 marzo 2018, il London Observer e il New York Times hanno riportato che l'azienda britannica Cambridge Analytica, che si occupa di analisi dei dati personali da utilizzare nell'ambito di propagande elettorali, ha acquistato informazioni personali di milioni di utenti di Facebook in modo da poter creare un software per raggiungere gli elettori indecisi nella campagna presidenziale statunitense del 2016⁴.

Quando si è scoperto che grazie all'uso dei dati personali si sarebbe potuto trarre profitti, molte aziende se ne sono interessate. Non finisce qui. I dati personali non solo possono essere utilizzati per fini promozionali o statistici, ma possono essere una variabile determinante per influenzare il comportamento degli elettori.

Sapere di avere nelle mani la possibilità di prevedere e indirizzare l'esito di un evento così importante per la democrazia come le elezioni, è decisamente un'idea allettante.

Per il momento si suppone, ma sta diventando sempre più evidente, che la Cambridge Analytica abbia prodotto milioni di classificazioni e diversificazioni dei profili degli utenti di Facebook, in base a quanti "Mi piace" mettono, su quali *post*, nonché il luogo da cui condividono i loro contenuti, e così via.

³ "Cybersicurezza 01" – Guida pratica per proteggere le informazioni, de Il Sole 24 Ore

⁴ "Cambridge Analytica and Facebook: The Scandal so Far" – www.aljazeera.com

L'azione vera e propria della propaganda elettorale si è sviluppata quando, attraverso l'analisi dei big data, sono state create e condivise inserzioni pubblicitarie mirate su Facebook. In questo modo gli elettori, ovvero i ricevitori passivi di messaggi appositamente prodotti per loro, sono stati influenzati subdolamente su quale posizione prendere al momento del voto, a loro insaputa.

In realtà, la questione non è tanto l'utilizzo dei dati personali per fare pubblicità o campagna elettorale, in quanto viviamo in un mondo interamente digitalizzato e che si basa sull'utilizzo di internet in ogni aspetto della vita quotidiana. La vera preoccupazione risiede nel fatto che questa combinazione di dati viene usata per modificare il comportamento delle persone, intervenendo sulla coscienza e sul pensiero. Un esempio: non sono dotato di grandi disponibilità economiche, soffro di ipertensione e spesso consulto internet per conoscere quali strutture mi possano garantire un ausilio sanitario. Allora, l'azienda che assembla dati mi potrebbe propagandare il partito o l'uomo politico che garantisca l'assistenza sanitaria pubblica senza alcun onere. È solo un esempio, ma può rendere l'idea di come la manipolazione dei dati possa essere utilizzata nell'ambito di una qualsiasi campagna elettorale. Di certo le persone credono di aver fatto una scelta indipendente, ma spesso non sanno che la maggior parte delle nozioni che hanno appreso su Facebook o su internet in generale, potrebbero essere non sempre vere e/o rappresentative di un solo punto di vista sulla questione.

La sfida che devono affrontare i governi è la regolamentazione di questo processo di contenuti e messaggi "preconfezionati"⁵, non solo a livello nazionale, ma cercando di trovare standard a livello internazionale. Questo, per garantire, la riservatezza del trattamento dei dati e la regolamentazione transnazionale della gestione e della circolazione di qualsiasi elemento personale, con discipline giuridiche di istituti nuovi legati alle nuove tecnologie della rete. Questa è una minaccia nuova, legata ad un mondo che ha potenzialità ancora da scoprire, e per questo è un tema che dovrebbe essere posto in cima alle priorità da affrontare. Non a caso infatti l'UE ha pubblicato il Regolamento UE 2016/679 denominato Regolamento Generale sulla Protezione dei

⁵ "La politica ai tempi di Facebook" - Internazionale n° 1186



An Italian source of informed and shared debate, independent analysis and opinion making and influential ideas on how to build a new world based on meritocracy, competence, values and passion for sustainable goals

Dati Personali (GDPR), regolamento che dovranno ottemperare tutti i paesi membri dell'UE e dovrebbe entrare in vigore in Italia il prossimo 25 maggio 2018.

Think Tank “Trinità dei Monti”

Young ThinkTankers

Roberta Croce