



UNC
CONSUMATORI.IT

Lo scandalo Facebook e la sicurezza dei nostri dati

23 Marzo 2018



Ci troviamo di fronte alla più insidiosa delle crisi per il mondo online: lo scandalo di **Cambridge Analytica** che riguarda il furto di oltre **50 milioni di profili Facebook** da parte di un'azienda di consulenza e marketing online, appunto la Cambridge Analytica.

Ricostruiamo che cosa è successo e le conseguenze di questo autentico tsunami tecnologico.

CHE COS'E' LO SCANDALO DI CAMBRIDGE ANALYTICS

Secondo le rivelazioni del **New York Times** e del britannico **Observer** oltre 50 milioni di profili Facebook sarebbero stati "rubati" dalla società Cambridge Analytica per essere messi al servizio della **campagna per la Brexit** e poi della corsa presidenziale di **Donald Trump**.

Come è successo? Semplice, invitando i consumatori a "**giocare online**". A quanto pare un ricercatore inglese riesce ad ottenere l'accesso a **270.000 profili Facebook** a cui viene chiesto il consenso per partecipare a una indagine a fronte della quale avrebbero ottenuto

il loro profilo psicologico. Ciascuno degli utenti coinvolti ha utilizzato la **app** usando le proprie **credenziali Facebook**, consentendo così l'accesso alle informazioni dei propri amici.

Va chiarito che fino al 2014 queste operazioni erano legali e un'app poteva raccogliere una grande quantità di dati anche sulle attività degli "amici degli iscritti"; successivamente il margine di manovra concesso da Facebook agli sviluppatori di terze parti è stato ristretto e **non si possono più raccogliere informazioni degli utenti** che interagiscono con gli iscritti a un qualche servizio **senza che anche i primi abbiano dato l'autorizzazione**.

Fatto sta che tutti questi dati vengono ceduti, non si sa in cambio di cosa, alla **Cambridge Analytica** che si è ritrovata quindi con oltre **50 milioni di profili Facebook**, con le abitudini e inclinazioni di voto degli utenti; questo passaggio è vietato dalle regole del social network, che in particolare proibiscono la vendita a terze parti o per scopi pubblicitari di dati raccolti per ragioni, almeno formalmente, accademiche.

Dunque Facebook è sotto accusa per non essere stata in grado di garantire la tutela delle informazioni degli utenti; la **Federal Trade Commission (Ftc)**, l'Antitrust Usa, ha aperto un'indagine su Facebook e sull'uso dei dati personali in relazione delle informazioni vendute a Cambridge Analytica e usate per scopi politici.

I NOSTRI DATI SONO AL SICURO?

Perché il tema, al di là delle implicazioni politiche, **interessa i consumatori**? Perché questo schema si replica centinaia di volte ogni giorno tanto da appartenere ormai alla normalità dei nostri comportamenti online: alzi la mano chi non abbia mai ricevuto sollecitazioni analoghe? Sui social, tramite **App**, tramite banner durante la navigazione, con **chat-bot** e altre diavolerie: **siamo tutti vittime permanenti della più grande caccia ai dati che l'umanità abbia mai registrato**.

Dati, tanti dati, una enorme quantità di informazioni che rappresentano l'**oro nero del nostro tempo**. Oggi le implicazioni di questo fenomeno sono destinate a deflagrare non tanto per la pervasività del digitale, quanto per la diffusione (a buon mercato) delle tecnologie per "raffinare" questo petrolio: pensiamo alle **App**, le applicazioni che usiamo sui **dispositivi mobili** e alle quali forse, le stesse piattaforme social cedono i nostri dati: **tutto ciò è legale?** I social network hanno l'autorizzazione per trasferire informazioni che ci riguardano?

E poi c'è da fare i conti con **intelligenza artificiale**, data mining, machine learning... Tecnologie capaci di "leggere" -letteralmente- miliardi di dati grezzi (pensiamo appunto ai nostri **post**) per estrarre informazioni raffinate sulle idee politiche, ma anche sui gusti, sulle capacità di spesa e quindi sui potenziali consumi di tutti noi.

CHE COSA SUCCEDA ADESSO?

In questi giorni si è attivato il **Parlamento Ue** (con la richiesta a Facebook di chiarire davanti ai rappresentanti dei cittadini europei che i dati personali non vengono utilizzati per manipolare la democrazia), ma anche la nostra **Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni** (Agcom) ha richiesto informazioni a Facebook circa l'impiego di **data analytics** per finalità di comunicazione politica, da parte di soggetti terzi diversi dalla piattaforma: il punto è che certe tecniche di profilazione "selettiva" degli utenti, in base

alle loro caratteristiche psico-sociali, potrebbero consentire la realizzazione di campagne mirate su commissione di soggetti politici per la personalizzazione dei messaggi elettorali. Sullo sfondo, inutile ricordarlo, le stesse **elezioni europee** che -come ricorda il Garante Ue per la privacy, Giovanni Buttarelli- saranno un importante test all'indomani dell'entrata in vigore del nuovo "**regolamento privacy**" prevista per fine maggio.

Da parte nostra **abbiamo presentato un esposto all'Autorità Antitrust e al Garante Privacy** chiedendo di accertare se la pratica commerciale adottata da Facebook di consentire a terzi, fornitori di servizi sulla piattaforma, di accedere ai dati degli utenti iscritti, sia scorretta ai sensi del Codice del Consumo e dell'attuale Codice Privacy.

Autore: Unione Nazionale Consumatori

Data: 27 marzo 2018