

# **La monetizzazione dei dati personali**

**Luca Landucci**  
**Pro cultura Aperta**

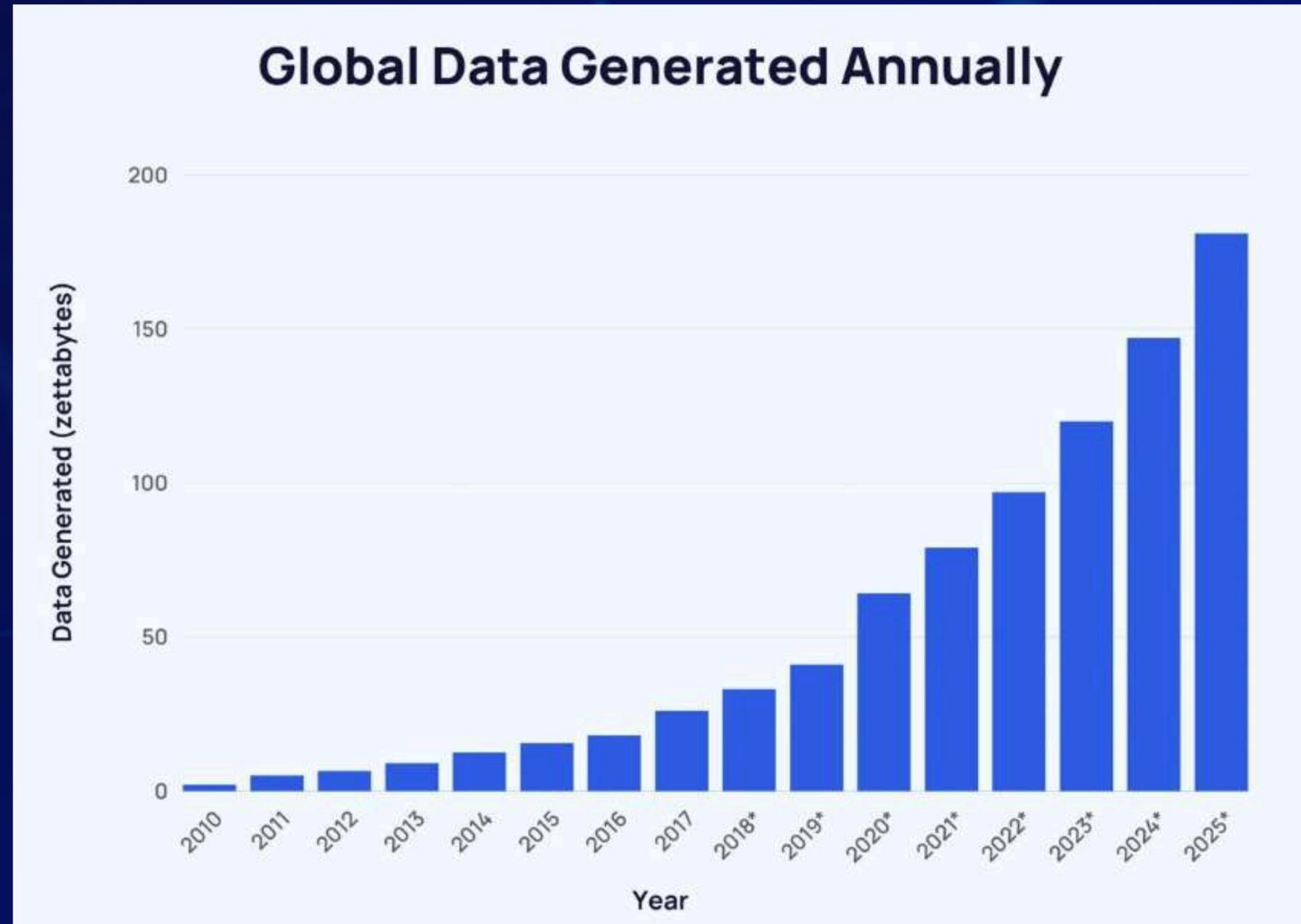
**Bari 22 maggio 2025**  
**XXXVI E-privacy**

# Il modello attuale: dati per pubblicità

---

“Se il prodotto è gratis, il prodotto sei tu”

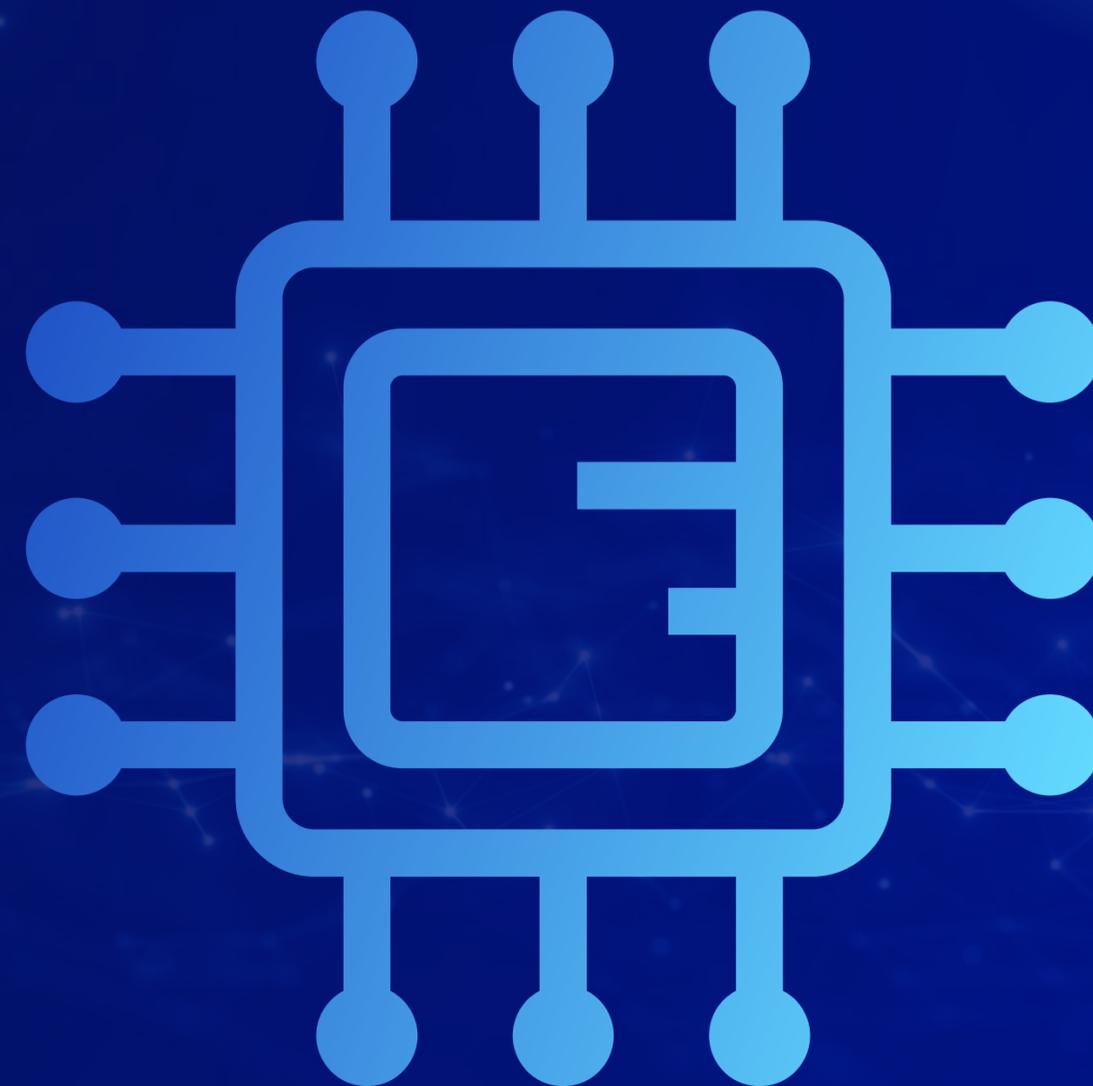
# Aumento dei dati generati



Fonte: Statista, <https://www.statista.com/statistics/871513/worldwide-data-created/>

# Impatti negativi del modello attuale

- Sorveglianza di massa
- Polarizzazione
- Manipolazione dell'opinione pubblica
- Perdita di privacy
- Effetti psicologici e dipendenza
- Discriminazione algoritmica



# Conseguenze sulla qualità dell'informazione

## Diffusione di fake news

Notizie false condivise fino al 70% in più rispetto a quelle vere (MIT, 2018)

## Minaccia per la democrazia

58% degli europei ritiene che la disinformazione sia una minaccia (comm. EU, 2020)

## Crescita della polarizzazione

La polarizzazione è cresciuta del 20-30% negli ultimi 10 anni (PEW Research Center)

## Perdita di fiducia

Il 40% non si fida delle fonti tradizionali (Edelman Trust Barometer 2021)

# Effetti psicologici

- Design per l'engagement continuo
- Impatto sulla salute mentale
- Dipendenza digitale
- Effetto FOMO
- Sovraccarico informativo



# Discriminazione algoritmica

- Bias nei dati di addestramento
- Opacità nel processo decisionale
- Impatto su comunità svantaggiate
- Necessità di trasparenza e supervisione



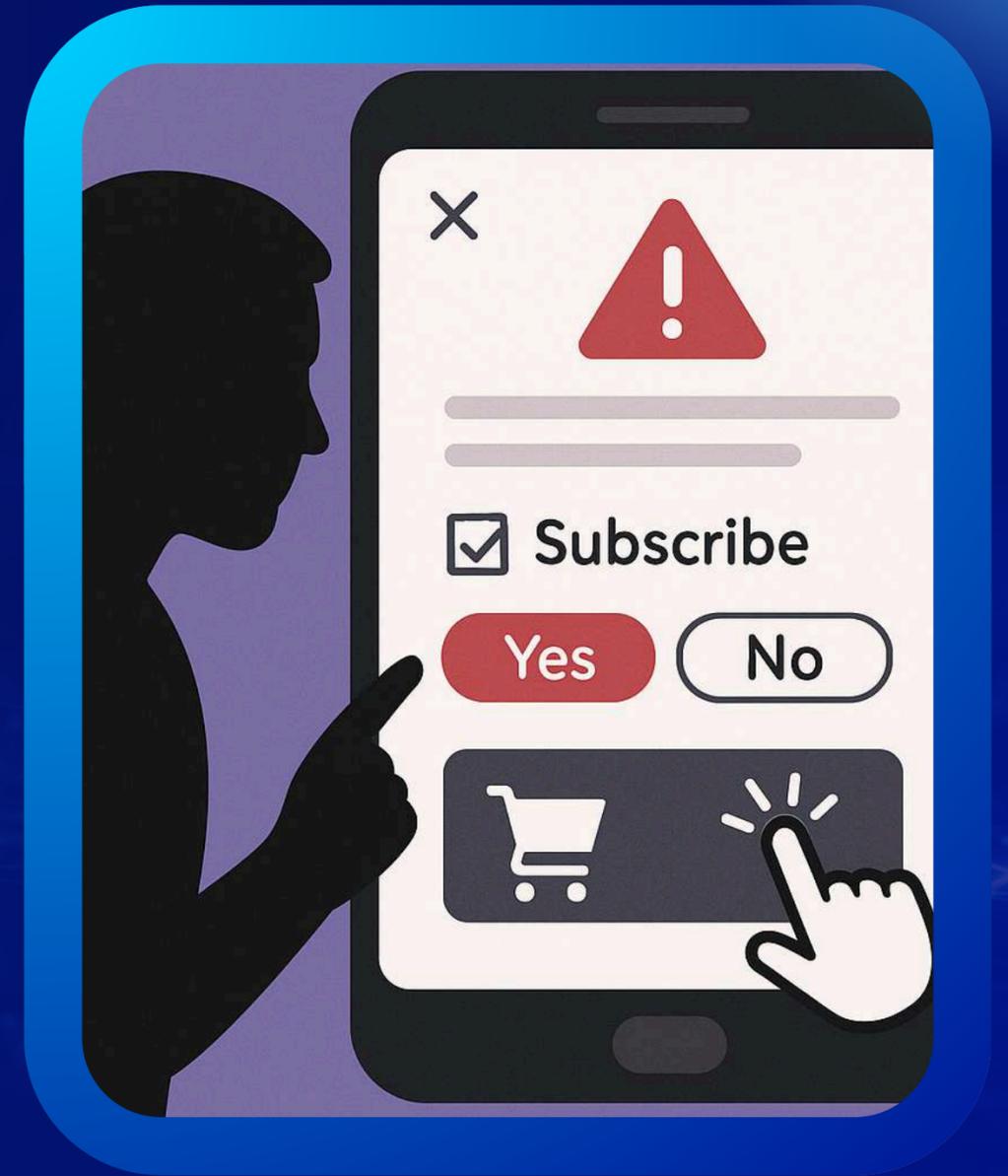
# Problemi implementazione GDPR

- Banner per cookie con opzioni pre-impostate alle aziende
- Dark patterns di navigazione
- Scelte implicite e testi confusi



# Dark patterns

- Interfacce ingannevoli
- Conferme obbligatorie
- Opzioni nascondi e trova
- Senso di urgenza fittizio



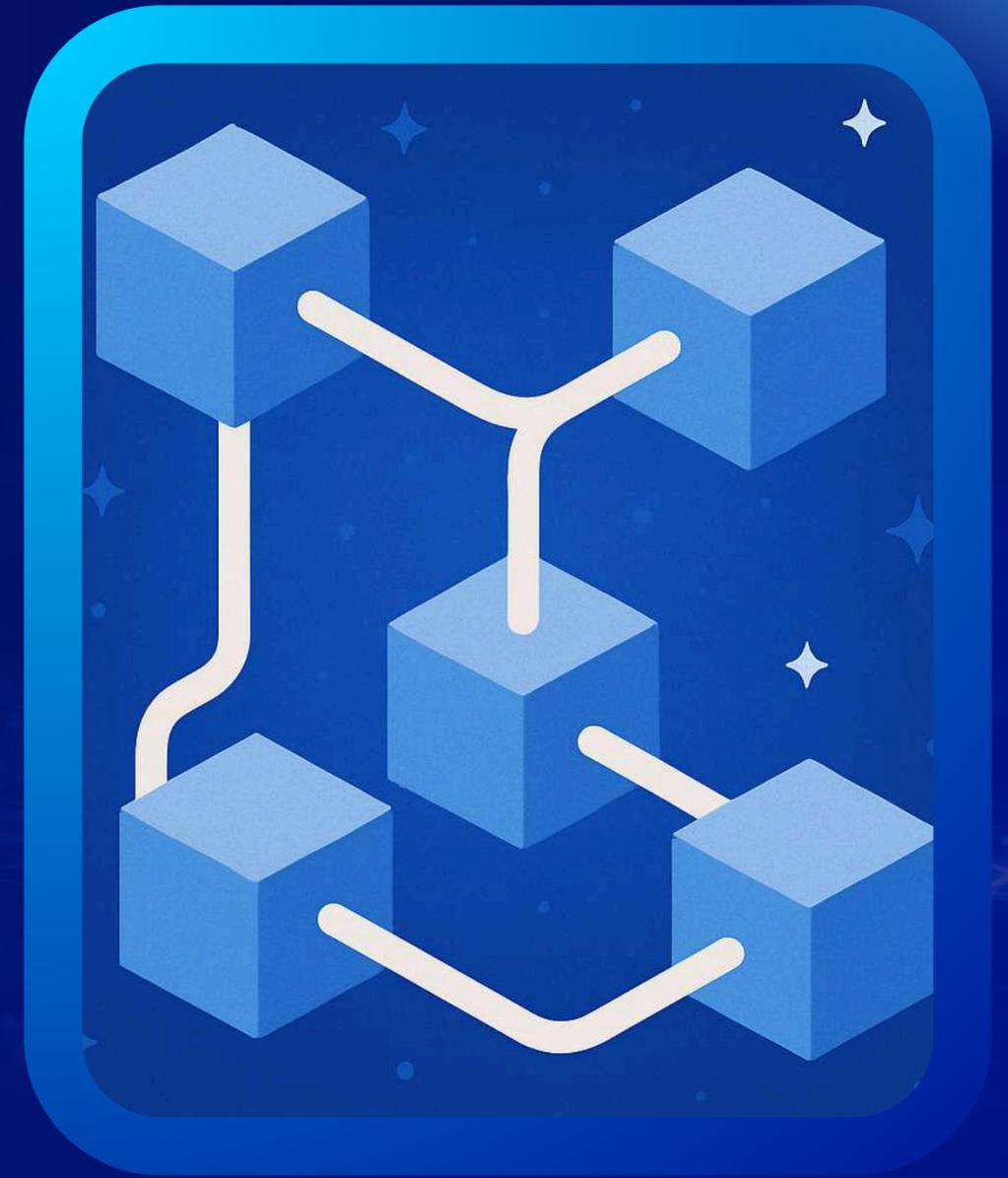
# Sistemi alternativi

- Blockchain
- Identità auto-sovrana
- Differential privacy
- Edge computing



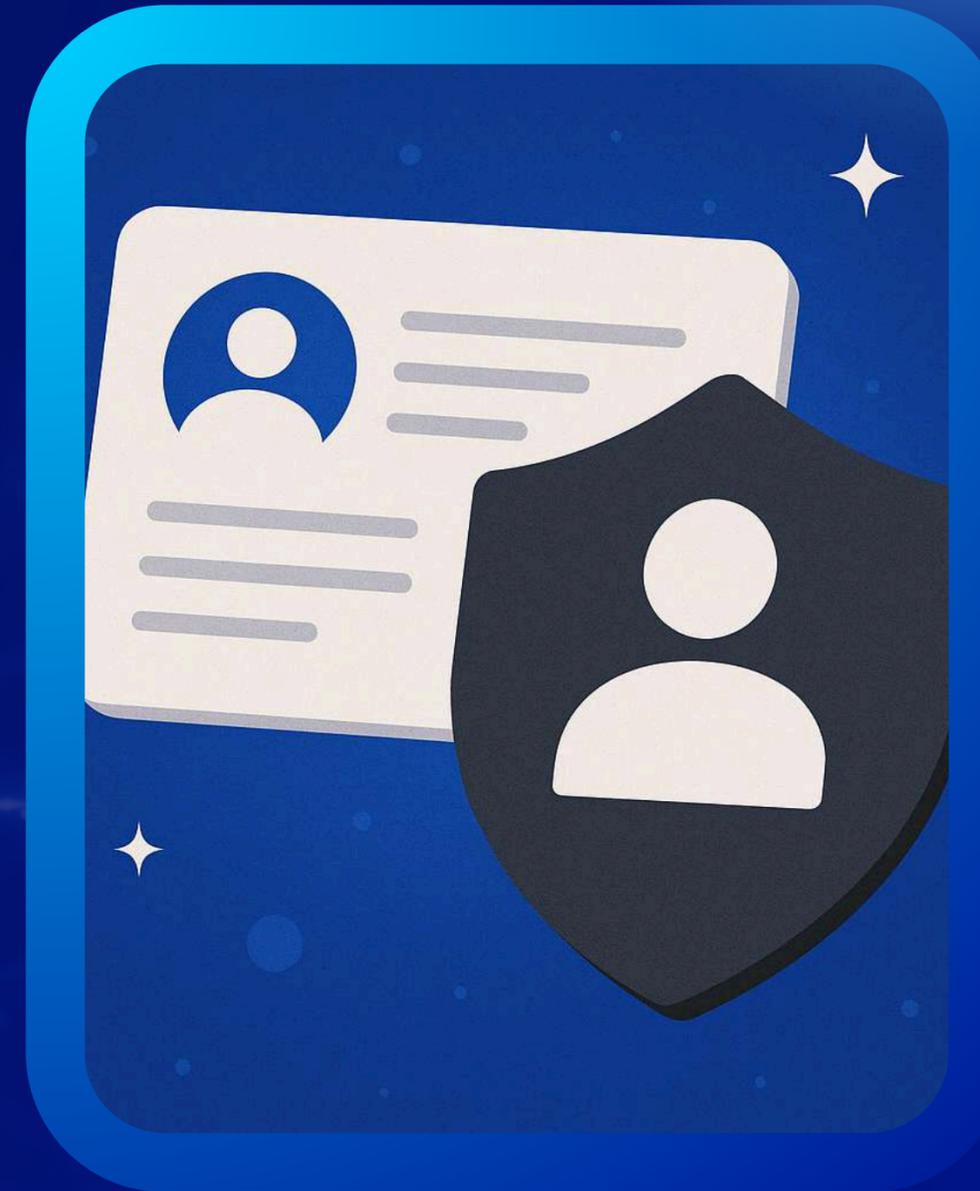
# Blockchain

- **Decentralizzata**
- **Immutabilità dei dati**
- **Verifica e accesso sicuro ai dati**
- **Privacy per l'identità digitale**



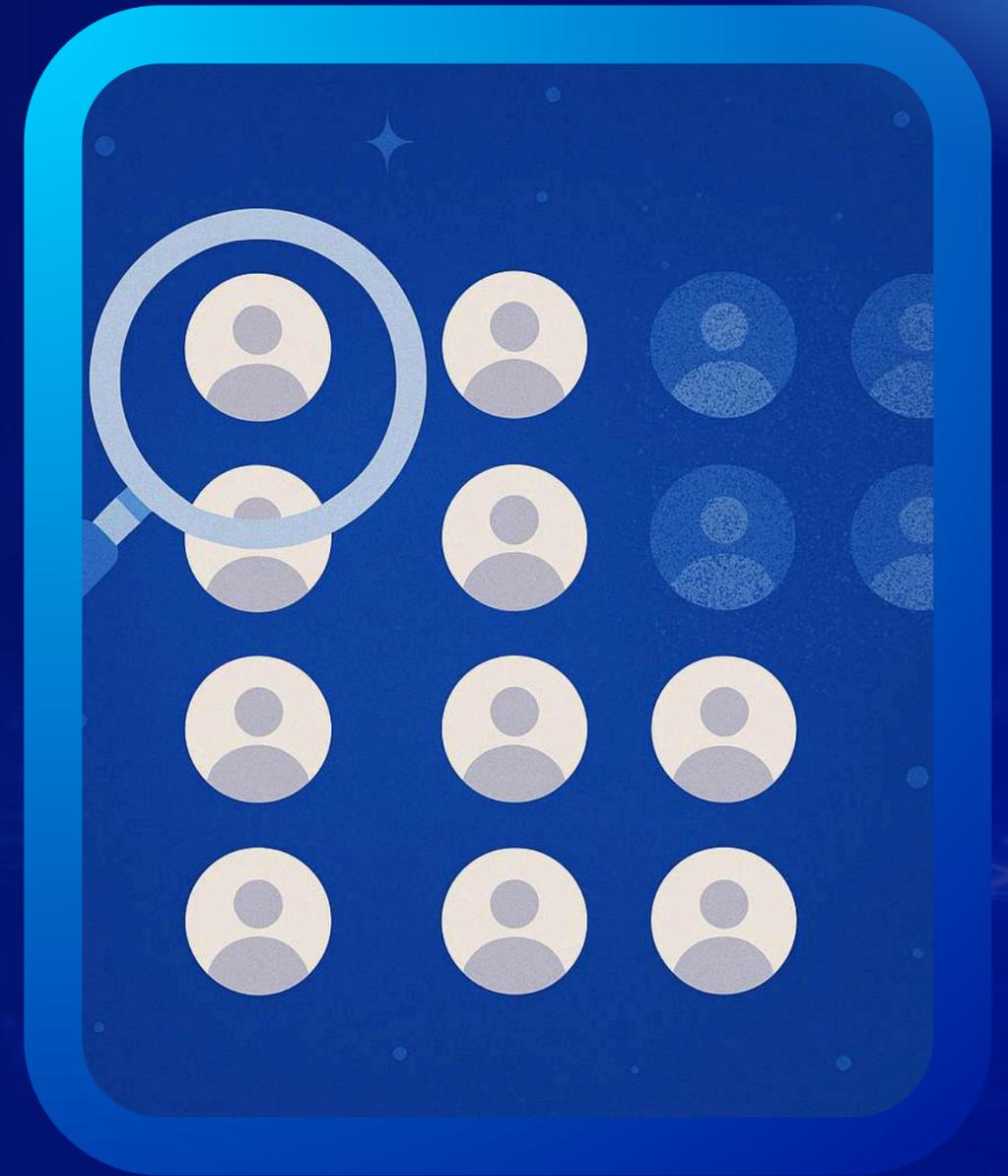
# Identità auto-sovrana

- **Controllo:** l'individuo possiede e gestisce i propri dati senza intermediari
- **Privacy selettiva:** l'utente decide cosa condividere e con chi, riducendo l'esposizione dei dati sensibili
- **Portabilità:** le credenziali sono trasportabili e utilizzabili su diverse piattaforme



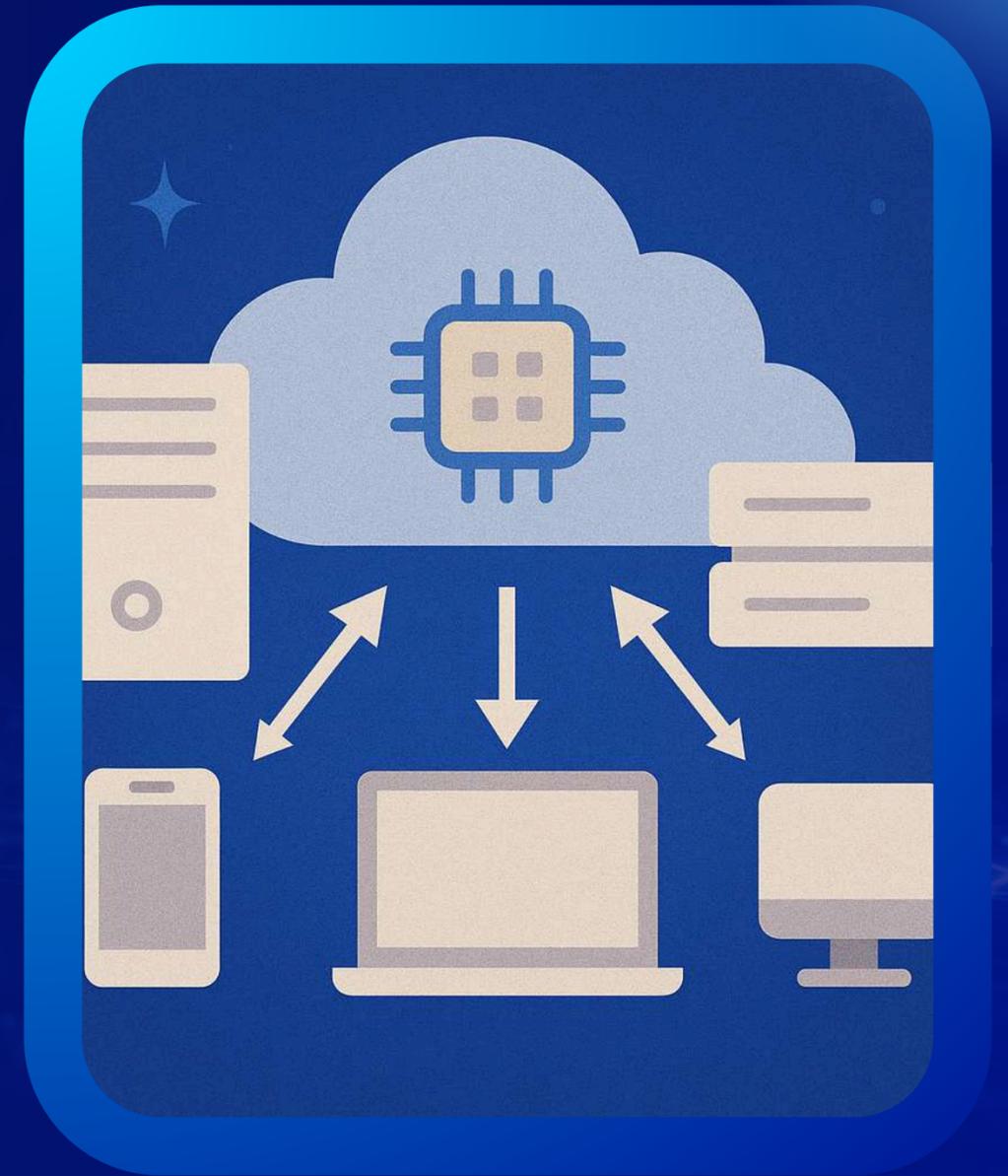
# Differential privacy

- **Analisi dati anonima**
- **Agginta di rumore**
- **Privacy garantita**
- **Conformità GDPR**



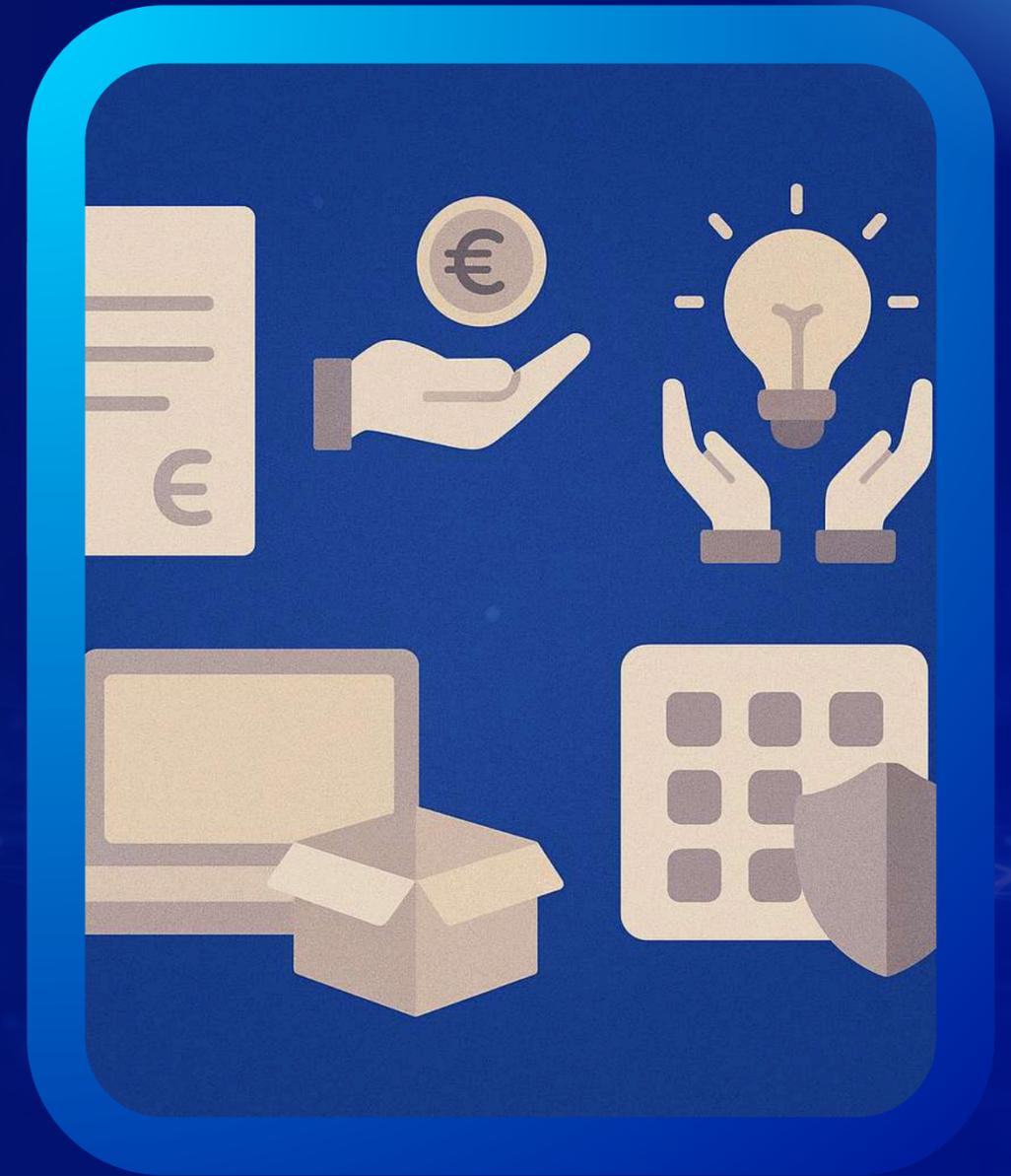
# Edge computing

- Elaborazione locale
- Riduzione della condivisione
- Maggiore controllo utente
- Risposta rapida e sicura
- Ideale per dispositivi IoT



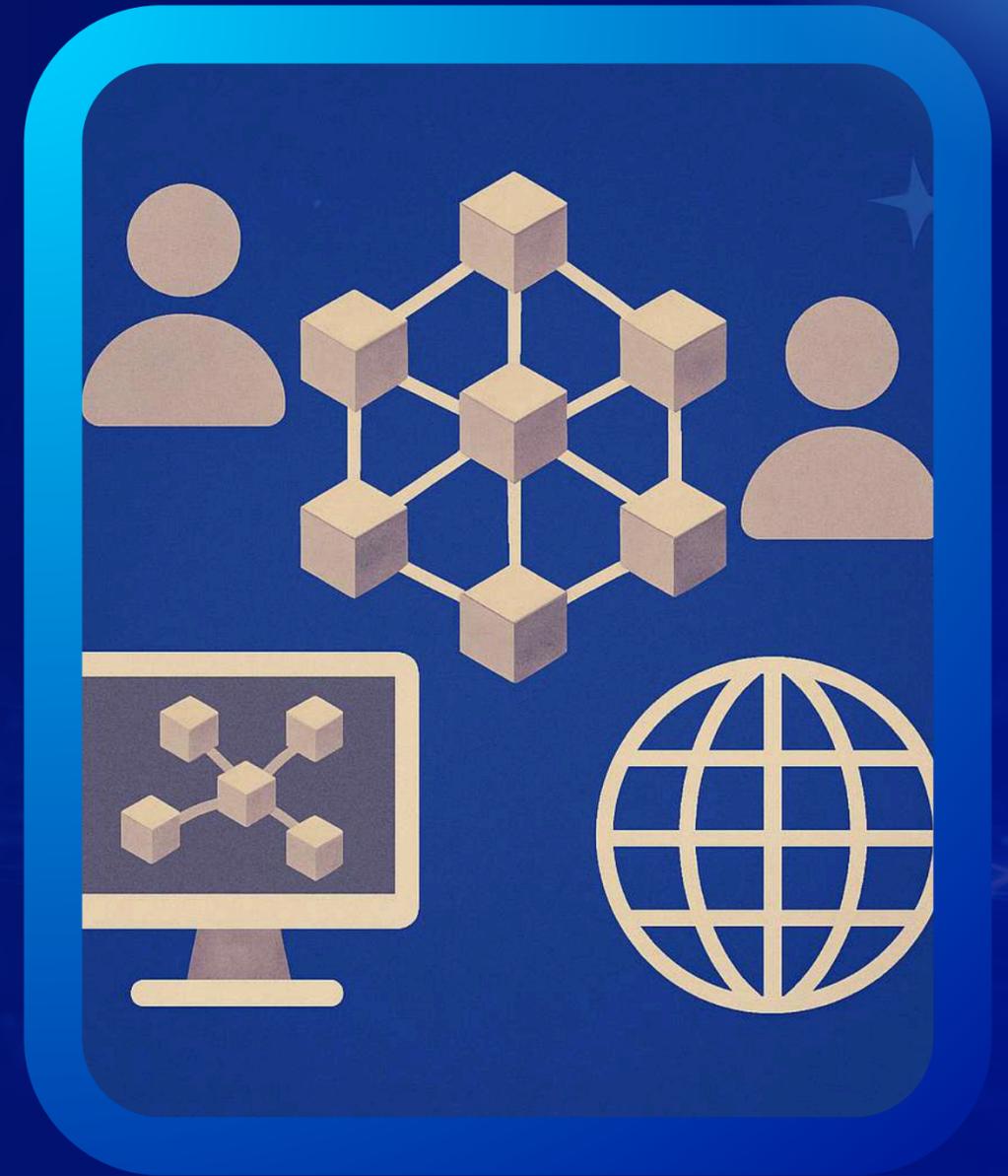
# Modelli business alternativi

- **Abbonamenti a pagamento**
- **Donazioni e crowdfunding**
- **Piattaforme open source**
- **Modello freemium con opzione premium**
- **Modelli basati su blockchain**



# Piattaforme decentralizzate

- Brave Browser
- Mastodon
- Signal
- Matrix/Element
- Diaspora



# Sfide della transizione

- **Barriere economiche**
- **Sfide tecniche**
- **Resistenze culturali**



# Crediti

Slide realizzate da Luca Landucci

Immagini di Canva e DALL·E

Rilasciate in Creative Commons SA 4.0