

La monetizzazione dei dati personali

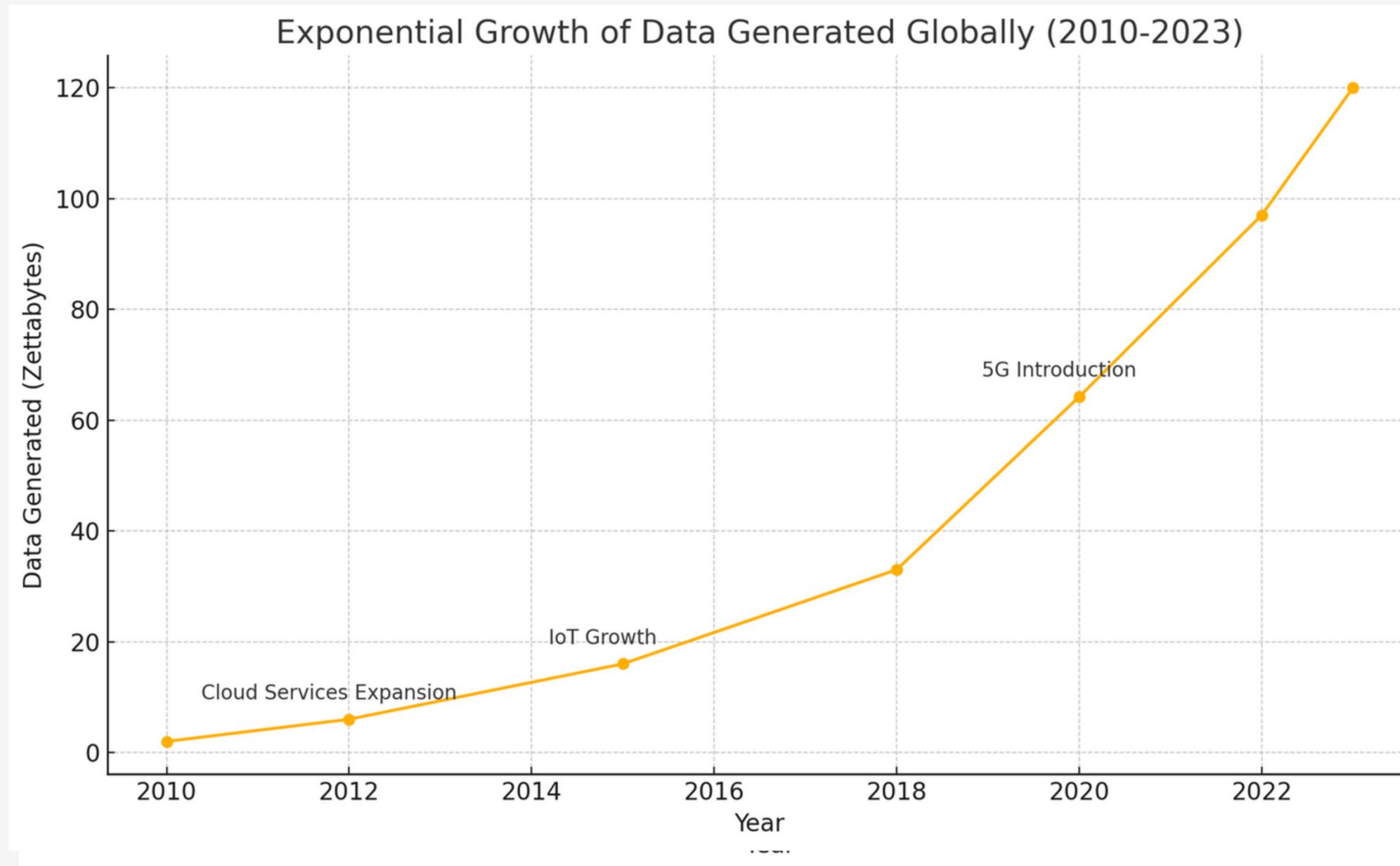
Luca Landucci
Presidente Pro Cultura Aperta

XXXV E-privacy
30-31 ottobre 2024, Brescia

Il Modello attuale: dati per pubblicità

"Se il prodotto è gratis, il prodotto sei tu"

Aumento esponenziale dei dati generati



Fonti: Statista - "Global Data Creation Forecasts" , Edge Delta - "Breaking Down The Numbers: How Much Data Does The World Create Daily in 2024?", IDC DataSphere Report - "Data Age 2025"

Impatti negativi del modello attuale

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

Il capitalismo della sorveglianza

Loro sanno tutto di noi; noi sappiamo quasi nulla di loro. [...] Reclamano la nostra esperienza privata per la dinamica di mercato e per il profitto altrui.

Shoshana Zuboff – Autrice de Il capitalismo della sorveglianza

Siamo passati da un ambiente tecnologico basato sugli strumenti a un ambiente basato su dipendenza e manipolazione. I social media non sono un semplice strumento in attesa di essere utilizzato. Hanno obiettivi propri e mezzi per perseguirli usando la tua psicologia contro di te.

Tristan Harris – Co-fondatore del Center for Humane Technology

Conseguenze sulla qualità dell'informazione e sulla democrazia

- Diffusione delle fake news rispetto alle notizie vere

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

- Percezione del pubblico sulla disinformazione

58% degli adulti in Europa ritiene che la disinformazione online sia una minaccia per la democrazia
(Commissione Europea, 2020).

- Crescita della polarizzazione negli ultimi anni

In alcuni paesi la polarizzazione è cresciuta del 20-30% negli ultimi dieci anni
(Pew Research Center)

- Perdita di fiducia nelle istituzioni e nei media

Il 40% delle persone non si fida delle fonti d'informazione tradizionali a causa della disinformazione
(Edelman Trust Barometer, 2021)

Effetti psicologici e dipendenza

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

Discriminazione algoritmica

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

Inefficacia del targeting pubblicitario

- Gli annunci mirati sono spesso basati su dati limitati o interpretati erroneamente, portando a pubblicità irrilevanti per l'utente.
- Frequente insoddisfazione dell'utente
- Limitata precisione dei dati comportamentali

GDPR: Principi fondamentali

- Diritto all'oblio
- Trasparenza
- Consenso
- Limitazione delle finalità
- Minimizzazione dei dati
- Accuratezza
- Integrità
- Responsabilizzazione

Problemi di implementazione del GDPR

- Banner per cookie con opzioni preimpostate favoribili
- Dark patterns di navigazione
- Scelte implicite e testi confusi

Dark Patterns

- Interfacce ingannevoli
- Conferma obbligatoria
- Opzioni nascondi e trova
- Senso di urgenza fittizio

Il ruolo dell'AI Act

- Classificazione dei rischi
- Tutela della privacy e trasparenza
- Impatto sui dati e bias algoritmici
- Conformità e monitoraggio
- Sanzioni

Sistemi alternativi per una privacy maggiore

- Blockchain
- Identità auto-sovrana
- Data trusts
- Differential privacy
- Edge computing per la privacy dei dati
- Piattaforme decentralizzate e open source

Blockchain

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

Identità auto-sovrana

L'SSI si fonda su tre principi chiave:

- 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.

Data trusts

- Gestione etica dei dati
- Protezione della privacy
- Trasparenza e responsabilità
- Accesso controllato

Differential Privacy

- Analisi dati anonima
- Aggiunta di rumore
- Privacy garantita
- Conformità GDPR

Edge computing

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

Piattaforme decentralizzate e open source

- Assenza di controllo centrale
- Privacy integrata
- Codice trasparente e accessibile
- Collaborazione e innovazione

Modelli di business alternativi

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

Piattaforme etiche e decentralizzate

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

Sfide della transizione

- Barriere economiche
- Sfide tecniche
- Resistenza culturale

Opportunità di innovazione etica

- Modelli di business trasparenti
- Tecnologie privacy-first
- Design etico delle interfacce
- Protezione dei dati e sicurezza

Crediti

Slide e contenuti realizzati da Luca Landucci e
rilasciati in CC-BY-SA 4.0

luca@lucalanducci.it