

IL MIO MONDO SU FACEBOOK

Ora puoi vedere tutte le informazioni che gli hai dato negli anni. Viaggio tra quello che sa di me: mi conosce bene, a volte sbaglia, in ogni caso ci guadagna.

di Stefania Villa



Da un lato è come sfogliare un vecchio album di ricordi - molto, molto, ma molto dettagliato, quasi maniacale - dall'altro come fare un viaggio, nella vita di un altro. Navigare tra tutto quello che hai fatto su Facebook in 10 anni di iscrizione - i post, tuoi e quelli in cui sei taggato, i messaggi inviati e ricevuti, i like, le foto, i video, gli amici, le ricerche fatte, i file scambiati, i gruppi, gli eventi, le app e i posti in cui sei stato, i dispositivi e i browser da cui ti sei connesso e quando, i tuoi interessi (e non solo) - può generare una sensazione di spaesamento nell'internauta.

Un passo indietro: da maggio 2018 la legge Ue sulla privacy (Gdpr) ha introdotto l'obbligo per i siti, social inclusi, di permettere agli utenti di accedere e scaricare i propri dati e di sapere che uso ne viene fatto (vedi qui a destra). Una funzione che può essere utile per rendersi conto di ciò che si è pubblicato negli anni e dei contenuti a cui siamo associati (taggati,

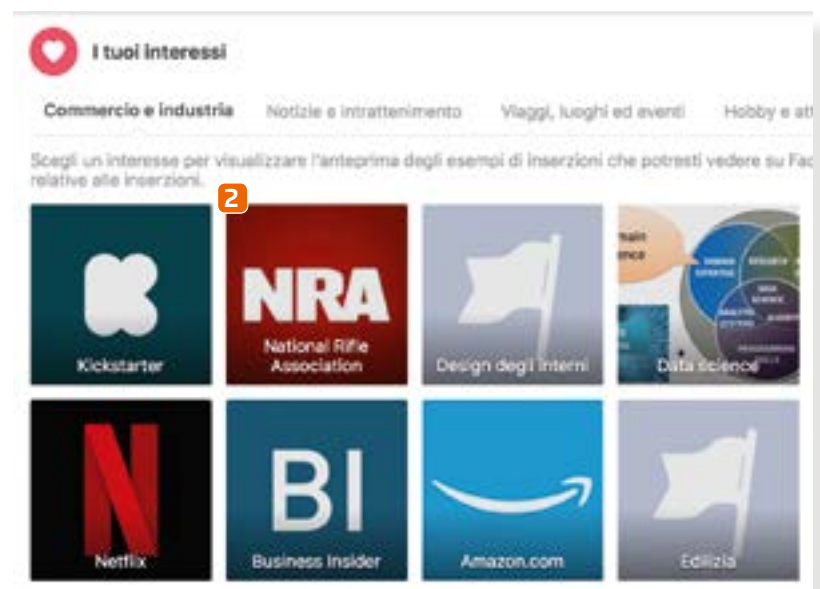
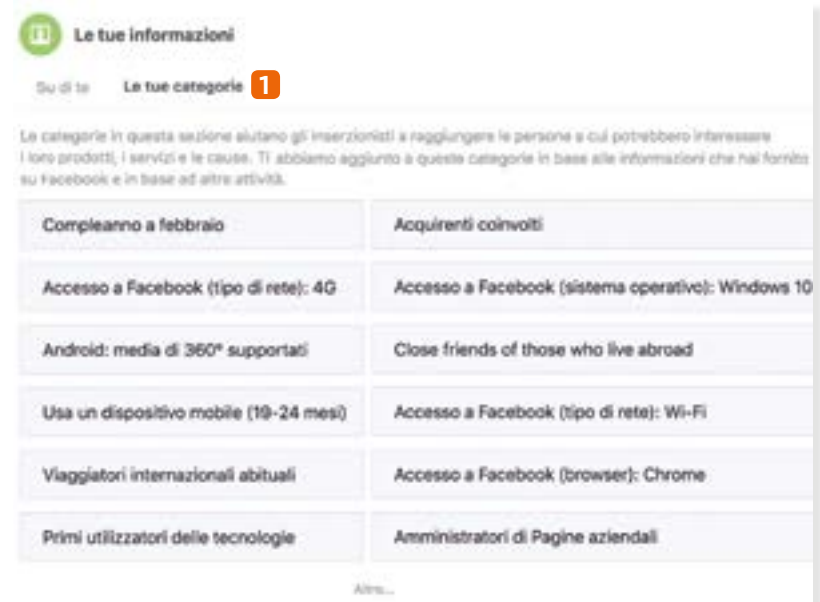
in gergo), semplicemente per ritrovarli o per cancellarli, ma che permette anche di capire che Facebook, probabilmente, sa molte più cose di quelle che pensiamo di avergli detto. Su di noi e sulle persone con cui siamo connessi. E che, magari, in tutta questa mole di informazioni che raccoglie, pensa anche cose di noi che non ci appartengono per niente.

"HO VISTO COSE..."

Avevo eliminato la data di nascita dal mio profilo, ma Facebook sa che "la fase della vita dei miei amici coetanei" è "Established Adult Life" e in effetti è così, come dice lui: i miei coetanei - quindi anche io - sono nella fase adulta della vita. Tra i file che negli anni ho scambiato con gli "amici" - 800 le conversazioni private che potrei rivedere (e non sono mai stata una Facebook-dipendente) - ritrovo, nell'ordine: video natalizio con il volto di un'amica sul corpo di uno gnomo vestito da Babbo Natale che balla (meno male per lei che siamo ancora amiche), foto di aperitivi, viaggi, immagini pseudospiritose da catena di Sant'Antonio, foto di una persona sconosciuta con dietro una montagna innevata al tramonto, un'immagine con esercizi di stretching per le gambe, immagini di "Buon compleanno" e "Buona Pasqua" vari. Dopodiché il mio sguardo cade sul pdf "Cedolino_BustaPaga_Aprile2012". Mi ritrovo a spulciare lo stipendio di qualcuno: ci metto un po' per capire che è uno degli inquilini che negli anni si sono succeduti nella mia abitazione. Chissà perché me lo aveva inviato. Spero che ora guadagni di più, comunque. Continuo il viaggio, tra le note vocali di uno sconosciuto che aspetta qualcuno a Linate e un ex antico che in un linguaggio strano - che probabilmente ai tempi mi vedeva partecipare - parla imitando un infante. Tra ricordi, ➤

➤ COME SI FA E COSA SI SCOPRE

ALCUNI ESEMPI Siamo andati su 'Impostazioni', poi 'Le tue informazioni su Facebook': si può scegliere se scaricare le informazioni sul pc o solo visualizzarle. Nella prima schermata le 'categorie' **(1)** di un utente condivise con le aziende per la personalizzazione della pubblicità: piuttosto dettagliate. Nella seconda, i suoi interessi: sorpreso, l'utente ci ritrova la National Rifle Association, associazione Usa detentori di armi **(2)**. Facebook dice che ha cliccato su un'inserzione relativa e quindi l'ha inserita tra i suoi interessi, sbagliandosi: l'utente clicca 'Elimina'.



>

cose totalmente dimenticate, cose che sembrano appartenere a qualcun altro e cose - effettivamente - di qualcun altro: ecco la parte che più mi sorprende, i miei "Interessi pubblicitari", quelli intuiti in base alla mia "attività su Facebook e altre azioni che ci aiutano a mostrarti inserzioni pertinenti".

PUBBLICITÀ SUPER-MIRATA

Facebook vive di pubblicità, molto personalizzata grazie all'enorme quantità di informazioni che ogni giorno gli affidiamo. In pratica, funziona così: l'azienda o l'utente che vuole sponsorizzare il suo post paga per farlo comparire a una certa tipologia di persone, di cui può indicare fascia d'età, sesso, posizione, istruzione... e, appunto, gli interessi. Se, ad esempio, l'inserzionista è un ristorante giapponese, inserirà la parola "sushi". Facebook sarà poi in grado di far comparire quel post pubblicitario a chi ha fatto qualcosa - anche in altri siti - collegato al tema "sushi": ad esempio, ha messo "mi piace" a un altro ristorante giapponese o si è iscritto alla newsletter di una società che vende bacchette per il sushi (società che poi ha caricato la sua lista di clienti su Facebook, il quale - riconoscendone le email - gli farà comparire la pubblicità del ristorante). Allora, riprendendo il tour, in base ai miei clic sul social e non, i miei interessi sarebbero: la musica country e i film horror (odio entrambi nella stessa misura); tra i personaggi, un certo Ricky Nelson - che scopro essere un cantante e attore statunitense deceduto nel 1985 - insieme a Chiara d'Assisi e Santa Cecilia (forse, suppongo, mi sono soffermata sui post di un qualche parente estimatore mentre, negli altri casi, magari ho cliccato per sbaglio su qualcosa o messo un "Mi piace" su richiesta di un amico o chi lo sa). In diversi casi, poi, Facebook ci azzecca.

LA CLASS ACTION CONTRO FACEBOOK

Quando gli utenti hanno attivato l'account è mancata un' informativa chiara e immediata sulla raccolta e sull'uso dei loro dati per finalità commerciali. Inoltre, per usare pienamente il social, si è costretti a consentire che Facebook e altri soggetti raccolgano e usino i dati per finalità commerciali. Tutto questo va contro le norme sulla privacy e il Codice del consumo. Con la nostra class action (avviata parallelamente a Belgio, Spagna e Portogallo) chiediamo che Facebook garantisca un risarcimento a ciascun utente di almeno 285 euro per ogni anno di iscrizione. E la multa a Facebook, deliberata da Antitrust a dicembre (10 milioni), non fa che dare più forza alla nostra azione. L'iter giudiziario al Tribunale di Milano è avviato, la prima udienza sarà a maggio 2019 e le adesioni sono oltre 40mila. Per partecipare vai su: altroconsumo.it/azionefacebook

Tra i "miei interessi" vedo anche un politico, il leader del partito che, in effetti, ho votato. Eppure, mi dico, non ho mai pubblicato nulla, post o notizie di politica, nessun "Mi piace" a pagine di questo tipo, neanche commenti ai post di altri: eppure Facebook sa. Cercando un po' tra tutto quello che ho fatto, credo anche di aver intuito come: sotto elezioni ho cliccato su tre video del suo partito. "Ti ho beccato", penso, ma no: Facebook mi corregge e mi dice che ho quell'interesse perché ho messo "Mi piace" su una pagina a lui relativa. Mah... Il punto resta uno: cioè che sulla base di questo "interesse" dedotto - che oltretutto riguarderebbe anche un mio dato sensibile, cioè le mie preferenze politiche - Facebook mi fa vedere certe inserzioni. Mi mostra anche esempi degli inserzionisti che "provano a raggiungere le persone con questo interesse": oltre a una falegnameria (?!), c'è anche il post sponsorizzato di una persona che denuncia "l'ecatombe di animali a causa del maltempo", di fronte a cui



L'ATTACCO HACKER Lo scorso settembre, 30 milioni di account sono stati violati: abbiamo diffidato Facebook chiedendo chiarimenti e risarcimenti. Qui il messaggio che compare a un utente-vittima. Puoi verificare e avere aggiornamenti nel Centro Assistenza (cerca "incidente di sicurezza").

altri politici (rivali al "mio interesse") non avrebbero fatto nulla. Un esempio concreto di un fenomeno da tempo denunciato: gli interessi influenzano i post e quindi le informazioni (false o vere che siano) che si visualizzano, facendo vedere qualcosa che in qualche modo conferma tali interessi: una sorta di "bolla" che, se non se ne è consapevoli, rischia di lasciare poco spazio alla possibilità di crearsi opinioni valutando più punti di vista. Facebook - nell'occhio del ciclone dopo lo scandalo Cambridge Analytica (con i dati degli utenti utilizzati per influenzare le elezioni americane, vedi l'articolo su Hitest 67, maggio 2018) - ha annunciato una serie di iniziative per contrastare certi effetti negativi del social. E, c'è da dire che, viaggiando tra i dati che ha su di noi, la possibilità di cancellarli o modificarli c'è. Certo, farlo sempre sarebbe un lavoro e, in ogni caso, tutto è così interconnesso che il controllo totale resta un'illusione: se abbiamo condiviso un contenuto con un amico, resterà comunque nel suo storico (solo ciò che non si pubblica è sicuro al 100%).

COME IL MIELE PER LE API

Lo si può toccare con mano: Facebook, senza che neanche ce ne rendiamo conto, sa di noi (o crede di sapere) tantissime cose (possiede anche Instagram e WhatsApp, da cui raccoglie un'altra enorme quantità di dati). Magari alcune di queste cose non sono precise (il che non è che sia più rassicurante), ma comunque un'immagine di noi esiste, viene usata a fini commerciali e influenza ciò vediamo. Non solo: l'altra ragione per cui la nostra vita sul social dovrebbe interessarci è che tutti questi dati, accentrati in un unico posto, per i criminali sono come il miele per le api. Ne parliamo qui a fianco con un esperto di sicurezza informatica. ■



INTERVISTA

PIERGUIDO IEZZI

Esperto di sicurezza informatica
Co-fondatore di Swascan

Quanto vale per un hacker il profilo di un utente?

«Dipende dal numero di informazioni inserite nella fase di registrazione, sul profilo e, soprattutto, da quanto si condivide della propria vita. Si tratta del più grande database di informazioni su privati al mondo. Ed è in mano a un privato».

Quali sono i rischi?

«Da un lato, volendo, chi ha tutte queste informazioni potrebbe muovere opinioni e - non solo indurci ad acquistare cose - ma anche cambiare una scelta che dovrebbe essere libera. Dall'altro, un unico centro in cui ci sono tutti questi dati è ovviamente un obiettivo ambito per i criminal-hacker».

Per farne cosa?

«Prima di tutto phishing, ad esempio, con email personalizzate: se sei un amante del cibo messicano, potrebbero mandarti una finta promozione per il ristorante in cui vai sempre, come magari hanno captato dal tuo profilo, per poi rubarti i dati della carta di credito tramite il link che ti inviano. Se hanno rubato anche i contatti dei tuoi amici, potranno mandare email anche a loro, a tuo nome: così è più facile che si fidino. Rubando

gli accessi al tuo account, inoltre, potrebbero entrare in tutti quei siti in cui hai fatto la registrazione via Facebook. Terzo: mediamente, gli utenti usano la stessa email e password per registrarsi a più siti. Ai criminal-hacker basterà provare quelle credenziali rubate su Facebook su tutti i siti di loro interesse per accedervi».

C'è anche un mercato nero?

«Sì, i dati possono essere anche venduti nel dark web, dove ci sono veri e propri e-commerce: i dati degli account sottratti da Facebook nell'attacco dello scorso settembre, ad esempio, sono in vendita a 3-12 dollari in base alle informazioni presenti. Si vendono anche gli strumenti per violare sistemi informatici, già pronti. Oggi non c'è bisogno di avere grandi competenze per compiere attacchi».

Facebook ha messo in campo alcune misure...

«L'autoregolamentazione non è nulla. Di fronte alla concentrazione di tutti questi dati e agli attacchi che in generale aumentano, servono interventi governativi a livello mondiale per definire modalità di governo e controllo». (S.V.)