

# Awareness by Design



A privacy-oriented approach

# \$ WHOAMI

/MARILISA DEL VECCHIO



# Awareness

/FACEBOOK E L'INDEPENDENT OVERSIGHT BOARD

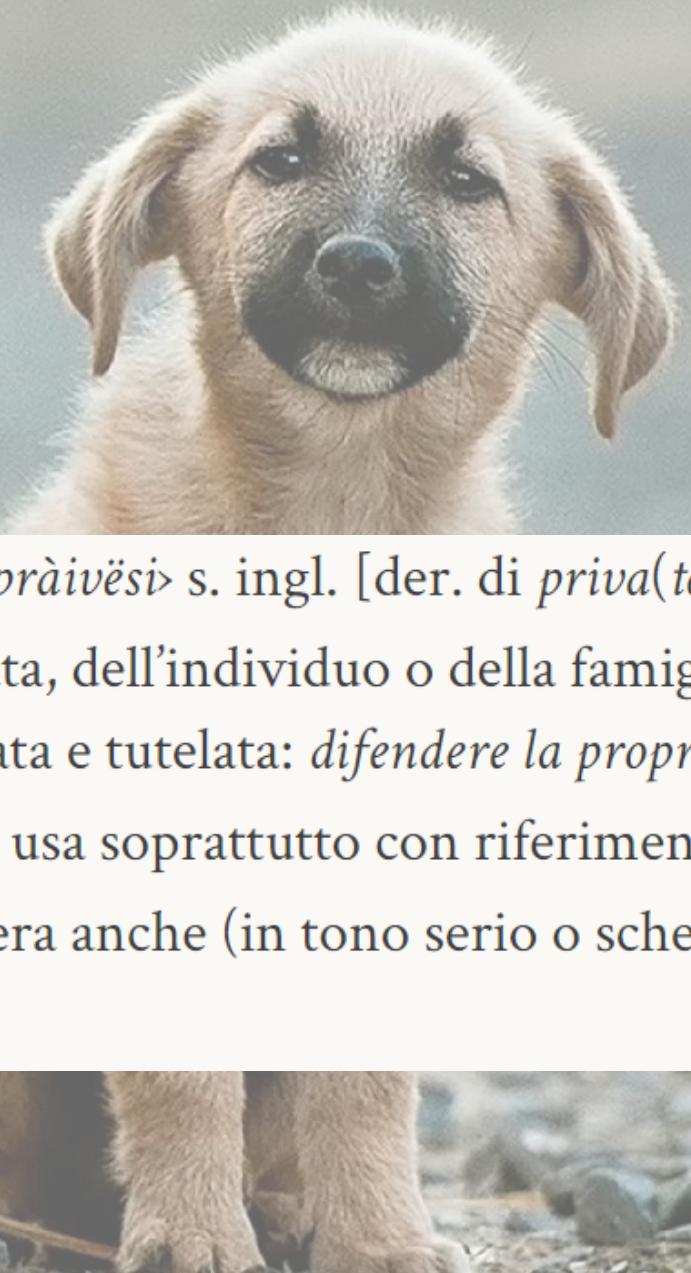
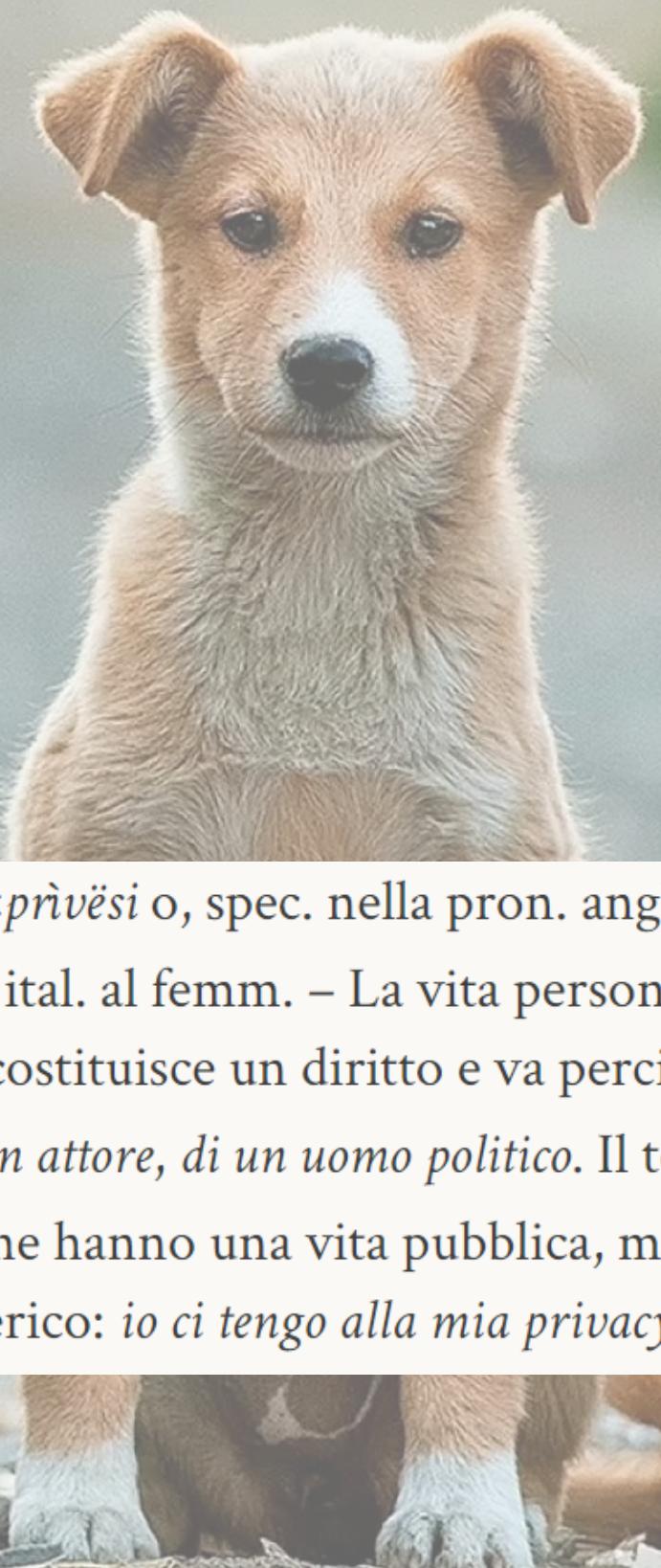
“Le politiche sui contenuti che scriviamo e le decisioni che prendiamo ogni giorno sono importanti per le persone. Ecco perché si deve sempre lottare per continuare a migliorarle. Il Consiglio di sorveglianza renderà Facebook più responsabile e migliorerà il nostro processo decisionale. Questo documento è un passo fondamentale verso ciò che speriamo possa diventare un modello per il nostro settore.”

– Nick Clegg, VP Global Affairs and Communications, Facebook

# Privacy



Definizione



*privacy* <prìvësi o, spec. nella pron. angloamer., pràivësi> s. ingl. [der. di *priva(te)* «privato»], usato in ital. al femm. – La vita personale, privata, dell'individuo o della famiglia, in quanto costituisce un diritto e va perciò rispettata e tutelata: *difendere la propria p.*; *violare la p.* di un attore, di un uomo politico. Il termine si usa soprattutto con riferimento a persone note e che hanno una vita pubblica, ma si adopera anche (in tono serio o scherz.) in modo più generico: *io ci tengo alla mia privacy*.

# Privacy /HISTORY

HARVARD  
LAW REVIEW.

VOL. IV. DECEMBER 15, 1890. NO. 5.

## THE RIGHT TO PRIVACY.

"It could be done only on principles of private justice, moral fitness, and public convenience, which, when applied to a new subject, make common law without a precedent; much more when received and approved by usage."

WILLIS, J., in *Millar v. Taylor*, 4 Burr. 2393, 2312.

THAT the individual shall have full protection in person and in property is a principle as old as the common law; but it has been found necessary from time to time to define anew the exact nature and extent of such protection. Political, social, and economic changes entail the recognition of new rights, and the common law, in its eternal youth, grows to meet the demands of society. Thus, in very early times, the law gave a remedy only for physical interference with life and property, for trespasses *vi et armis*. Then the "right to life" served only to protect the subject from battery in its various forms; liberty meant freedom from actual restraint; and the right to property secured to the individual his lands and his cattle. Later, there came a recognition of man's spiritual nature, of his feelings and his intellect. Gradually the scope of these legal rights broadened; and now the right to life has come to mean the right to enjoy life,—the right to be let alone; the right to liberty secures the exercise of extensive civil privileges; and the term "property" has grown to comprise every form of possession — intangible, as well as tangible.

Thus, with the recognition of the legal value of sensations, the protection against actual bodily injury was extended to prohibit mere attempts to do such injury; that is, the putting another in

# 1890

THE RIGHT TO PRIVACY  
by Louis Brandeis / Samuel Warren  
Harvard Law Review



Privacy intesa come  
diritto ad essere lasciati  
soli, per godere in pace  
della propria vita (*right  
to be let alone*).

~~PRIVACY~~

# Privacy /HISTORY

California Law Review

Vol. 48

AUGUST 1960

No. 3

Privacy

William L. Prosser\*

IN THE YEAR 1890 Mrs. Samuel D. Warren, a young matron of Boston, which is a large city in Massachusetts, held at her home a series of social entertainments on an elaborate scale. She was the daughter of Senator Bayard of Delaware, and her husband was a wealthy young paper manufacturer, who only the year before had given up the practice of law to devote himself to an inherited business. Socially Mrs. Warren was among the élite; and the newspapers of Boston, and in particular the *Saturday Evening Gazette*, which specialized in "blue blood" items, covered her parties in highly personal and embarrassing detail. It was the era of "yellow journalism," when the press had begun to resort to excesses in the way of prying that have become more or less commonplace today;<sup>1</sup> and Boston was perhaps, of all of the cities in the country, the one in which a lady and a gentleman kept their names and their personal affairs out of the papers. The matter came to a head when the newspapers had a field day on the occasion of the wedding of a daughter, and Mr. Warren became annoyed.<sup>2</sup> It was an annoyance for which the press, the advertisers and the entertainment industry of America were to pay dearly over the next seventy years.

Mr. Warren turned to his recent law partner, Louis D. Brandeis, who was destined not to be unknown to history. The result was a noted article, *The Right to Privacy*,<sup>3</sup> in the *Harvard Law Review*, upon which the two men collaborated. It has come to be regarded as the outstanding example of the influence of legal periodicals upon the American law. In the Harvard

\* Dean, University of California School of Law, Berkeley.

<sup>1</sup> "The press is overstepping in every direction the obvious bounds of propriety and of decency. Gossip is no longer the resource of the idle and of the vicious, but has become a trade, which is pursued with industry as well as effrontry. To satisfy a prurient taste the details of sexual relations are spread broadcast in the columns of the daily papers. To occupy the indolent, column upon column is filled with idle gossip, which can only be procured by intrusion upon the domestic circle. The intensity and complexity of life, attendant upon advancing civilization, have rendered necessary some retreat from the world, and man, under the refining influence of culture, has become more sensitive to publicity, so that solitude and privacy have become more essential to the individual; but modern enterprise and invention have, through invasions upon his privacy, subjected him to mental pain and distress, far greater than could be inflicted by mere bodily injury." Warren and Brandeis, *The Right to Privacy*, 4 HARV. L. REV. 193, 196 (1890).

<sup>2</sup> MASON, BRANDEIS, A FREE MAN'S LIFE 70 (1946).

<sup>3</sup> 4 HARV. L. REV. 193 (1890). HeinOnline -- 48 Cal. L. Rev. 383 1960

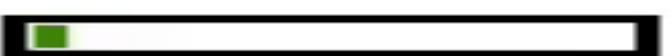
# 1960

PRIVACY  
by Dean William Prosser  
California Law Review



Privacy intesa come  
violazione di domicilio,  
della vita privata,  
proprietà intellettuale e  
consenso.

# PRIVACY

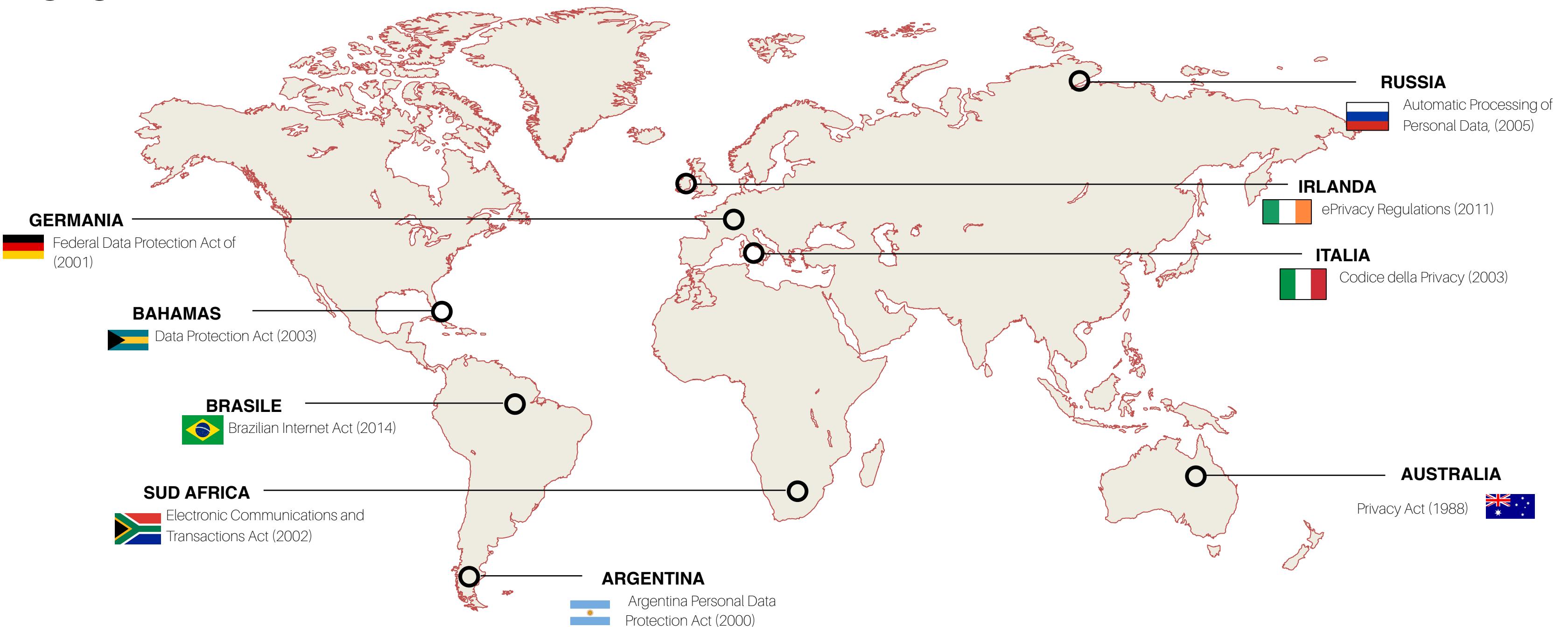


# Privacy /HISTORY

Accordi tra Stati:



Situazione World Wide: <https://www.dlapiperdataprotection.com/>



# Privacy /HISTORY

REGOLAMENTO (UE) 2016/679 DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO  
del 27 aprile 2016  
relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati e che abroga la direttiva 95/46/CE (regolamento generale sulla protezione dei dati)  
(Testo rilevante ai fini del SEE)

IL PARLAMENTO EUROPEO E IL CONSIGLIO DELL'UNIONE EUROPEA,  
visto il trattato sul funzionamento dell'Unione europea, in particolare l'articolo 16,  
vista la proposta della Commissione europea,  
previa trasmissione del progetto di atto legislativo ai parlamenti nazionali,  
visto il parere del Comitato economico e sociale europeo <sup>(1)</sup>,  
visto il parere del Comitato delle regioni <sup>(2)</sup>,  
deliberando secondo la procedura legislativa ordinaria <sup>(3)</sup>,  
considerando quanto segue:

(1) La protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati di carattere personale è un diritto fondamentale. L'articolo 8, paragrafo 1, della Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea («Carta») e l'articolo 16, paragrafo 1, del trattato sul funzionamento dell'Unione europea («TFUE») stabiliscono che ogni persona ha diritto alla protezione dei dati di carattere personale che la riguardano.

(2) I principi e le norme a tutela delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali dovrebbero rispettare i diritti e le libertà fondamentali, in particolare il diritto alla protezione dei dati personali, a prescindere dalla loro nazionalità o dalla loro residenza. Il presente regolamento è inteso a contribuire alla realizzazione di uno spazio di libertà, sicurezza e giustizia e di un'unione economica, al progresso economico e sociale, al rafforzamento e alla convergenza delle economie nel mercato interno e al benessere delle persone fisiche.

(3) La direttiva 95/46/CE del Parlamento europeo e del Consiglio <sup>(4)</sup> ha come obiettivo di armonizzare la tutela dei diritti e delle libertà fondamentali delle persone fisiche rispetto alle attività di trattamento dei dati e assicurare la libera circolazione dei dati personali tra Stati membri.

(4) Il trattamento dei dati personali dovrebbe essere al servizio dell'uomo. Il diritto alla protezione dei dati di carattere personale non è una prerogativa assoluta, ma va considerato alla luce della sua funzione sociale e va contemplato con altri diritti fondamentali, in esecuzione al principio di proporzionalità. Il presente regolamento rispetta tutti i diritti fondamentali e osserva le libertà e i principi riconosciuti dalla Carta, sanciti dai trattati, in particolare il rispetto della vita privata e familiare, del domicilio e delle comunicazioni, la protezione dei dati personali, la libertà di pensiero, di coscienza e di religione, la libertà di espressione e d'informazione, la libertà d'impresa, il diritto a un ricorso effettivo e a un giudice imparziale, nonché la diversità culturale, religiosa e linguistica.

(5) L'integrazione economica e sociale conseguente al funzionamento del mercato interno ha condotto a un considerevole aumento dei flussi transfrontalieri di dati personali e quindi anche dei dati personali scambiati, in tutta l'Unione, tra attori pubblici e privati, comprese persone fisiche, associazioni e imprese. Il diritto dell'Unione impone alle autorità nazionali degli Stati membri di cooperare e scambiarsi dati personali per essere in grado di svolgere le rispettive funzioni o eseguire compiti per conto di un'autorità di un altro Stato membro.

(6) La rapidità dell'evoluzione tecnologica e la globalizzazione comportano nuove sfide per la protezione dei dati personali. La portata della condivisione e della raccolta di dati personali è aumentata in modo significativo. La tecnologia attuale consente tanto alle imprese private quanto alle autorità pubbliche di utilizzare dati personali, come mai in precedenza, nello svolgimento delle loro attività. Sempre più spesso, le persone fisiche rendono disponibili al pubblico su scala mondiale informazioni personali che li riguardano. La tecnologia ha trasformato l'economia e le relazioni sociali e dovrebbe facilitare ancora di più la libera circolazione dei dati personali all'interno dell'Unione e il loro trasferimento verso paesi terzi e organizzazioni internazionali, garantendo al tempo stesso un elevato livello di protezione dei dati personali.

(7) Tale evoluzione richiede un quadro più solido e coerente in materia di protezione dei dati nell'Unione, affiancato da efficaci misure di attuazione, data l'importanza di creare il clima di fiducia che consentirà lo sviluppo dell'economia digitale in tutto il mercato interno. È opportuno che le persone fisiche abbiano il controllo dei dati personali che li riguardano e che la certezza giuridica e operativa sia rafforzata tanto per le persone fisiche quanto per gli operatori economici e le autorità pubbliche.

(8) Ove il presente regolamento preveda specificazioni o limitazioni delle sue norme ad opera del diritto degli Stati membri, gli Stati membri possono, nella misura necessaria per la coerenza e per rendere le disposizioni nazionali comprensibili alle persone cui si applicano, integrare elementi del presente regolamento nel proprio diritto nazionale.

# 2018

## REGOLAMENTO UE 2016/679

Commissione COM/2012/010  
Parlamento e Consiglio Europeo



Il 25 maggio 2018  
entra in vigore il  
GDPR, regolamento  
generale per la  
protezione dei dati.

# Privacy /GDPR

## GENERAL DATA PROTECTION REGULATION

WHAT IF I TOLD YOU

GDPR IS A GOOD THING

Compliments of MetaCompliance

imgflip.com

Google

Questa è la versione tradotta della comunicazione che hai ricevuto da noi il 23 marzo.

Gentile cliente,

Nel corso dell'ultimo anno ti abbiamo informato su come ci stiamo preparando per soddisfare i requisiti del GDPR, il nuovo regolamento sulla protezione dei dati che entrerà in vigore il 25 maggio 2018. Il GDPR riguarda le aziende europee e non europee che utilizzano la pubblicità online e le soluzioni di misurazione nel momento in cui gli utenti nello Spazio economico europeo (SEE) accedono ai loro siti e alle loro applicazioni.

Oggi vogliamo condividere maggiori informazioni sulle misure che stiamo adottando per prepararci al regolamento GDPR, che comprendono l'aggiornamento delle nostre Norme relative al consenso degli utenti dell'UE, nonché le modifiche ai termini del contratto e ai nostri prodotti. Tali misure aiuteranno sia gli utenti che Google a soddisfare i nuovi requisiti.

Aggiornamento delle Norme relative al consenso degli utenti dell'UE

Stiamo aggiornando le Norme relative al consenso degli utenti dell'UE in modo che riflettano i nuovi requisiti legali del GDPR. Tali norme stabiliscono le tue responsabilità in merito alla divulgazione di informazioni agli utenti finali, e all'ottenimento del consenso dagli stessi, nello Spazio economico europeo. Ai sensi di tali norme, gli inserzionisti saranno tenuti a ottenere il consenso degli utenti ai fini della raccolta di dati per gli annunci personalizzati (ad es. tag di

HACKINBO®  
Winter 2019 Edition

**Gdpr**  
Pagina · Mi piace: 114 · Software  
Il Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR) in vigor...

**GDPR Italia** ✓  
Pagina · Mi piace: 221 · Società di consulenza  
Il 25 Maggio 2018 sarà la data in cui il regolamento generale sulla ...

**GDPR Day**  
Mi piace: 1186 · Milano · Evento

**Webinar - Privacy GDPR Nuovo Regolamento Europeo sui dati personali**  
NetOrange S.r.l. · 19.000 visualizzazioni · 1 anno fa  
Il video del webinar parla del nuovo Regolamento Europeo per il trattamento dei dati personali (GDPR) che entrerà in vigore il ...

**GDPR Spiegato Facile**  
Fabio Sanges · 17.000 visualizzazioni · 1 anno fa  
GDPR: General Data Protection Regulation. Spiegato facile facile per te. Guarda il video. Link utili sul mio blog ...

**CHE COS'È L' RGPD (GDPR)? #TELOSPIEGO!**  
Te lo spiego · 6800 visualizzazioni · 1 anno fa  
Anche la vostra casella di posta elettronica nelle scorse settimane è stata inondata da centinaia di email con singoli strane tipo ...

**GDPR in Italia**  
Gruppo · 3435 membri · 23 post alla settimana  
Gruppo · 3435 membri · 23 post alla settimana  
Italia · PER L'APPROVAZIONE OCCORRE RISONDERE ALLA DOMANDA ALL'ATTO DELL'ISCRIZIONE...

**GDPR, trattamento dati e Privacy**  
Gruppo · 3256 membri · 10+ post al giorno  
Gruppo · 3256 membri · 10+ post al giorno  
Italia · Approfondimenti giuridici e tecnici su PRIVACY e regolamentazione europea e nazionale in attuazione del regolame...

# Privacy

/DIGITALWORLD

Tanto io non ho nulla  
da nascondere.

A white toy robot with a flame-like head and a sword on its back stands on a brown surface next to a stack of books. The books have a textured cover and a small circular hole on the right side.

YOUR EXCUSES

YOU

# Privacy /DATI PERSONALI

## *Articolo 4*

### **Definizioni**

Ai fini del presente regolamento s'intende per:

- 1) «dato personale»: qualsiasi informazione riguardante una persona fisica identificata o identificabile («interessato»); si considera identificabile la persona fisica che può essere identificata, direttamente o indirettamente, con particolare riferimento a un identificativo come il nome, un numero di identificazione, dati relativi all'ubicazione, un identificativo online o a uno o più elementi caratteristici della sua identità fisica, fisiologica, genetica, psichica, economica, culturale o sociale;

# Privacy /DATI PERSONALI

## *Articolo 4*

### **Definizioni**

Ai fini del presente regolamento s'intende per:

- 1) «dato personale»: qualsiasi informazione riguardante una persona fisica identificata o identificabile («interessato»).

# Privacy

/GUESS WHAT

I NOSTRI DATI PERSONALI NON SONO SOLO NOME E COGNOME.

# Privacy

## /GUESS WHAT

I dati sono davvero tanti, solo alcuni sono personali. Tutto dipende dal registro dei trattamenti dei dati personali e dalle policy di data classification.

Come ti chiami, dove sei nato, quando, dove abiti, il tuo codice fiscale, l'email, il telefono, il tuo orientamento sessuale, se sei fidanzato, la tua etnia, cose sulla tua famiglia, le tue foto, che squadra tifi, che politico tifi, dove e se hai studiato, dove lavori, i tuoi dati biometrici tipo la firma, la retina, l'impronta digitale, ...

Il tuo IBAN, il tuo numero di carta, quanto prendi, quanto spendi, quanto prelevi, se lasci la mancia al fattorino, ...

INFORMAZIONI FINANZIARIE

I CLASSICI DATI PERSONALI



INFORMAZIONI MEDICHE

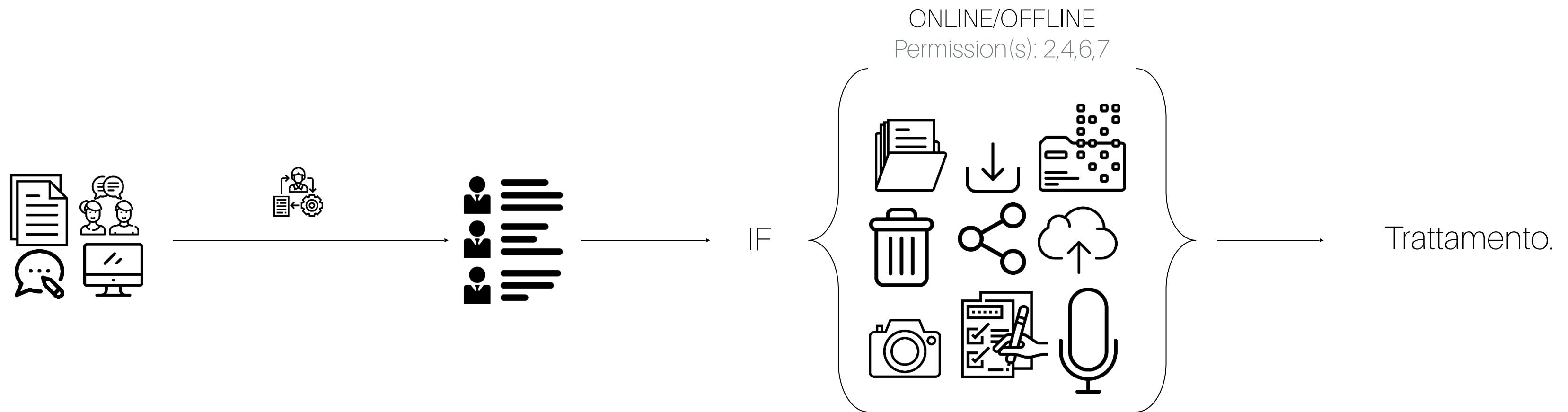
I tuoi dati genetici che riguardano quindi la tua fisiologia e la tua salute (tipo il gruppo sanguigno), informazioni riguardo l'assistenza sanitaria tipo se hai mai fatto malattia e quante volte e per quale motivo, se hai malattie, quali medicine prendi, dove le prendi, chi te le prescrive, ...

ONLINE BEHAVIORAL

I dispositivi che usi e i relativi IP, da dove ti colleghi, quando ti colleghi, cosa fai quando ti colleghi, gli spostamenti che fai, i siti che visiti e le abitudini che hai, le applicazioni che scarichi, le bollette che paghi, i viaggi che fai, con chi e dove (in alcuni casi anche perché li fai #nojudging)

# Privacy

## /TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI



# Privacy

/ISCRIVITI. È VELOCE E SEMPLICE.

**facebook**

E-mail o telefono      Password

Non ricordi più come accedere all'account? [Accedi](#)

**Iscriviti**

È veloce e semplice

Nome  Cognome

Numero di cellulare o indirizzo e-mail

Nuova password

Data di nascita  3 ott 1994 ?

Genere

Donna  Uomo

Opzione personalizzata ?

Cliccando su Iscriviti, accetti le nostre [Condizioni](#). Scopri in che modo raccogliamo, usiamo e condividiamo i tuoi dati nella nostra [Normativa sui dati](#) e in che modo usiamo cookie e tecnologie simili nella nostra [Normativa sui cookie](#). Potresti ricevere notifiche tramite SMS da noi, ma puoi disattivarle in qualsiasi momento.

[Iscriviti](#)

[Iscriviti](#)

# Privacy

## /CLICCANDO SU ISCRIVITI...



Cliccando su Iscriviti, accetti le nostre [Condizioni](#). Scopri in che modo raccogliamo, usiamo e condividiamo i tuoi dati nella nostra [Normativa sui dati](#) e in che modo usiamo cookie e tecnologie simili nella nostra [Normativa sui cookie](#). Potresti ricevere notifiche tramite SMS da noi, ma puoi disattivarle in qualsiasi momento.

**Iscriviti**

Anziché richiedere all’utente un pagamento per l’utilizzo di Facebook o degli altri prodotti e servizi coperti dalla presenti Condizioni, Facebook riceve una remunerazione da parte di aziende e organizzazioni per mostrare agli utenti inserzioni relative ai loro prodotti e servizi.

### Offerta di un’esperienza personalizzata all’utente:

l’esperienza su Facebook è unica per ogni utente, da post, storie, eventi, inserzioni e altri contenuti visualizzati nella sezione Notizie o nella piattaforma video fino alle Pagine seguite e alle altre funzioni che potrebbero essere usate (ad es. Popolari, Marketplace e ricerca). Facebook sfrutta i dati di cui dispone (ad es. in relazione a connessioni effettuate, scelte e impostazioni adottate ed elementi condivisi dall’utente all’interno e all’esterno dei propri Prodotti) per personalizzare l’esperienza dell’utente.

## Quali tipi di informazioni raccogliamo?

Per fornire i Prodotti Facebook, dobbiamo trattare [le informazioni](#) che ti riguardano. Il tipo di informazioni che raccogliamo dipende da come usi i nostri Prodotti. Puoi scoprire di più su come accedere alle informazioni che raccogliamo ed eliminarle accedendo alle [impostazioni di Facebook](#) e alle [impostazioni di Instagram](#).

- **Reti e connessioni.** Raccogliamo informazioni su persone, [Pagine](#), account, [hashtag](#) e gruppi con cui ti connetti e sul modo in cui vi interagisci sui nostri Prodotti, come le persone con cui ti connetti più spesso o i gruppi [di cui fai parte](#). [Se scegli di caricare sincronizzare o imprevedere](#)
- **Il tuo utilizzo.** Raccogliamo informazioni su come usi i nostri Prodotti, quali tipi di contenuti visualizzi o con cui interagisci, funzioni usate, azioni compiute, interazioni, cronologia di registrazione, trovare altre persone elencate [qui sotto](#).
- **Informazioni sulle transazioni effettuate sui nostri Prodotti.** Se usi i nostri Prodotti per [acquisti](#) o altre transazioni economiche (ad esempio, acquisti in un gioco o [donazioni](#)), raccogliamo informazioni relative a tali operazioni. Può trattarsi di informazioni di pagamento, ad esempio il numero della carta di credito o di debito e altre informazioni della carta, di altre informazioni di autenticazione e dell’account e delle informazioni di contatto, spedizione e fatturazione.

# Privacy

## /MY 2CENTS

Prima di consentire al trattamento dei dati personali controlla:

1. Chi vuole i tuoi dati
2. Quali dati vuole esattamente
3. Perchè te li sta chiedendo, qual è la motivazione legale
4. Come li tratterà , dove li conserverà e chi ne avrà accesso
5. Quando e per quanto tempo verranno trattati e conservati
6. Cosa succede se smetti di usare quel sito, app o altro.



# Privacy

## /MY 2CENTS

Prima di consentire al trattamento dei dati personali controlla:

1. Chi vuole i tuoi dati
2. Quali dati vuole esattamente
3. Perchè te li sta chiedendo, qual è la motivazione legale
4. Come li tratterà , dove li conserverà e chi ne avrà accesso
5. Quando e per quanto tempo verranno trattati e conservati
6. Cosa succede se smetti di usare quel sito, app o altro.



# Mondo digitale

## /INTRO



Su una popolazione di 7.6 miliardi di persone



30% A circular icon containing a mobile phone with a diagonal slash through it, indicating non-digital users.

70% A Wi-Fi signal icon consisting of three curved lines radiating from a central circle.

di cui

80% A smartphone icon with social media icons (Twitter bird, Facebook logo, Instagram camera) floating around it, indicating digital users.



4.4 miliardi



55 milioni

3.4 miliardi

35 milioni

# Mondo digitale

## /IL VALORE DELLE INFORMAZIONI

In passato le informazioni si esaurivano  
una volta trasmesse.

Oggi, perpetuano nel tempo e sono immortali.

Solo gli esperti di divulgazione delle informazioni\*  
potevano averne accesso.

Oggi siamo tutti opinionisti della vita degli altri.



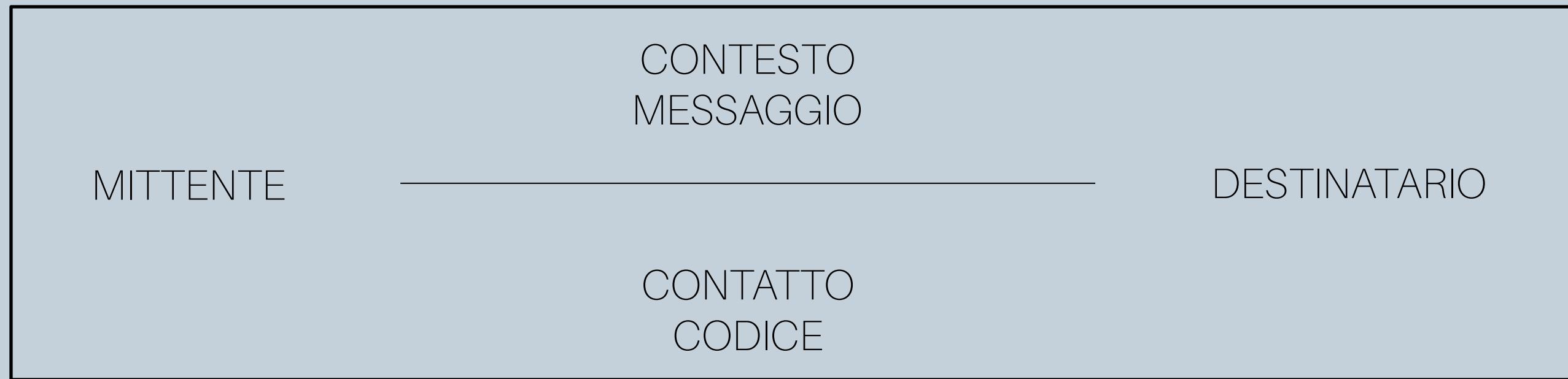
COME POSSIAMO COMUNICARE EFFICACEMENTE NEL MONDO DIGITALE?



# Comunicazione

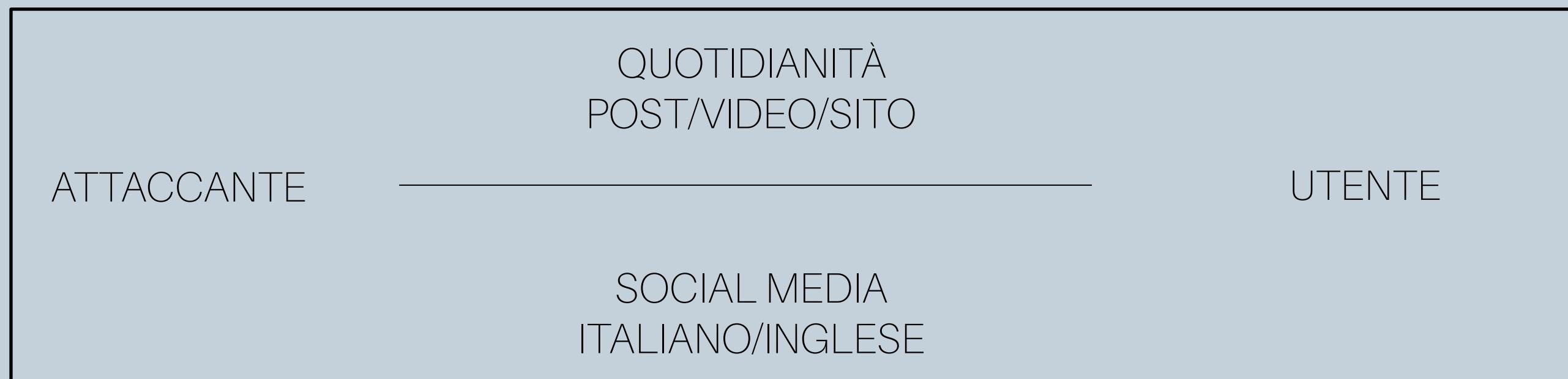
## /MODELLO DI JAKOBSON

La comunicazione è efficace se tutti gli elementi vengono rispettati e sono interpretati correttamente.



# Comunicazione

## /MODELLO DI JAKOBSON



# Comunicazione

## /F.O.M.O.

F.O.M.O. (fear of missing out) è la paura di essere lasciati fuori dalla vita degli altri, la paura di non poter essere fruitori di un mondo che esiste solo se connessi ad Internet.



# Comunicazione

## /F.O.M.O.

Circa il 56% degli utenti online soffre di F.O.M.O. cioè 1.5+ milioni di persone caratterizzate da:

- Insoddisfazione, che comporta acquisti compulsivi
- Ansia e depressione
- Iperconnessione e dipendenza da internet
- Basse aspettative date dalla distorsione della realtà

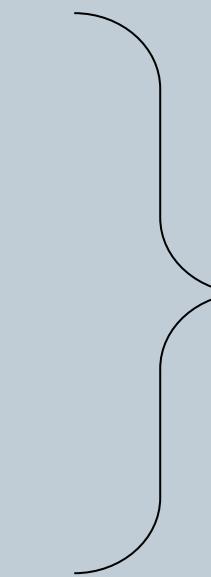


# Comunicazione

## /F.O.M.O.

I SOCIAL NETWORK SONO DIVENTATI IL MAGGIOR VETTORE DI ATTACCO.

- Malvertising
- Plugin
- Condivisione di contenuti dannosi
- Phishing
- Malware
- Furto di identità



3,25B \$

30.000%

profitti illeciti

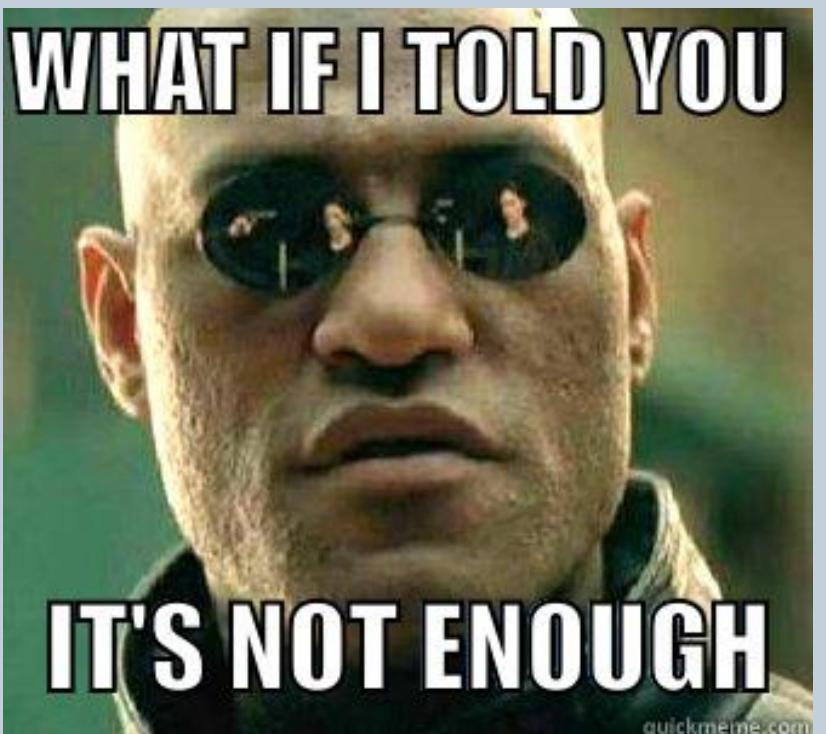
aumento delle segnalazioni di  
crimini informatici



# Comunicazione

## /INGEGNERIA SOCIALE

UNENDO LE COMPETENZE INFORMATICHE ALLE DOTI COMUNICATIVE È POSSIBILE SFRUTTARE L'INGEGNERIA SOCIALE.



# Comunicazione

## /SCANDALO CAMBRIDGE ANALYTICA: INIZIO

- This Is Your Digital Life era un'app di Facebook che permetteva di «tracciare» la propria vita rispondendo ad una serie di domande.
- Scaricandola, grazie ad una feature di Facebook, l'owner dell'applicazione aveva accesso sia ai dati dell'utente che a tutte le informazioni pubbliche degli amici dell'utente.
- Le informazioni pubbliche sia degli utenti che degli amici degli utenti, sono state raccolte e utilizzate come base dati da Cambridge Analytica.

The screenshot shows a blue header bar with a back arrow and the text "Help Center". Below it is a search bar containing the query "Hi Aaron, how can we help?". The main content area has a heading "How can I tell if my information was shared with Cambridge Analytica?". It includes a paragraph about shared information and plans, followed by a section titled "Was My Information Shared?" which states that based on available records, neither the user nor their friends logged into the app. A note at the bottom indicates no shared information with Cambridge Analytica.

← Help Center

Hi Aaron, how can we help?

How can I tell if my information was shared with Cambridge Analytica?

Recently, we [shared information](#) about the potential misuse of your Facebook data by apps and websites. We also [shared plans](#) for how we're taking action to prevent this from happening in the future.

Check below to see if your information may have been shared with [Cambridge Analytica](#) by the app "This Is Your Digital Life."

**Was My Information Shared?**

Based on our available records, neither you nor your friends logged into "This Is Your Digital Life."

As a result, it doesn't appear your Facebook information was shared with Cambridge Analytica by "This Is Your Digital Life."

# Comunicazione

## /SCANDALO CAMBRIDGE ANALYTICA: PROTAGONISTI



CHRISTOPHER WYLIE

Ex direttore della ricerca (Cambridge Analytica).  
Data war whistleblower.



STEVE BANNON

Capo di Breitbart News, campaign manager e  
consigliere di Trump



DONALD TRUMP

# Comunicazione

## /SCANDALO CAMBRIDGE ANALYTICA: STORIA

1. Pubblicazione dell'app This Is Your Digital Life (su Facebook).
2. Raccolta delle informazioni degli utenti (circa 270 mila) e di tutti i loro amici (in totale più di 87 milioni).
3. Analisi delle abitudini e dei dati raccolti.
4. Creazione di profili psicologici.
5. Condivisione dei risultati con Bannon, manager della campagna delle elezioni di un noto politico (Trump).



<https://www.ilpost.it/2018/03/19/facebook-cambridge-analytica/>  
<https://www.nytimes.com/2018/03/17/us/politics/cambridge-analytica-trump-campaign.html>  
<https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/data-war-whistleblower-christopher-wylie-facebook-nix-bannon-trump>

# Comunicazione

## /IL POTERE DELL'ADV

- ✓ Pubblicità mirata offline verso determinate comunità e zone d'America. Cartellonistica, convegni, etc.
- ✓ Pubblicità mirata online spendendo milioni in adv ogni giorno per cambiare l'opinione degli utenti.



# Comunicazione

## /IL POTERE DELL'ADV

- ✓ La collaborazione tra SCL e Cambridge Analytica ha generato dati di microtargeting comportamentale che hanno ricreato milioni di profili psicologici.
- ✓ Grazie all'accordo con il Pentagono e le conoscenze influenti di Bannon, questi dati sono stati usati durante la campagna elettorale.

**'I made Steve Bannon's psychological warfare tool': meet the data war whistleblower**

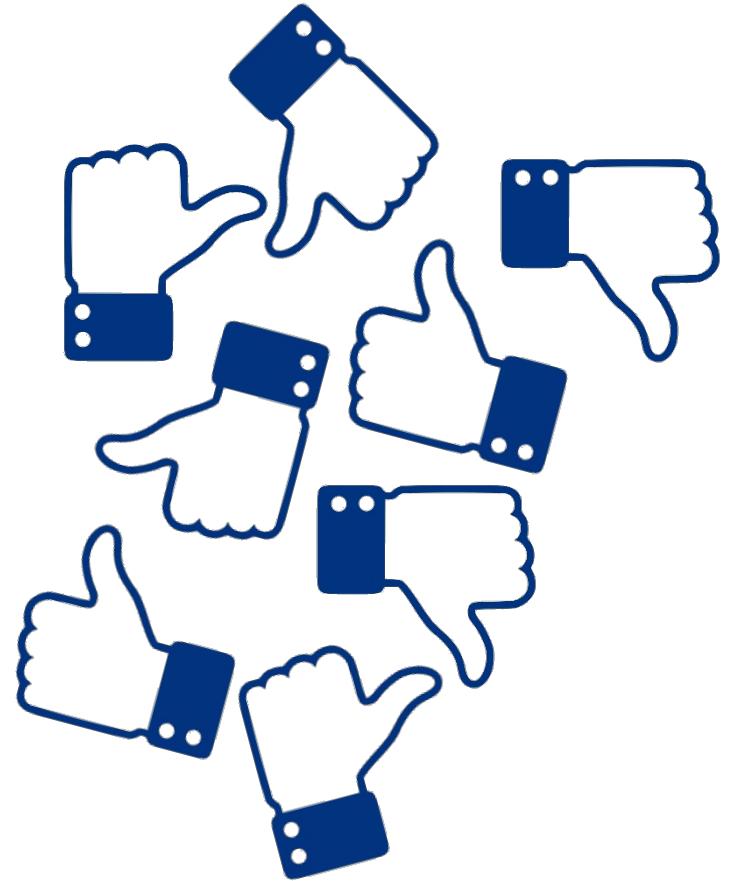


# Comunicazione

## /IL POTERE DELL'ADV

Ma generiamo così tanti dati?

- Ogni giorno 4,5+ miliardi di persone accedono a internet;
- Google processa 70k+ ricerche/sec (4+ miliardi/giorno).
- Considerando anche gli altri motori di ricerca, 6,5+ miliardi/giorno.
- 2,8+ milioni di e-mail/sec inviate, 240+ miliardi di e-mail/giorno.
- Ogni giorno, generiamo 2,5 quintilioni di gigabyte di dati.



# Comunicazione

## /IL POTERE DI CAMBRIDGE ANALYTICA



# Comunicazione

## /IL POTERE DI CAMBRIDGE ANALYTICA

**"Pretty much every message that Trump put out was data-driven"**

Alexander Nix, CEO Cambridge Analytica



### Data-driven campaigns

By knowing your electorate better,  
we achieve greater influence

# Recap

## /AWARENESS BY DESIGN



### PRIVACY

- Right to be let alone
- Importanza dei dati personali
- Consapevolezza del nostro comportamento online

### COMUNICAZIONE

- Importanza della comunicazione efficace
- Consapevolezza di ciò che si comunica e come.

### ETICA

- Importanza del nostro pensiero e del nostro agire morale
- Consapevolezza del nostro ruolo nel mondo

# Etica

/INTRO



Tutti abbiamo qualcosa da nascondere.

# Etica

/INTRO



Sta a noi proteggerci...

# Etica

/INTRO

...agendo in maniera etica.

# Etica

## /GIUSTIZIA DIGITALE

La Giustizia è quel valore sociale per cui si riconoscono i diritti altrui così come si vorrebbero rispettati i propri.



# Etica

## /APEL E LA GIUSTIZIA

La comunicazione è lo spazio principale dell'agire umano. E su questa si basa la nostra capacità di comprendere la giustizia.



\ cd ..

**ANELLO DEBOLE**

**PROTAGONISTA**





# Outro

## /RECAP

PRIVACY + COMUNICAZIONE + ETICA

= AWARENESS



— — — — — by Design

# Awareness by Design

Security by Design

# Privacy by Design

Protection by Design

Defense by Design

Intelligence by Design

CONSAPEVOLEZZA

# Awareness by Design

# Bibliografia

- E. Romanelli, «Web, social ed etica»
- P. Rivoltella, «Le virtù del digitale»
- C. Casiraghi, «Comunicazione Etica»
- Gancitano-Colamedici, «La società della Performance»
- C. Focarelli, «La privacy»
- G. Ziccardi, «Internet, controllo e libertà»
- G. Greenwald, «No place to hide»



# GRAZIE!



in/marilisadelvecchio



marilisa.del.vecchio@accenture.com