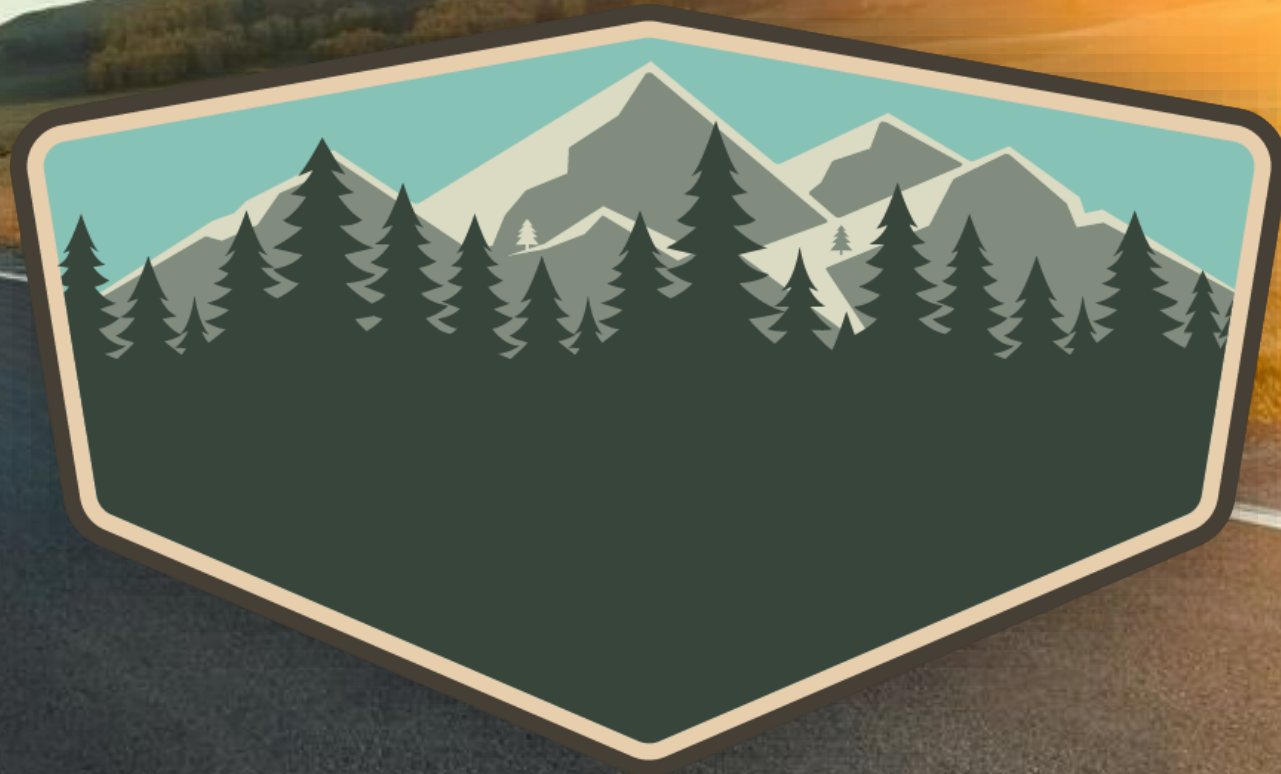




Monica Gobbato
25 Maggio 2023
Pisa



SOCIAL MEDIA

Di cosa vale la pena parlare



JAN
2023

OVERVIEW OF INTERNET USE

ESSENTIAL INDICATORS OF INTERNET ADOPTION AND USE

ARGOMENTO 1
GUERRA
DELL'ATTENZIONE



TOTAL
INTERNET
USERS



5.16
BILLION

INTERNET USERS AS
A PERCENTAGE OF
TOTAL POPULATION



64.4%
YOY: +1.1% (+70 BPS)

YEAR-ON-YEAR CHANGE
IN THE TOTAL NUMBER
OF INTERNET USERS



+1.9%
+98 MILLION

PERCENTAGE OF THE
TOTAL FEMALE POPULATION
THAT USES THE INTERNET



61.6%
YOY: +1.4% (+87 BPS)

PERCENTAGE OF THE
TOTAL MALE POPULATION
THAT USES THE INTERNET



67.2%
YOY: +0.8% (+53 BPS)

AVERAGE DAILY TIME
SPENT USING THE INTERNET
BY EACH INTERNET USER



6H 37M
YOY: -4.8% (-20M)

PERCENTAGE OF USERS
ACCESSING THE INTERNET
VIA MOBILE DEVICES



92.3%
YOY: +0.2% (+20 BPS)

PERCENTAGE OF USERS
ACCESSING THE INTERNET
VIA COMPUTERS AND TABLETS



65.6%
YOY: -7.9% (-560 BPS)

PERCENTAGE OF THE
TOTAL URBAN POPULATION
THAT USES THE INTERNET



78.3%

PERCENTAGE OF THE
TOTAL RURAL POPULATION
THAT USES THE INTERNET



45.8%

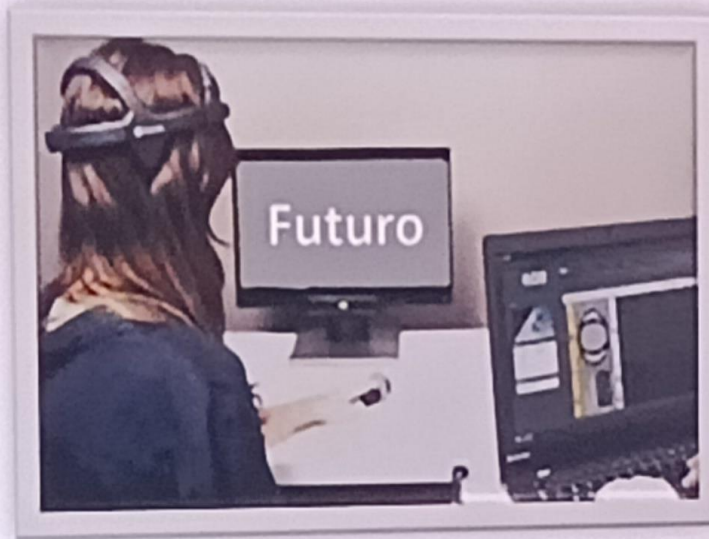
SOURCES: KEPIOS ANALYSIS; ITU; GSMA INTELLIGENCE; EUROSTAT; WORLD BANK; GOOGLE'S ADVERTISING RESOURCES; CIA WORLD FACTBOOK; CNNIC; APJIL; KANTAR & IAMA; LOCAL GOVERNMENT AUTHORITIES; UNITED NATIONS. TIME SPENT AND MOBILE SHARE DATA FROM GWI (Q3 2022). SEE [GWI.COM](https://www.gwi.com) FOR MORE DETAILS. **NOTES:** GENDER DATA ARE ONLY AVAILABLE FOR "FEMALE" AND "MALE". PERCENTAGE CHANGE FIGURES IN THE BOTTOM ROWS OF DATA SHOW RELATIVE YEAR-ON-YEAR CHANGE. "BPS" FIGURES REPRESENT BASIS POINTS, AND SHOW ABSOLUTE YEAR-ON-YEAR CHANGE. **COMPARABILITY:** SOURCE AND BASE CHANGES. ALL FIGURES USE THE LATEST AVAILABLE DATA, BUT SOME SOURCE DATA MAY NOT HAVE BEEN UPDATED IN THE PAST YEAR. SEE [NOTES ON DATA](#) FOR DETAILS.

GUERRA DELL'ATTENZIONE

- **La nostra soglia di attenzione è di 8 secondi, meno di un pesce rosso**
- L'abuso di tecnologia sta riducendo progressivamente la nostra capacità di concentrarci.

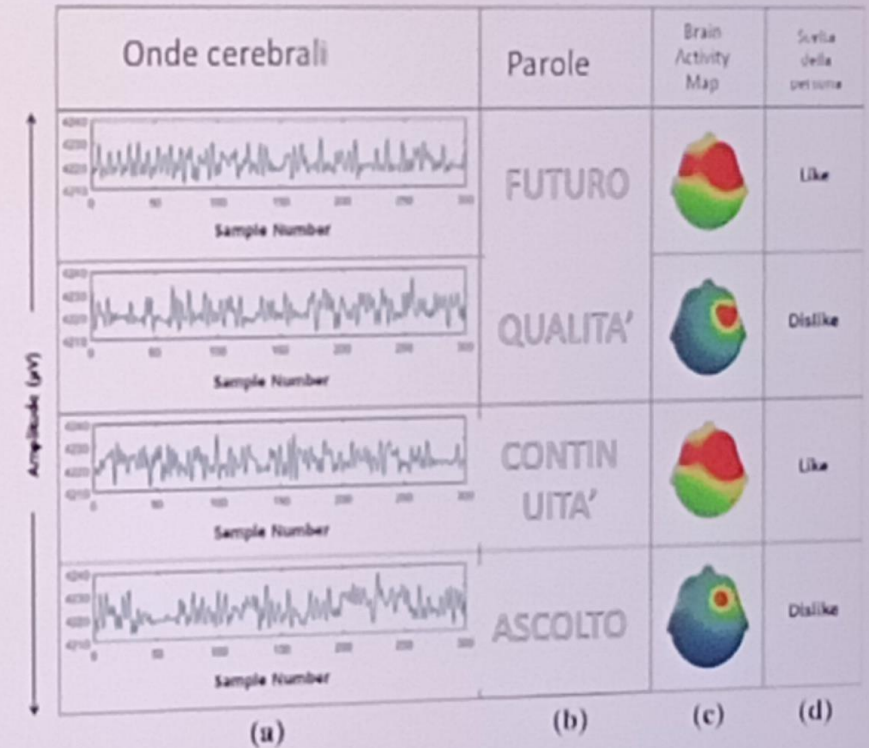


Neuroword: misurare l'efficacia cognitivo-emozionale delle parole

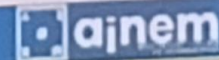


L'efficacia delle parole dipende da come il nostro cervello decodifica il significato nei primi 2 secondi.

L'EEG consente di misurare tale esperienza.



NeuroWords - Ainem



ARGOMENTO 1
GUERRA
DELL'ATTENZIONE

ARGOMENTO 2

SULLA PROFILAZIONE LE IDEE SONO POCHE E MOLTO CONFUSE

The screenshot shows a privacy policy notice from **la Repubblica**. The text explains that advertising revenue supports the newspaper's work and asks for consent to use cookies and similar technologies for purposes beyond what is strictly necessary, as specified in the [Cookie Policy](#). It states that users are free to refuse at any time but may be asked to subscribe if they do. At the bottom, there are two buttons: **ACCETTA** and **RIFIUTA E ABBONATI**.

Annotations on the screenshot include:

- Velocità** (Red box) pointing to the **ACCETTA** button.
- Prendere o lasciare** (Blue box) pointing to the **RIFIUTA E ABBONATI** button.
- Mancanza di trasparenza** (Orange box) pointing to the text "Sei già abbonato?" and the "RIFIUTA E ABBONATI" button.

SULLA PROFILAZIONE LE IDEE SONO POCHE E MOLTO CONFUSE

VIOLAZIONI CONTESTATE

A fine dicembre
scorso, il DPC ha
emesso la decisione
nei confronti di
META comminando

sanzioni

amministrative

pecuniarie per €

390 milioni

(210 milioni per Facebook e 180 milioni per Instagram)

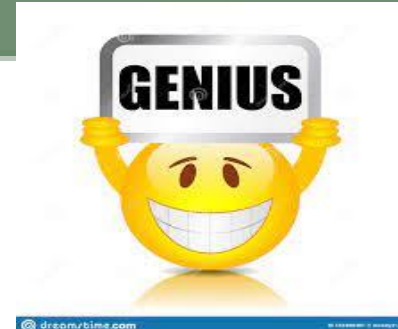
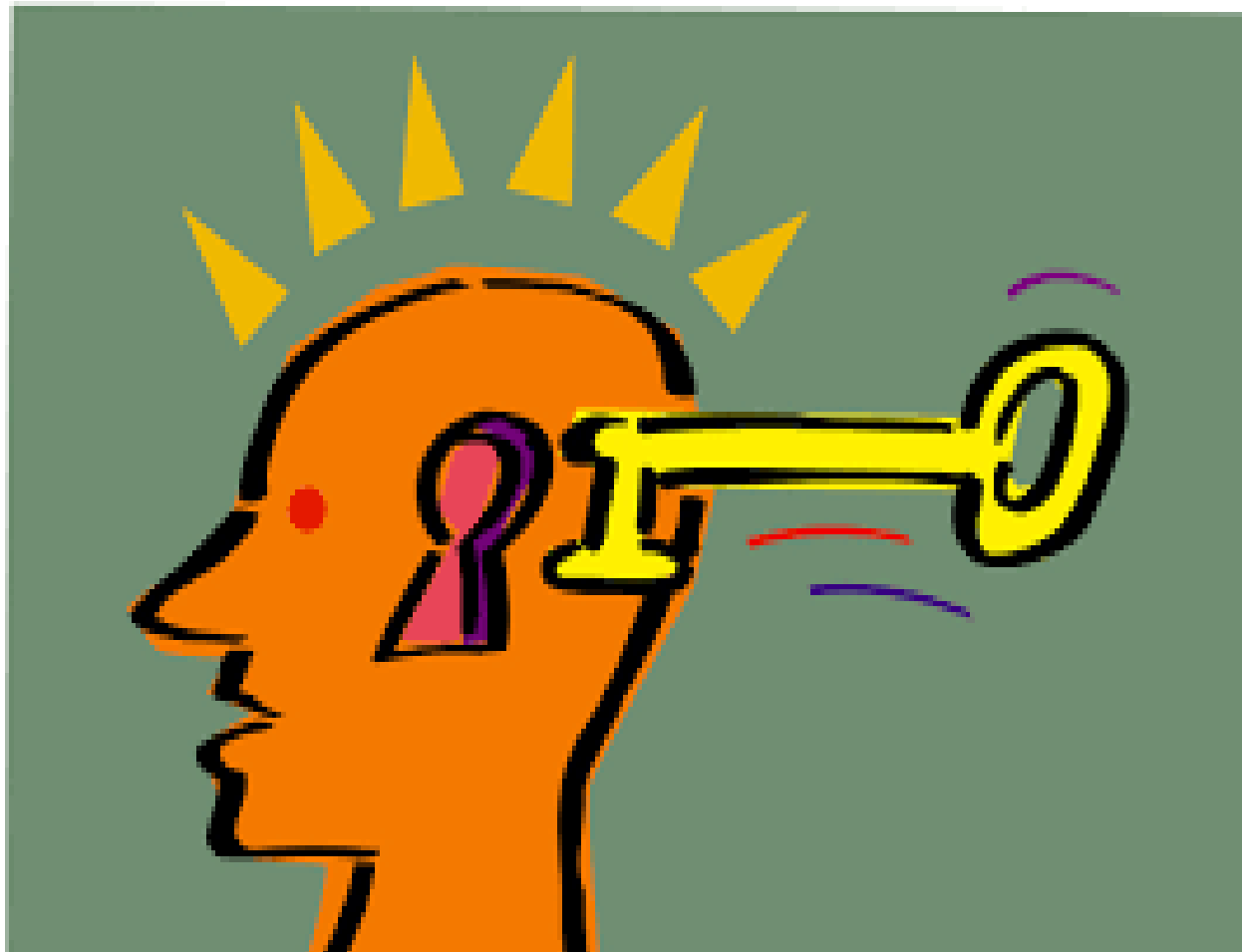


La decisione è fondata sull'impossibilità di utilizzare la **base giuridica** dell'esecuzione del **contratto** per fare **behavioral advertising**, **la personalizzazione degli annunci su Facebook e Instagram basata sui comportamenti degli utenti**, la quale potrà avvenire solo dopo espresso consenso dell'utente.

Meta **non può obbligare gli utenti** ad accettare il trattamento finalizzato alla pubblicità personalizzata a pena di escluderli dal servizio.

Agli utenti dovrà invece essere concesso l'opt-in, vale a dire la facoltà, by default, di non essere tracciati ai fini della pubblicità personalizzata, salvo espressa volontà di acconsentire al trattamento. Meta deve ora adeguare le proprie condizioni contrattuali, **ha 3 mesi di tempo**

Di recente Meta ha pensato alla base giuridica del legittimo interesse!



22 Maggio 2023 Meta, multa record di 1,2 miliardi di euro dall'Autorità per la privacy irlandese

L'Autorità garante della **privacy** irlandese ha deciso di infliggere una **multa record da 1,2 miliardi di euro a Meta** per violazione delle legge europea sulla protezione dei dati tramite il social **Facebook**. Lo ha reso noto il Garante europeo per la privacy. Si tratta della più alta sanzione imposta da un regolatore della protezione dei dati in Europa, risultato di un'indagine avviata nel 2020.

Il commento della presidente dello European Data Protection Board, Andrea Jelinek, che ha sottolineato: «La violazione compiuta da Meta è molto grave dato che riguarda trasferimenti di dati personali sistematici, continuati e ripetitivi». Facebook, ha aggiunto, «ha milioni di utenti in Europa e quindi il trasferimento di dati è stato enorme». Una cifra tanto alta è stata scelta per mandare un segnale chiaro all'azienda californiana: «Gravi violazioni comportano conseguente di grande portata».





QUELLI CHE HANNO CAPITO TUTTO



Bozze (58) X | G monica go X | ARTICLE2 X | VALUTAZI X | PAY WALL X | il manifest X | Gli strani X | R Cookie Po X | Il payroll X

ilmanifesto.it/paywall-leggero-membership

Home - Garante Pri... | Il mio Drive - Google... | Monica Gobbato | Posta in arrivo (1,12... | Welcome to SolVe | European Data Prot... | SCHEMA per l'analisi... | monica gobbato - ... | Chiudi

Archivio storico | Newsletter | Il collettivo digitale | La membership | Abbonati | Amore 2023

A MENO DI 2 € AL MESE

Leggi gratis fino a 10 articoli a settimana

Con la membership leggi il triplo di prima, aggirando il paywall. Con la sola registrazione al sito, infatti, si possono leggere fino a 3 articoli gratuiti a settimana. Chi ha attivato la membership espande questo limite a 10.

[Attiva la membership](#)



ilmanifesto.html

17°C Nuvoloso | Cerca | 19:49 19/05/2023

CORRIERE DELLA SERA / CRONACHE

Coronavirus, Borrelli «A casa anche il 1 maggio. Possibile “fase 2” dal 16». Gli scienziati: «Decide la politica»

Il capo della Protezione civile: «A casa ancora per molte settimane. Gli ospedali oggi sono meno in affanno, ma continuiamo a rispettare le regole»



Le [Newsletter](#) del Corriere, ogni giorno un nuovo appuntamento con l'informazione

Abbonati ci aiutano a garantire l'ante informazione sul Coronavirus.

leggi Corriere.it senza limiti, con questa offerta:

1€ al mese

ABBONATI ORA

Oppure

SEI GIÀ ABBONATO
fai il login per continuare

Puoi sottoscrivere l'abbonamento pagando con Google

[Abbonati con Google](#)

- Linee Guida in materia di Profilazione ai fini del Regolamento 2016/679 (wp251rev.01)
- IL regolamento afferma che la profilazione è il trattamento automatizzato di dati personali per valutare determinati aspetti personali, in particolare per analizzare o prevedere aspetti riguardanti persone fisiche.
- L'uso del **verbo “valutare”** suggerisce che la profilazione implichi una qualche forma di valutazione o giudizio in merito a una persona.

Valutazione
nella
profilazione



Linee Guida in materia di Profilazione ai fini del Regolamento 2016/679 (wp251rev.01)

- La trasparenza del trattamento è una prescrizione fondamentale sancita dal regolamento.
- Spesso il processo di profilazione è invisibile all'interessato. Funziona creando **dati derivati o desunti**
- **in merito a persone fisiche, ossia dati personali “nuovi”** che non sono stati forniti direttamente dagli
- interessati.



Trasparenza
Della
profilazione

TARGETING E PROFILAZIONE (TITOLARE)

MECCANISMI DI TARGETING

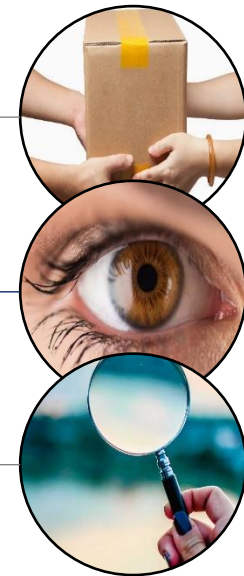


Gli utenti dei social media possono essere presi di mira sulla base di dati forniti, osservati o dedotti, nonché a combinazione di questi:

a) Targeting di persone sulla base dei **dati forniti**

b) Targeting sulla base dei **dati osservati**

c) Targeting sulla base di **dati dedotti**



TARGETING E PROFILAZIONE (TITOLARE)

SOGGETTI

Gi attori nel processo di targeting
sono classificabili in **4 gruppi**



1. **Social media providers**
- Fornitori del servizio



2. **Utenti**
- Utilizzatori del servizio



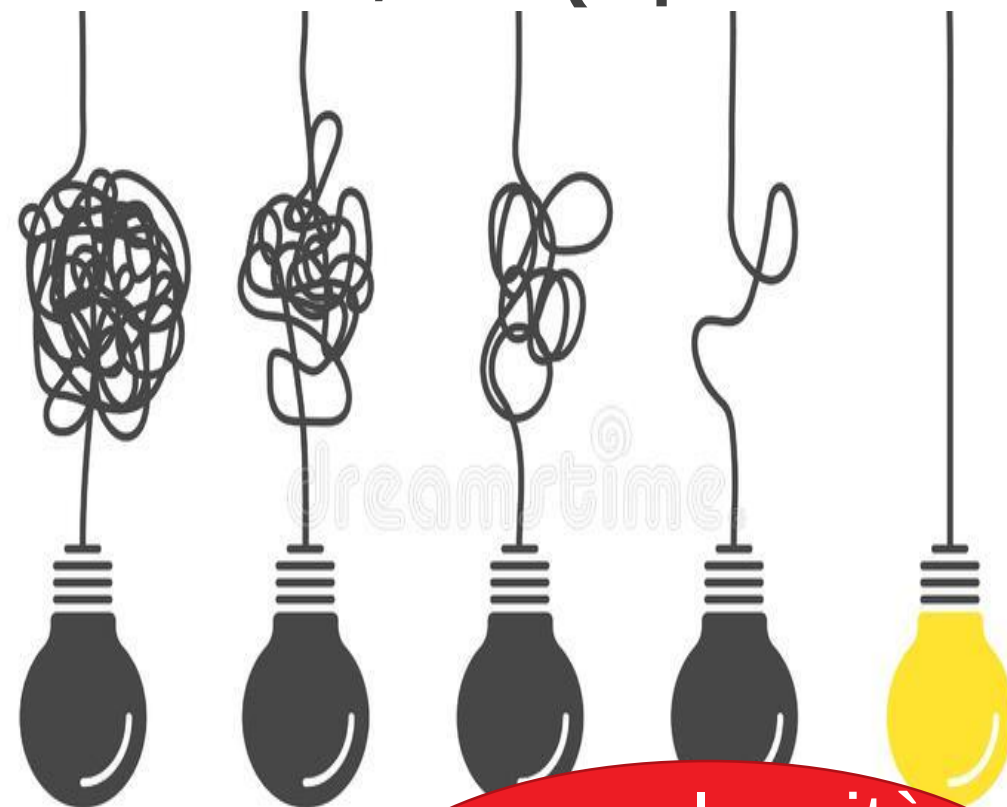
3. **Targeters**
- Destinatari del servizio



4. **Altri attori**
coinvolti nel processo di targeting

Linee Guida in materia di Profilazione ai fini del Regolamento 2016/679 (wp251rev.01)

- Le persone fisiche hanno gradi diversi di comprensione e per alcune potrebbe essere
- difficile comprendere le **complesse tecniche coinvolte nella profilazione** e nei processi decisionali
- automatizzati.



complessità
Della
profilazione

ARGOMENTO 2

TARGETING E PROFILAZIONE

Linee Guida in materia di Profilazione ai fini del Regolamento 2016/679 (wp251rev.01)

esattezza
Della
profilazione

- Il titolare del trattamento dovrebbe esaminare l'esattezza in tutte le fasi del processo di profilazione, in particolare quando:
 - • raccoglie i dati;
 - • analizza i dati;
 - • crea un profilo per una persona o applica un profilo per prendere una decisione su una persona.



ARGOMENTO 2

TARGETING E PROFILAZIONE

Linee Guida in materia di Profilazione ai fini del Regolamento 2016/679 (wp251rev.01)

- IL titolare del trattamento che intende fare **affidamento sul consenso come base per la profilazione** dovrà dimostrare che gli interessati **comprendono esattamente a cosa stanno acconsentendo** e dovrà ricordare che il consenso non è sempre una base appropriata per il trattamento.
- In tutti i casi, gli interessati dovrebbero disporre di **sufficienti informazioni pertinenti sull'uso previsto** e sulle conseguenze del trattamento in **maniera da assicurare che il consenso fornito sia frutto di una scelta informata**



CONSENSO
ALLA
profilazione

Il contenuto del banner

1

l'**avvertenza** che la chiusura del banner comporta il permanere delle **impostazioni di default** (e dunque la continuazione della navigazione in assenza di cookie o altri strumenti di tracciamento diversi da quelli tecnici)

2

un'**informativa minima** relativa al fatto che il sito utilizza cookie o altri strumenti tecnici, cookie di profilazione o altri strumenti di tracciamento al fine di inviare messaggi pubblicitari ovvero di modulare la fornitura del servizio in modo personalizzato

3

3. il link alla privacy policy (un'**informativa estesa**), ove vengano fornite in maniera chiara e completa almeno tutte le indicazioni di cui agli artt. 12 e 13 GDPR

4

un **comando** attraverso il quale sia possibile esprimere il proprio **consenso accettando il posizionamento** di tutti i **cookie** o l'impiego di eventuali altri strumenti di tracciamento

5

il **link** ad una ulteriore area dedicata nella quale sia possibile **selezionare**, in modo analitico, soltanto le **funzionalità**, i soggetti cd. **terze parti** ed i **cookie** (anche raggruppati per categorie omogenee) al cui utilizzo l'utente scelga di acconsentire.

ARGOMENTO 3

LINEE GUIDA 3/2022 EDPB

- I dark pattern sono quegli strumenti che spingono gli utenti ad un **comportamento potenzialmente dannoso** in merito al trattamento dei propri dati personali:
- li influenzano a conferire più dati del necessario, o
- ad accettare condizioni inique, attraverso stratagemmi **nel contenuto o nell'interfaccia web**

DARK PATTERNS



GLI STRATAGEMMI

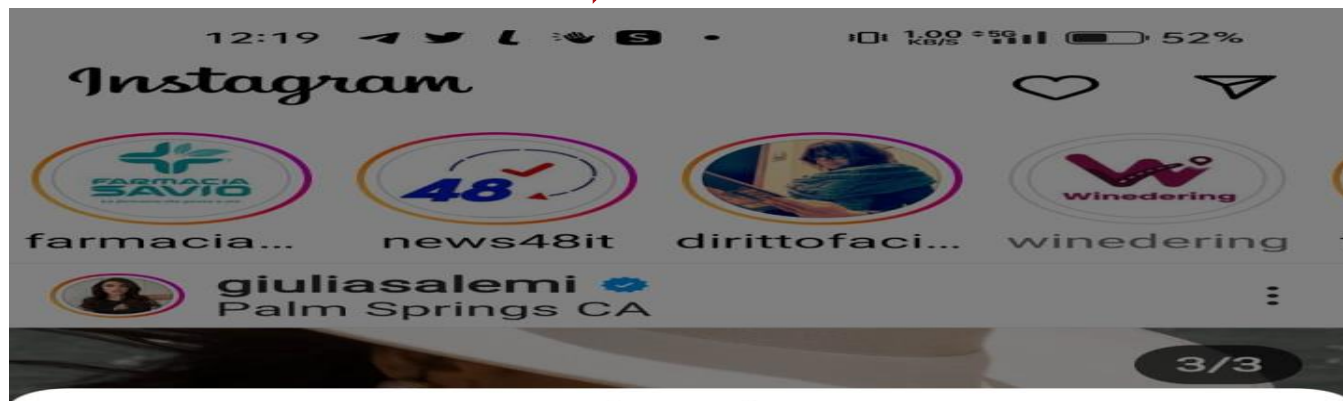
- Gli stratagemmi nel contenuto riguardano la formulazione delle frasi e il contesto delle componenti informative
- mentre **gli stratagemmi sull'interfaccia** sono correlati alle modalità di visualizzazione del contenuto, alla navigazione o all'interazione con il pattern.



ARGOMENTO 4



LE BUONE IDEE SULLE QUALI LAVORARE



Perché vedi questo post

I post vengono mostrati nel feed in base a vari aspetti, come la tua attività su Instagram. Scopri di più



Segui giuliasalemi



Segui giuliasalemi da 2 anni



I post di giuliasalemi ti piacciono più di quelli di altri account che segui



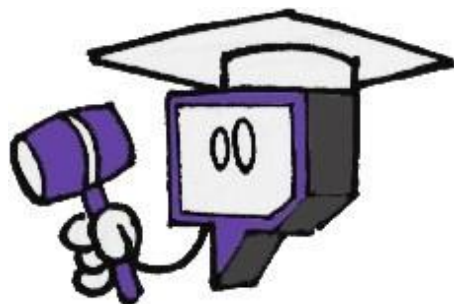
Questo post ha ottenuto più "Mi piace" di altri nel tuo feed



SU COSA SI FONDA IL TRATTAMENTO DI TWITCH?

OBBLIGO DI LEGGE

TWITCH IN ALCUNI CASI, HA L'OBBLIGO LEGALE DI RACCOGLIERE ED ELABORARE I DATI PERSONALI



LEGITTIMO INTERESSE

IN ALTRI CASI TWITCH PUÒ AVERE UN LEGITTIMO INTERESSE, COME NEL CASO IN CUI L'UTENTE È PALESEMENTE CONSENZIENTE AL TRATTAMENTO DEI DATI DA PARTE DELLA STESSA (SOFT SPAM O CONSOLIDAMENTO DI UNA TIPOLOGIA DI PROFILAZIONE)

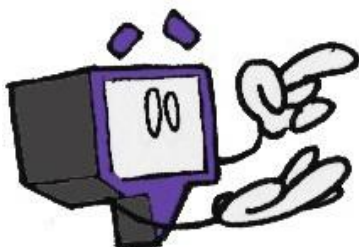
CONTRATTO

IN ALTRI CASI TWITCH TRATTA I DATI FORNITI PER FORNIRE I PROPRI SERVIZI E QUINDI PER ONORARE GLI IMPEGNI CONTRATTUALI, PER L'ESECUZIONE DI MISURE PRECONTRATTUALI



CONSENSO

NEI CASI DI TRATTAMENTI NON ESSENZIALI E FACOLTATIVI (COME MARKETING GENERICO O PROFILAZIONE). TWITCH CHIEDE SPECIFICO CONSENSO



CORSO AVANZATO PER DPO 3 ED.

Il corso per dpo è suddiviso in 90 ore di webinar (composte da 10 sessioni – 4 ore e mezza a giornata, pausa compresa) e finale in presenza di 30 ore (il finale sarà un viaggio evento con esercitazioni, simulazione e verifiche).

- ✓ Dsa, Dma e Reg. Ai
- ✓ Evoluzione Profilazione
- ✓ Approfondimenti documenti Edpb

Info oggi su Telegram
Privacyacademyfan

PIÙ INFO

www.privacyacademy.it
gobbato@privacyacademy.it

 PRIVACY
ACADEMY



120 ORE DA
OTTOBRE
A MARZO





**Monica
Gobbato**



GRAZIE!

www.privacyacademy.it