

D A T A
D E T O X
K I T



Una guida per gli elettori

7 consigli per disintossicarsi dai dati



COME SONO USATI I MIEI DATI NELLE CAMPAGNE ELETTORALI PER PERSUADERMI?

Probabilmente vedete pubblicità politica ovunque: dai siti web che visitate, ai social media, ai volantini sulla porta di casa. Sembra che tutti parlino delle questioni più importanti per voi! E non è un caso.

Più coloro che organizzano le campagne politiche sanno di voi, meglio possono influenzarvi, sia che si tratti di reclutarvi come volontari, di incoraggiarvi a fare donazioni, di influenzare il vostro voto o di portarvi al seggio elettorale il giorno delle elezioni.

Fortunatamente per loro, le informazioni su chi siete e su come indirizzare le vostre scelte sono facili da trovare. La pubblicità politica si basa infatti sempre sempre più sulle tracce che lasciate quotidianamente, sia online sia offline. Le campagne politiche raccolgono questi dati su di voi da molte fonti diverse e li utilizzano per creare un vostro profilo. Questo profilo li aiuta a capire quali sono i candidati o i temi più interessanti per voi, in modo da raggiungervi con messaggi su misura per voi.

Sulla base del vostro profilo, un esperto di comunicazione elettorale può inviarvi messaggi personalizzati, con:

un volantino spedito a casa

un filtro esclusivo di Snapchat

un invito a scaricare una App legata alla politica

una pubblicità su YouTube o la tua Smart TV

una email, un SMS o una telefonata

una versione del sito del candidato

Potresti pensare: "Non è meglio per me una pubblicità più specifica e pertinente?". Tieni presente che i metodi di campagna digitale di oggi potrebbero utilizzare informazioni sulle tue abitudini e sui tuoi interessi che preferiresti mantenere private. Potrebbero essere inclusi dettagli che non sembrano nemmeno politici, come i siti web che visiti o ciò che acquisti nei negozi.

Hai il diritto di sapere come vengono utilizzate le tue informazioni, soprattutto se vengono usate per persuaderti o influenzarti prima delle elezioni. Tactical Tech ha studiato alcune delle più diffuse tecniche di campagna elettorale basate sui dati per raggiungere, profilare e persuadere gli elettori nelle elezioni di tutto il mondo.

Questa Guida per l'elettore Data Detox descrive alcuni dei metodi più diffusi che i candidati utilizzano per ottenere il tuo sostegno, in modo che tu possa esprimere il tuo voto conoscendo e riconoscendo come e quando queste tecniche di persuasione vengono utilizzate su di te.

1.

DOVE VENGO NO PRESE LE INFORMAZIONI SU DI ME?

I politici, i partiti e chi organizza le campagne elettorali sono interessati a conoscere le tue abitudini di vita, cosa compri, cosa fai online e tanto altro. Come fanno ad avere queste informazioni?

In tanti modi: potrebbero essere comprate da mercanti dei dati, da grandi compagnie del digitale, tramite liste di elettori, ecc.

Grandi aziende tecnologiche: aziende come Google e Facebook sono le porte d'accesso ai vostri dati per i partiti politici, perché dominano il settore della pubblicità digitale in quanto dispongono di una grande quantità di dati sui loro miliardi di utenti. Questa ricchezza di dati significa che i clienti che vogliono fare pubblicità su Google o Facebook - compresi i politici e i partiti politici - possono acquistare annunci mirati al loro pubblico preferito. I partiti politici e i candidati spendono gran parte dei loro budget in questi annunci "microtargettizzati".

Venditori di dati e consulenti politici: le campagne elettorali possono anche basarsi su dati acquistati da grandi aziende che spesso possiedono dati incredibilmente approfonditi su milioni di persone in tutto il mondo. I politici possono utilizzare questi dati dettagliati per saperne di più sui loro sostenitori o potenziali elettori. Oltre ai broker di dati, anche i consulenti politici offrono alle campagne i loro set di dati personalizzati sugli elettori.

Altre fonti: chi organizza le campagne elettorali può anche avere informazioni sugli elettori attraverso numerose altre fonti, fra cui:

- elenchi ufficiali degli elettori
- registri di iscritti ai partiti o loro sostenitori
- sondaggi e indagini di mercato
- i dati governativi sull'affluenza alle urne e sulle precedenti elezioni nella vostra zona.

Anche elementi come dove fate la spesa, cosa comprate, cosa pubblicate online, il vostro punteggio di credito e la vostra istruzione forniscono ai partiti politici maggiori informazioni, che possono essere utilizzate per raggiungervi nel modo più convincente.

SUGGERIMENTO N. 1: Cambiate le vostre abitudini

Se il vostro comportamento di consumatori è così prezioso per le campagne politiche, perché non cambiare abitudini? Per esempio, perché usate sempre la carta fedeltà? Ogni tanto evitate, pagate in contanti, non iscrivetevi a newsletter che non sono davvero indispensabili. Ricordate che ogni volta che lo fate fornite i vostri dati di contatto.

Se volete approfondire come i dati dei consumatori vengono utilizzati per alimentare le campagne, visitate il sito:

<https://ourdataourselves.tacticaltech.org/posts/consumer-data>



→ 2.

COSA RACCONTA DI ME IL MIO ACCOUNT SUI SOCIAL MEDIA?

Avete fatto un post o un tweet su una manifestazione sul cambiamento climatico? Usate punti esclamativi nei vostri post per esprimere i vostri stati d'animo? Possono sembrare dettagli inoffensivi, ma comportamenti come questi possono rivelare molto su di voi ai partiti politici che vogliono contattarvi. Analizzando i vostri post sui social media, ci sono aziende in grado di capire cosa vi spinge a cliccare: se vi piacciono i messaggi arrabbiati o tristi, i colori blu o arancioni, o come vi sentite rispetto ad un argomento.

Questo metodo di capire a cosa i cittadini sono interessati in base a ciò che si dice sui social media (e a come lo si dice) si chiama **ascolto digitale**. L'ascolto dei social media può aiutare i candidati a sapere cosa il pubblico pensa di loro e ad identificare le questioni che stanno di più a cuore agli elettori e può persino individuare gli influencer politici, scoprendo chi contribuisce a creare una narrazione politica.

Dopo aver analizzato ciò che le persone dicono su Facebook o altri social, su qualsiasi cosa, dalla Brexit alla legislazione sulle droghe, una campagna potrebbe, ad esempio, creare tre messaggi: uno per coloro che sono stanchi di parlarne, e uno per coloro che hanno una forte opinione in un senso o nell'altro.

Un altro modo in cui le campagne possono raccogliere dati sul coinvolgimento online è testare diverse varianti di un annuncio o di un'e-mail. Si tratta del cosiddetto **A/B testing**. I responsabili delle campagne possono quindi analizzare quali contenuti, colori e titoli inducono l'utente a donare, mettere "mi piace" o condividere di più sui social media.

Le aziende o le organizzazioni non sono sempre chiare sul fatto che monitorino il comportamento sui social media, il che rende difficile sapere se si viene "*ascoltati*". Tuttavia, dovrete presumere che, parlando in uno spazio pubblico online come Twitter, o se avete un account pubblico su Facebook o contribuite a gruppi pubblici su Facebook, i vostri post, i vostri clic e le vostre risposte possono essere utilizzati per capire di quali questioni politiche volete parlare o cosa pensate di un argomento.

SUGGERIMENTO #2: personalizzare le preferenze dei social media

Sui social media è possibile adottare alcune misure per cercare di ridurre l'utilizzo dei vostri dati per personalizzare le pubblicità politiche.

Controllate le opzioni e le impostazioni del vostro profilo per trovare il modo di modificare le preferenze di pubblicità e marketing e/o cancellare la cronologia delle vostre attività, per renderle meno legate alle vostre attività online.

Per saperne di più, leggete il sito:

<https://datadetoxkit.org/en/privacy/profile>



3.

HO DATO IL CONSENSO PER CONDIVIDERE I MIEI DATI?

I partiti politici devono chiedere il tuo permesso prima di raccogliere i tuoi dati personali. Ma quando si clicca su "Accetto" su un sito web, un'app o una newsletter, potrebbe non essere chiaro quali dati personali si sta accettando di fornire. Le scritte in piccolo nelle informative sulla privacy o le clausole di esclusione della responsabilità non chiare o nascoste alla vista possono rendere difficile sapere esattamente quali dati vengono raccolti e come vengono utilizzati.

Potresti aver visto la stessa pubblicità seguirti ovunque andiate su Internet. Non è una coincidenza! Le aziende utilizzano vari strumenti tecnici, fra cui cookie e pixel, per tracciare gli utenti mentre navigano su Internet o accedono ai servizi su un telefono cellulare. Questi strumenti permettono anche agli inserzionisti di seguirvi con un annuncio mirato.

Un partito politico può seguire i clic dell'utente dopo aver visto una pubblicità su Facebook che rimanda al suo sito web. Ad esempio può vedere quali parti del suo sito web vengono visitate, su quali argomenti specifici, sulle donazioni, sulla partecipazione. Utilizzando queste informazioni, possono quindi inviare un annuncio pubblicitario mirato, e lo stesso annuncio apparirà su altri siti web, anche non collegati al partito.

Sebbene le organizzazioni che gestiscono i siti web debbano richiedere il consenso dell'utente, è molto probabile che si clicchi su "accetta tutti i cookie" perché spesso è l'unico modo per accedere rapidamente alle informazioni del sito. Così facendo, potreste perdere il controllo sull'utilizzo dei vostri dati personali.

SUGGERIMENTO #3: Bloccare i browser mobile e desktop

Per superare alcuni di questi strumenti di tracciamento:

Usa ogni volta che sia possibile la modalità di navigazione privata/incognito

Installa le estensioni del browser come

Privacy Badger: <https://www.eff.org/privacybadger>

uBlock Origin: <https://github.com/gorhill/uBlock>

per tenere sotto controllo i trackers. Nota che comunque potresti vedere pubblicità mirate nelle App che usi nel telefono

Attiva "a funzione "Do Not Track" nelle impostazioni del browser. Anche se i siti non sono tenuti a rispettare la richiesta, è comunque un segnale sulla tua volontà di non essere tracciato/a

Usa le risorse indicate nel Data Detox Kit online per trovare altri strumenti contro il tracciamento pubblicitario



COME SONO CREATE LE PUBBLICITA' ELETTORALI MIRATE PER PER ME?

I social media hanno accesso a tutti i tipi di dati potenzialmente utili sugli elettori e questo li rende luoghi ideali per le campagne politiche per fare pubblicità. Le campagne politiche possono utilizzare Facebook (che possiede Instagram), Google (che possiede YouTube e Google Search) e Snapchat per indirizzare gli elettori con annunci specifici basati su categorie come l'età, la posizione e il sesso. Ma possono anche utilizzare informazioni molto specifiche, come il tipo di contenuti che guardate sulle loro piattaforme, compresi i "Mi piace" o i commenti che fate. *

Inoltre, le piattaforme di social media offrono servizi specifici per le campagne politiche. Forse non sai che Facebook permette di caricare liste di elettori, in modo da poter inviare pubblicità personalizzate solo alle persone presenti in quelle liste. Inoltre, Facebook consente agli inserzionisti politici di rivolgersi a persone con profili simili a quelli degli elettori presenti nelle loro liste.

Facebook ha anche aiutato le campagne politiche a ottimizzare e indirizzare le pubblicità in base ai tratti psicologici degli utenti. Il caso Cambridge Analytica ha mostrato come una società di dati abbia utilizzato grandi quantità di dati per classificare gli elettori in profili basati su quanto si pensava fossero "aperti, coscienti, estroversi, gradevoli o nevrotici". Sebbene quello di Cambridge Analytica sia il caso più noto, le stesse tecniche sono utilizzate da molte altre aziende per tracciare il profilo di un consumatore o di un elettore.

SUGGERIMENTO #4: mantieniti informata/o

Per avere maggiori informazioni sul panorama degli annunci politici è possibile consultare i siti:

Facebook Ad Library:
<http://www.facebook.com/ads/library/>

Google Transparency Report:
<https://adstransparency.google.com/political>

Snap Political Ads Library:
<https://www.snap.com/it-IT/political-ads>

È possibile utilizzare queste risorse per vedere quanto denaro le campagne hanno speso per quali annunci, in quali località, oltre ad alcune informazioni demografiche di base.

È inoltre possibile esplorare il progetto **Ad.Watch**: <https://ad.watch>, che offre una visione diversa della libreria di annunci di Facebook, o considerare l'installazione dell'estensione **Who Targets Me**: <https://whotargets.me/en> per contribuire ad un progetto di analisi degli annunci politici su Facebook.

*Nota: molte compagnie, compresa Meta/Facebook, Twitter e Google, modificano spesso (o annunciano modifiche) le proprie politiche legate alle campagne di comunicazione politica sulle proprie piattaforme.



COME FANNO A SAPERE (LETTERALMENTE) DOVE MI TROVO?

Il luogo in cui vivete dice molto di voi. Il solo fatto di sapere in quale città e in quale quartiere vivete può suggerire quali sono le questioni che vi stanno più a cuore. Lo stesso vale per le informazioni sui luoghi che frequentate.

La vostra presenza in un particolare pub il venerdì sera o in un luogo di culto, ad esempio, può trasmettere informazioni sul vostro atteggiamento nei confronti di determinati temi, informazioni preziose per le campagne politiche. Sapendo quali sono le vostre opinioni, possono scegliere di raggiungervi con messaggi specifici o ignorarvi del tutto.

I dati sulla posizione non dicono solo dove siete su una mappa. Tracciano anche un quadro di ciò che vi piace fare e ciò che vi interessa. Dati sulla posizione sono sempre utilizzati praticamente in tutte le campagne elettorali del mondo.

Quasi tutte le campagne utilizzano piattaforme di big tech per geotargettizzare gli annunci pubblicitari (in base a dove ci si trova e dove si va), che si tratti di una particolare città, quartiere, distretto o persino di una singola famiglia.

La geotargettizzazione può assumere varie forme, ma tre sono quelle principali:

- Creazione di una "barriera virtuale" intorno a un punto specifico del mondo reale (come un edificio o un evento specifico) che attiva messaggi politici quando gli individui lo attraversano.
- Identificare una posizione approssimativa degli elettori in base all'indirizzo IP da cui si collegano
- Uso di informazioni demografiche per inviare messaggi personalizzati agli elettori.

Non sono solo le aziende specializzate in servizi per le campagne politiche a fare questo tipo di targeting basato sulla localizzazione. È noto che altre aziende che raccolgono o hanno accesso a informazioni sulla posizione forniscono tali dati ai partiti politici. Ad esempio, l'app di The Weather Channel ha fornito informazioni sulla posizione per annunci politici, mentre Snapchat è una piattaforma popolare per raggiungere gli elettori con annunci basati sulla posizione.

SUGGERIMENTO #5: Limita chi vede dove ti trovi

Pensi di partecipare a un comizio o a una manifestazione politica o semplicemente di recarti al seggio elettorale? Prendi alcune misure contro il targeting basato sulla localizzazione, tenendo sotto controllo i tuoi dati di localizzazione.

Cancella le tracce della tua posizione dai tuoi apparecchi:
<https://datadetoxkit.org/en/privacy/essentials#step-2>



→ 6.

FAI SENTIRE LA TUA VOCE



Se vuoi fare di più per avere il controllo su come i tuoi dati personali vengono utilizzati nelle elezioni, puoi contribuire.

SUGGERIMENTO #6: fatti sentire

Contatta o scrivi ai rappresentanti e ai partiti politici della tua zona e chiedi loro come utilizzano i dati nella loro campagna politica.

Se sei preoccupata/o per una pratica particolare, come ad esempio la profilazione basata sulla posizione, scrivi o chiama le autorità di regolamentazione elettorale per far loro sapere come la pensi.

7. ←

PRENDI POSIZIONE

Le modalità complesse e poco chiare di utilizzo di queste tecnologie per le campagne elettorali possono farti sentire sempre più scoraggiata/o e disimpegnata/o da uno dei processi più importanti in una democrazia: l'atto del voto. Quando comprendi come i tuoi dati vengono utilizzati per persuaderti durante le elezioni, puoi fare scelte politiche più informate. Se vuoi che altri facciano lo stesso, aiutaci a diffondere queste informazioni.

SUGGERIMENTO #7: coinvolgi la tua comunità

Parla con i tuoi amici e familiari di come le tue (e le loro) informazioni vengono utilizzate durante le campagne elettorali e di come potrebbe cambiare il modo in cui vengono raggiunti dalle informazioni. Più persone sono informate, più è probabile che venga affrontato l'argomento. Ti invitiamo a condividere questa guida!