



Medium uses browser cookies to give you the best possible experience. ×
 By using Medium, you agree to our [Privacy Policy](#).

neanche mare

Mar 20 · 4 min read

Dati personali e altre cazzate che vi hanno rubato

"La democrazia è quella cosa per cui se un imbecille dice una cazzata e tu gli dici che è una cazzata, quella cazzata diventa, come per magia, un'opinione".



Ok, a questo punto avrete senz'altro appreso del crollo in borsa di Facebook, dovuto allo scandalo legato all'inchiesta sull'utilizzo illegale dei dati da parte di Cambridge Analytica.

La questione è molto più semplice di quanto appaia nei colonnini morbosi dei quotidiani online: questa società inglese non ha

esattamente rubato i dati personali degli utenti. Questa società ha

1. creato una specie di sondaggetto su Facebook, di quelli che facciamo continuamente con grande gioia, tipo "Scopri che alimento senza glutine saresti se fossi un ex parlamentare repubblicano"

2. vi ha chiesto se poteva prendere alcuni dati del vostro profilo

3. voi gli avete detto di sì perché voi non avete niente da nascondere, perdìo

4. vi ha chiesto anche se poteva avere la lista dei vostri amici

5. voi gli avete detto di sì (e all'epoca per Facebook non era illegale farlo)

6. sulla base di analisi psicometriche ha dedotto, ad esempio, che l'utente Guiseppe, dato che gli piacciono i tarallucci e le Dolomiti, allora vota a destra e ha paura che i clandestini gli rubino il lavoro. L'utente Mariabudella invece vota la Bonino perché le piacciono le poesie di Neruda e i labrador.

7. su questa base, la società ha creato un grosso grasso foglio excel in cui ha messo tutte le tendenze politiche delle persone ("lui voterà

Ingroia”), le paure (“lui teme l’invasione degli Unni”), i gusti (“a lui piacciono molto i grassi saturi”) e le opinioni (“per lui la terra è trapezoidale”), poi ha spedito il foglione a Trump, facendosi dare in cambio un po’ di soldi

8. Trump ha preso questo foglione Excel e sulla base dei dati in esso contenuto ha mostrato delle pubblicità su Facebook e su altri siti in giro per il web, spiegando

—a Guiseppe che—se Trump avesse vinto le elezioni—Trump avrebbe ucciso i clandestini con la fibbia della cinta e avrebbe regalato tarallucci al casello di Civitanova Ovest,

—a Mariabudella che - se Trump avesse vinto le elezioni—Trump avrebbe invece liberalizzato l’uso personale della Bonino e regalato labrador ai poeti poveri

9. la signora Mariabudella e il giovane Guiseppe, guardando con attenzione queste pubblicità, in virtù di un complicato calcolo di costi/benefici, hanno deciso quindi di votare Trump,

10. Trump ha vinto le elezioni.

10bis. Bellammerda.

Ora, posto che la società Cambridge Analytica è stata cattiva perché non vi ha spiegato bene come avrebbe usato i nomi dei vostri amici e i vostri like a Tiziano Ferro, che Trump è stato cattivo perché d’altra parte lo è di natura, il problema non vi sembra che sia un altro? Cambridge Analytica ha fatto—molto velocemente, grazie a un bel programmino che ha sviluppato—un’operazione volgarmente meccanica: ha preso la lista degli utenti Facebook e ha preso nota delle informazioni utili che c’erano dentro: like, commenti, amici, contenuti, poi ne ha dedotto gli argomenti su cui puntare per orientare il voto degli utenti stessi (Es: se devo far cambiare il voto di Mariabudella, posso dirle che Trump ama come lei i labrador, mentre la Clinton e la Bonino li detestano e li stuprano di nascosto). Giusto per capire: se avessi un po’ di decenni a disposizione e un foglio Excel molto grande, potrei farlo anch’io, A MANO.

Quindi no, il problema, evidentemente, non è questa razzia di dati personali. Il problema, mannaggia alle peonie putrefanti, è che questi cazzo di americani hanno deciso per chi votare sulla base delle pubblicità—pubblicità personalizzatissime, per carità—, ma pur sempre pubblicità viste su Facebook. Il problema è che le persone han preso a decidere il proprio voto con lo stesso processo mentale che fino a qualche anno fa serviva per scegliere il succo di frutta al mirtillo e i detersivi al bergamotto. Il problema—signori della corte—è che la gente vota a cazzo di cane, sulla base di paure, promesse, convenienze personali, notizie finte, teorie sbagliate, idee sceme di ogni forma e

colore. Certo, è la fine delle ideologie, signora mia, lo sapevamo, è l'epoca delle opinioni personali, della valutazione soggettiva e della politica liquida (saranno finiti i politici ricchi di fibre?). L'epoca dei cittadini e non dei partiti, perché chi più di un cittadino del Wisconsin può decidere della politica estera di una superpotenza nucleare? Lo sapevamo, e ci è anche stato bene, perché così abbiamo mandato al confino i partiti, i politici e il carrozzone incomprensibile della rappresentatività. Lo sapevamo, ma proprio per questo adesso dovremmo evitare di cercare il colpevole in chi *ruba* i vostri dati personali. I vostri dati personali, detto per inciso e fuori dall'enfatica rappresentazione che in genere ne fanno i conduttori dei talkshow, sono una montagna di merda, composta per lo più da citazioni con refusi di Fabio Volvo e foto di voi che mangiate il sushi a Pavia. I vostri dati personali non contano un santissimo cazzo. Voi non contate un cazzo. Non avete nulla da proteggere, e dovrete preoccuparvi di una sola cosa: informarvi, studiare, cercare di capire qualcosa prima di scegliere se votare per un imbecille. Solo questo. Se faceste questo piccolo esercizio di umiltà e di senso civico potrebbero venirvi a rubare pure la cuccia del cane e la password di Tinder e non avrebbero comunque cambiato la vostra idea politica. E la democrazia, come l'antico vaso, sarebbe stata portata in salvo.

[\[English version\]](#)

