

La pubblicità di Facebook punta e profila i ragazzini

Facebook, il social network più utilizzato al mondo, consente agli inserzionisti di pubblicare **annunci pubblicitari indirizzati ai minori dai 13 ai 17 anni** che hanno interessi come: il fumo, l'alcool, il gioco d'azzardo e la perdita di peso. È quanto emerge da una recente [ricerca](#) di *Reset Australia*, un'organizzazione che si occupa di contrastare le minacce digitali alla democrazia, dalla quale si apprende che **Facebook non controlla in maniera rigorosa il modo in cui gli inserzionisti utilizzano i dati personali dei giovani**, cosa che consente a questi ultimi di inserire pubblicità potenzialmente pericolose nei loro confronti. Per dimostrare ciò, *Reset Australia* ha infatti sviluppato una campagna di «annunci dubbi» ed è riuscita ad ottenere l'approvazione per quelli indirizzati ai minori aventi ad oggetto la **promozione del gioco d'azzardo** (per i giovani interessati allo stesso), **di immagini di fisici perfetti** (per quelli interessati a perdere peso) **e di chat con uomini ricchi** (per le ragazze single ed interessate ai servizi di incontri online). Tali annunci ovviamente non sono stati pubblicati: sono stati creati solo per provare che Facebook non tuteli realmente i minori.

La maggior parte dei giovani, però, non condivide il fatto che i dati raccolti da Facebook siano utilizzati in maniera impropria. In tal senso *Reset Australia* ha effettuato un sondaggio nei confronti di 400 ragazzi di 16 e 17 anni che usano il social, dal quale è emerso che quasi **due terzi degli intervistati sono contrari alla «profilazione a fini commerciali»** ossia alla creazione di profili basati sui loro interessi ed utilizzati per «scopi di pubblicità commerciale». Essi hanno fornito risposte negative a riguardo «definendolo sbagliato o invasivo o desiderando una migliore regolamentazione per frenare la pratica». A tal proposito, **l'organizzazione chiede norme più rigorose che proteggano in maniera migliore i dati dei giovani australiani**. «Reset Australia chiede l'introduzione di un codice dati per i minori di 18 anni per far sì che i loro dati vengano acquisiti ed elaborati solo in modi che siano nel loro interesse. Ciò limiterebbe la profilazione per le pubblicità puramente commerciali. Un codice simile, inoltre, è già stato approvato nel Regno Unito ed è in arrivo in Irlanda».

[di Raffaele De Luca]