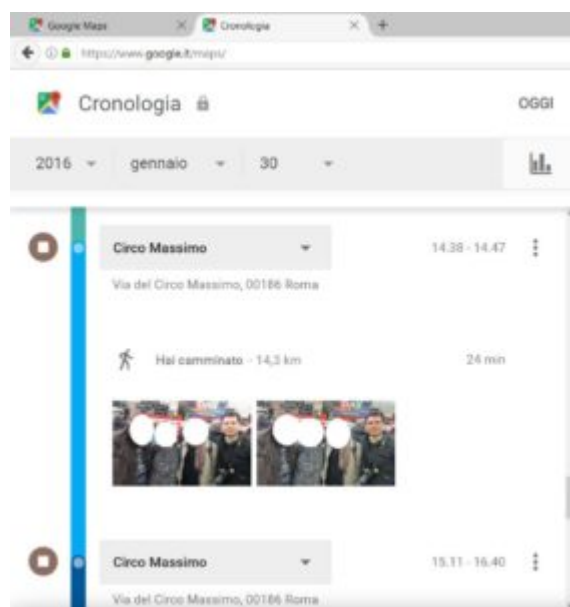


Google traccia la strada degli LGBT ... e l'acquisizione dati prosegue!

Roma, Gay Pride 2017, ancora tutti a credere che Google offra "gratis" la sua potenza di calcolo per indicare in tempo reale il percorso della sfilata per le vie della città. "Ma de che?" direbbero proprio a Roma, aggiungendo: "Aggratis nun c'ha mai lavorato nessuno!" Ma allora, perché?

Sappiamo che Google ci permette di avere una traccia, SUI SUOI SERVER (non sul nostro smartphone) dei nostri spostamenti; traccia che permane anche per anni! Basta chiedere a Google MAPS ed al suo efficientissimo servizio di CRONOLOGIA; se ad esempio punto sul 30 gennaio 2016, la "macchina del tempo" non solo mi porta sul LUOGO, ma presenta pure le FOTO temporalmente geolocalizzate



(gestite da Google Foto) e collegate, in quel caso, al Circo Massimo, per il Family Day 2016; tra l'altro, uno dei tanti eventi per i quali in Google ben si sono guardati di attivare qualsivolgia servizio; ad es. gli orari, il percorso pedonale dal parcheggio degli autobus al Circo Massimo, la delimitazione della zona del Circo Massimo chiusa al traffico, ecc. (così come per moltissimi altri eventi). Lasciamo ora nell'anonimato gli amici (per i quali non ho modo di chiedere in breve l'OK alla pubblicazione delle mie foto con loro) ed andiamo avanti, scoprendo che:

Per il Roma Pride del 10 giugno 2017, invece, è stato approntato un servizio ad hoc (con orario di inizio, orario di

fine, percorso, ecc.) con due possibili scopi, in base a due gruppi di utenti:



1. indicare la strada da **PRENDERE** ai partecipanti, probabili LGBT e simpatizzanti.
2. indicare la strada da **NON PRENDERE** se non interessati.

Ma se nel secondo caso, il consiglio agli automobilisti ed ai pedoni è servito per andare ad altre destinazioni, che possono essere state ovunque, **ma nel primo caso NO**; e quindi **solo nel caso 1** gli utenti si saranno avvalsi delle indicazioni di Google Maps, PERCORRENDO quella strada, con il servizio di posizione (GPS) attivo sul loro smartphone; e Google ha fatto BINGO! Ed i probabili LGBT e simpatizzanti sono diventati CERTI. E a quel punto tutti loro, con i relativi dispositivi mobili hanno fornito POSIZIONE, FOTO, TESTO e PAROLE CHIAVI di ricerca, ecc. Tutto sempre memorizzato nell'immenso archivio dei server di Mountain View (e repliche varie sparse per il mondo). Insomma ...

un'acquisizione in massa dei dati di migliaia di LGBT e simpatizzanti.

Altro che Google Gay Friendly, come hanno commentato alcuni su Facebook e sui vari social network; non sarà mica stata,

invece, una gigantesca operazione di schedatura di massa in base agli orientamenti sessuali, magari mentre i manifestanti protestavano per la loro presunta o vera discriminazione?

Non che Facebook sia stata di meno, con l'icona rainbow reaction (Reazione Arcobaleno), con la quale potranno certamente valutare le medesime informazioni (ora che anche Facebook prevede la geolocalizzazione, sapranno anche lì posizione, Like, ecc.,).

Ora ci chiediamo: L'uso sarà finalizzato solo alla archiviazione della cronologia dell'utente, oppure è possibile qualche altro uso da parte di Google?

Già ho discusso del fatto che [alcuni funzionari di Facebook in Australia hanno schedato milioni di minorenni di 14 anni](#), carpendone l'umore, senza senza avvisare minimamente i diretti interessati dell'operazione in corso; ora siamo forse di fonte ad una operazione simile, per di più CON IL CONSENSO DELL'UTENTE? Chi garantisce che i dati acquisiti non vengano usati per campagne commerciali, studi o altro? Le [Modalità di utilizzo dei dati raccolti da Google](#), se lette, rispondo SI a questa domanda perché dichiarano che utilizzano i dati raccolti per pensare nuovi servizi e per visualizzare annunci più pertinenti:

Utilizziamo le informazioni raccolte da tutti i nostri servizi per poterli fornire, gestire, proteggere e migliorare, per svilupparne di nuovi e per proteggere Google e i suoi utenti. Utilizziamo queste informazioni anche per offrire contenuti personalizzati, ad esempio per visualizzare risultati di ricerca e annunci più pertinenti.

Lascio quindi a voi la tipologia di **“annunci più pertinenti”** che possono esser scaturiti o che scaturiranno, da oggi in poi, sui dispositivi **legati agli account degli utenti**. La profilatura dell'utente è qui messa in chiaro nero su bianco. E l'utente ACCONSENTE, al momento della creazione del suo

profilo Google, alle politiche di privacy qui stabilite, compreso l'utilizzo dei dati raccolti.

Google però, poco oltre, informa che per determinate "[Categorie sensibili](#)", ad esempio quelle per orientamento sessuale, NON applica (ed impone ai propri inserzionisti di NON applicare) annunci personalizzati. Ma i dati acquisiti lungo la parata, saranno classificati come sensibili? O solo i dati espressamente indicati dall'utente lo saranno?

Andiamo ora ad alcuni aspetti tecnici sulle metodologie utilizzate da Google (e che esplicitamente dichiara di utilizzare) che è qui importantissimo comprendere:

Google, e non solo, utilizza i Pixel tag

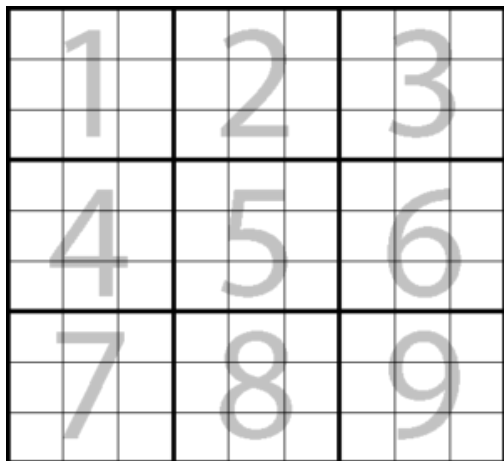
Il [Pixel tag](#) ("etichetta di un solo pixel") il cui uso è dichiarato da Google, è costituito da una semplice immagine di 1 solo punto o pixel, quindi piccolissima, e che spesso è anche TRASPARENTE, risultando pure invisibile! Una immagine così, inserita in una email, è sufficiente a far sapere al mittente che il messaggio è stato aperto dal destinatario non appena quell'immagine verrà scaricata (quando il destinatario aprirà il messaggio e ne visualizzerà le immagini in esso contenute).

Immagine PNG trasparente da 1x1 pixel, di soli 157 byte

Ma non basta. Google dichiara anche che fa lo stesso sulle pagine Web. Qui il gioco si fa serio. Potenzialmente, una immagine anche piccola quanto un solo punto, se caricata in una pagina Web, può essere usata per tracciare l'utente.

La tracciatura nascosta

Ma c'è di più, molto di più. In moltissimi siti web si utilizza la tecnica del Pixel Tag (con il sospetto che l'uso non sempre sia palesato nella policy della privacy, ma se anche lo fosse ... in pochissimi la leggono!). Questa immagine può anche essere ingrandita come si vuole e, su di essa, si può impostare un codice (Java Script) da attivare anche solo se l'utente sorvola l'immagine SENZA farci clic. A questo punto se sopra l'immagine passa il mouse, questa si attiverà e trasmetterà al server l'informazione che l'utente, su quella particolare immagine, il mouse è entrato ("Mouse IN"), passato ("Mouse OVER") ed uscito ("Mouse OUT"); ora supponiamo che l'immagine non sia più trasparente, ma sia un'immagine che deve attirare l'attenzione dell'utente; magari c'è un link sotto che porterà alla pagina del prodotto proposto; ma se anche l'utente vi passerà solo sopra, si potrà raccogliere questo dato (magari poi elaborato per classificare umori come: indecisione, interesse, nervosismo, ecc.).



Ed addirittura, se sopra ad una immagine pubblicitaria uscisse, sovrapposta, una griglia di immagini più piccole e trasparenti? Si potrebbe sapere, sempre ed anche se l'utente NON fa clic ma solo le sorvola, su quale porzione dell'immagine si è concentrato il mouse dell'utente; e quindi lo

sguardo! Se ad esempio l'immagine pubblicitaria venisse inserita in una tabella 3x3, avremmo 9 caselle in cui inserire altrettante immagini trasparenti, alle quali possono essere assegnare 9 funzioni di entrata, 9 di spostamento e 9 di uscita, tutte distinte. A questo punto la zona è mappata a scacchiera con una tracciatura un po' grossolana; ma se si rimpicciolissero le caselle della scacchiera, che ne so, 16 x 16, e via così, si arriverebbe a far sapere come si muove il

mouse, dappertutto. Si potrà quindi dire che si può riuscire ad ...

**Si può ANALIZZARE TUTTO! Tanto spesso
l'abbiamo pure autorizzato noi!**