



La Privacy tra diritto e mercato

**Ciclo di seminari a cura della cattedra di Teorie
e Tecniche dei Nuovi Media
Facoltà di Scienze della Comunicazione
Università di Roma La Sapienza
Maggio-Giugno 2004**




Persuasive Computing and Dataveillance

Sorveglianza elettronica e
tecnologie di controllo sociale



Perché occuparsene?

Perché se non riusciamo a misurarci con la filosofia politica della sorveglianza, non riusciremo a mettere in atto nessuna strategia di resistenza o di cambiamento alla società del controllo globale



Sfera pubblica e sfera privata: l`invasione tecnologica.

- Tutti noi siamo più o meno consapevoli delle insidie potenziali alla libertà, dignità ed autonomia di scelta rappresentate dall`uso estensivo delle tecnologie di informazione e comunicazione



L'invasione della sfera privata

- Tali tecnologie sono infatti in grado di monitorare e influenzare pressochè ogni aspetto della vita associata, e stanno invadendo, in modi prima imprevedibili, quella privata.



La Privacy minacciata

Mentre siamo sempre più preoccupati per le minacce di intrusione dell'occhio elettronico nella nostra vita privata, invocando per essa il diritto alla riservatezza, spesso dimentichiamo che è soprattutto la dimensione "pubblica" del nostro agire ad essere sotto costante controllo.



Per una storia politica della...

Filosofi, economisti e uomini di stato hanno descritto il dominio della privacy altrui come strumento per conseguire obiettivi validi per il funzionamento della società come macchina di organizzazione totale.

(Bentham, Orwell, Churchill, Foucault, etc.)



...filosofia della sorveglianza

Anche nella sua veste di bilanciamento dei diritti di partecipazione al benessere comunitario la “filosofia della sorveglianza” mostra come sua caratteristica fondamentale la raccolta strategica di informazioni per farne strumento di controllo.



Applicazioni...

La sorveglianza viene applicata alle tradizionali sfere del controllo della devianza, criminale e non, al controllo del luogo di lavoro nella sua dimensione di potenziale luogo motore del conflitto di classe, o al mondo del mercato come omogeneizzazione e controllo dei comportamenti di consumo...



La Nuova Sorveglianza

...ma l'innovazione tecnologica determina un cambiamento complessivo in questo scenario e ci introduce ad una

“Nuova società della sorveglianza”

(D. Lyon, 1994)



Sorvegliare i comportamenti sociali

- ✓ Le tecnologie digitali che estendono la tradizionale capacità delle tecnologie di registrazione e trasmissione hanno la intrinseca capacità di numerizzare pressochè ogni aspetto della realtà.



Tecnologie “Sociali”

- ✓ Esse sono potenzialmente in grado di registrare, trattare e trasmettere a distanza, quantità enormi di dati attinenti al nostro agire quotidiano, e quindi al nostro “essere sociali”...



Società e Privacy

- ✓ ...così contribuendo ad un cambiamento radicale nella filosofia dell'ordinamento sociale che si basa sulla raccolta di informazioni personali.



Profilazione

Videocamere, satelliti, microfoni, bancomat, telefoni cellulari, servizi automatizzati connessi con databases ed agenti intelligenti, sono costantemente al lavoro per creare dei profili, individuali o collettivi, personalizzati o anonimi, dei soggetti con cui interagiscono;



Dataimmagine

...profili che, successivamente trattati coi metodi dell'analisi statistica ed interpretati in base alla raffinata modellistica delle scienze sociali, contribuiscono a creare la nostra "dataimmagine".



Nuove Frontiere per la Sorveglianza

- ✓ Lo scenario globale cui siamo introdotti dalle nuove tecnologie è caratterizzato da un cambiamento complessivo della capacità di sorveglianza.



Cambiamenti...

- ✓ Tale cambiamento è quantitativo e qualitativo.
- ✓ Esso è basato sulle qualità della nostra “dataimmagine”



Cambiamenti quantitativi

La natura di questo cambiamento tecnologico è quantitativa:

- a. raggiunge strati di popolazione sempre più ampi;
- b. aumenta l'interazione con gli artefatti tecnologici;
- c. raggiunge differenti contesti sociali;
- d. amplia capacità e processi;



Cambiamenti qualitativi

La natura di questo cambiamento è qualitativa perchè sta modificando il nostro stesso modo di rapportarci ad essi e per gli scopi per cui vengono usati in quanto la dataveglianza:



Quali cambiamenti?

La sorveglianza generalizzata:

- ◆ modifica il comportamento del soggetto "sotto osservazione";
- ◆ definisce categorie sociali: buoni o cattivi consumatori-lavoratori-cittadini-vicini di casa;
- ◆ definisce ciò che è normale ed accettabile e ciò che non lo è mediante la categorizzazione.



Le “qualità” della sorveglianza sociale

Il principale cambiamento qualitativo nella natura politica della sorveglianza che si avvale delle nuove tecnologie è relativo al fatto che mentre in precedenza essa era applicata a sfere limitate e incomunicanti della vita sociale, cioè alle dimensioni separate del lavoro, dello stato e del mercato, della famiglia e dei rapporti interpersonali, oggi essa fonde questi diversi aspetti della vita sociale in due nuove grandi



Due tpi di controllo

- ✓ il controllo della devianza criminale;
- ✓ il controllo dei consumi;



Il controllo dei criminali

Cd-Roms, Databases, DNA-banking



Il Monopolio della Violenza

- ✓ La sorveglianza audio, visiva, dei dati, la tecnologia dei sensori, i sistemi di ubicazione geografica, le carte magnetiche, le tecniche “merge-purge”, i databases on line, determinano un salto di qualità nella capacità repressiva degli Stati. Per “difendere” i cittadini le libertà civili vengono erose.



CD-ROMs

- Un Cd-Rom con i nomi di 64.000 condannati per reati sessuali è una delle “novità” che le autorità della California hanno escogitato per la “protezione” dei propri cittadini.



Porno-CDRom

Il Cd, che categorizza i molestatori, gli esibizionisti, i pedofili, etc., in base all`indirizzo, ai dati anagrafici e al tipo di reato, è a disposizione presso gli uffici di polizia per chiunque, superiore ai 18 anni, voglia sapere se il vicino di casa è un potenziale pericolo per la sicurezza propria e dei familiari.



Come?

L'accessibilità a tali informazioni, che includono le fotografie più recenti dei condannati, è soggetta alla discrezionalità degli ufficiali che di volta in volta valutano la necessità dei richiedenti di venirne a conoscenza senza che però questi ultimi possano copiarli in alcun modo. NY TIMES luglio 97



Databases strumento di controllo

Negli USA, dal 30 nov del 1998, una legge federale impone alle armerie di controllare su databases appositamente predisposti dall` FBI, le registrazioni relative a piccoli reati, tratti psicologici e disturbi mentali nella storia familiare dei potenziali acquirenti



I nipoti di Lombroso

I database predisposti dal FBI servono per individuare informazioni che possano indurre a vietare la vendita delle armi a categorie diverse da quelle tradizionalmente escluse dall'acquisto come criminali, profughi o tossicodipendenti.

(NY TIMES ottobre 97)



DNA-BANKS

La polizia utilizza le banche del DNA per individuare i criminali.

Il FBI ha sviluppato un nuovo standard tecnico per testare le stringhe di Dna, che ha consentito lo sviluppo di un sistema nazionale di identificazione più veloce e meno costoso.



Progetto Genoma 0.1

A favore dell'uso dei campioni di DNA per individuare i criminali è il fatto che con i nuovi metodi sono sufficienti quantità inferiori di sostanza biologica per individuare il portatore e che i databases diffusi nei vari stati possono ora scambiarsi informazioni on line per l'identificazione immediata di criminali oltreconfine. NY TIMES marzo 98



Il controllo dei consumi

Il consumatore come bersaglio



Old Big Brother


Al di là delle differenze nei paesi considerati, la regola generale è che nel momento in cui i nostri dati vengono registrati presso l'anagrafe o richiesti per la patente di guida o la linea telefonica, essi immediatamente confluiscono in databases dove vengono incrociati con una enorme massa di altre informazioni attinenti a domini differenti delle nostre vite, come la



...and His relatives

- ✓ Mentre le singole compagnie telefoniche e gli uffici del registro automobilistico vendono le nostre informazioni al miglior offerente, ad inseguire ed accumulare tali dati si dedica una pletora di imprese private che attraverso sofisticati sistemi informatici li immagazzina e li immette sul mercato.

(Junkbuster.com vs. Direct Marketing Association)

- 
-
- ✓ Le più importanti sono: CCN, PRIZM, Equifax, Infomart, Infolink, Nielsen, etc.

Tutte comprano e vendono i nostri dati.




Imprenditoria dei dati

Ed è questa sorta di imprenditoria dei dati, che in America copre un fatturato annuo stimato intorno ai 50 miliardi di dollari*, puo` essere responsabile del diniego di ottenere un impiego per un lavoratore sindacalizzato o del rifiuto di locazione nella downtown cittadina dopo l`analisi delle tue ultime transazioni bancarie. (Il caso di Rudine Pettus).



Sorvegliando il “deviante”

è possibile quindi distinguere due dimensioni nella logica della sorveglianza

- 
-
- a) la Sorveglianza Criminale
 - b) la Sorveglianza Commerciale

sembrano avere dei tratti distintivi...



Il controllo della “devianza criminale”:

...si esplica sui potenziali o recidivi devianti ed usa metodi e tecniche il cui ultimo stadio contempla ancora la restrizione fisica del soggetto deviante dalla norma;



Il controllo della devianza commerciale:

Si esplica come seduzione al consumo ed ai suoi piaceri, mezzo compulsivo di organizzazione sociale, agendo come norma indirizzata al mantenimento dello status quo dell'ordine sociale consumistico.



L'esclusione sociale

La pena per il deviante è sempre
l'esclusione sociale.



Due tipi di controllo...




Il controllo dello stato

- ✓ ...quello dello Stato, ineludibile, e monodirezionale, fintanto che si vuole partecipare ai suoi “benefici” (la pensione, le cure sanitarie, la sicurezza, etc)



Il controllo del mercato

- ✓ ...quello del Mercato che ci seduce attraverso l`acquisto di beni relazionali, personalizzati ed edonistici in senso ampio.



Controllo obbligato e Controllo consensuale



Controllo obbligato

- ✓ Il primo, quello dello stato, usa le informazioni relative a matrimoni, nascite, stato di salute, stato lavorativo, etc.



Controllo consensuale

- ✓ Il secondo, quello del mercato, usa le smart cards, i questionari commerciali, la carta degli sconti del supermercato, i servizi creditizi, i cookies, etc.



La fusione di Stato e Mercato

Quello che accade quando le nuove tecnologie sono applicate alla sorveglianza, è che i dati che siamo obbligati a fornire per legge allo Stato vengono utilizzati per attirare i consumatori verso specifiche modalità di spesa o per limitare le possibilità di coloro che non si sono uniformati alle norme del consumo corretto.



Oppure i dati ricavati da operazioni di pubblica sicurezza vengono utilizzati per assunzioni, transazioni commerciali e autorizzazioni.



Controllo del comportamento

Però, il controllo scientifico del comportamento prelude ad una sorveglianza assai più subdola e profonda...



L`esempio della Captologia

La scienza della persuasione applicata
ai computers



CAPTology

Computers
As
Persuasive
Technologies

<http://www.captology.org>



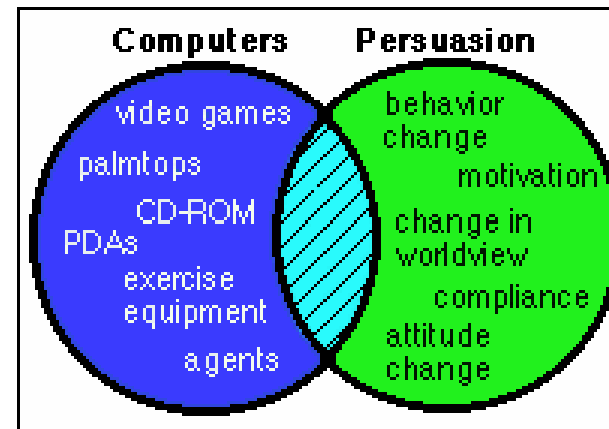
Che cos` è la captologia

- La Captologia, o Persuasive Computing, è lo studio dei “computers persuasivi”
- La Captologia rappresenta una nuova area di investigazione nell`ambito degli studi sulla Interazione Uomo-Macchina

Due filoni di ricerca

Il persuasive Computing è il risultato della sovrapposizione di due aree di ricerca:

- computer science
- psicologia della scelta e della decisione



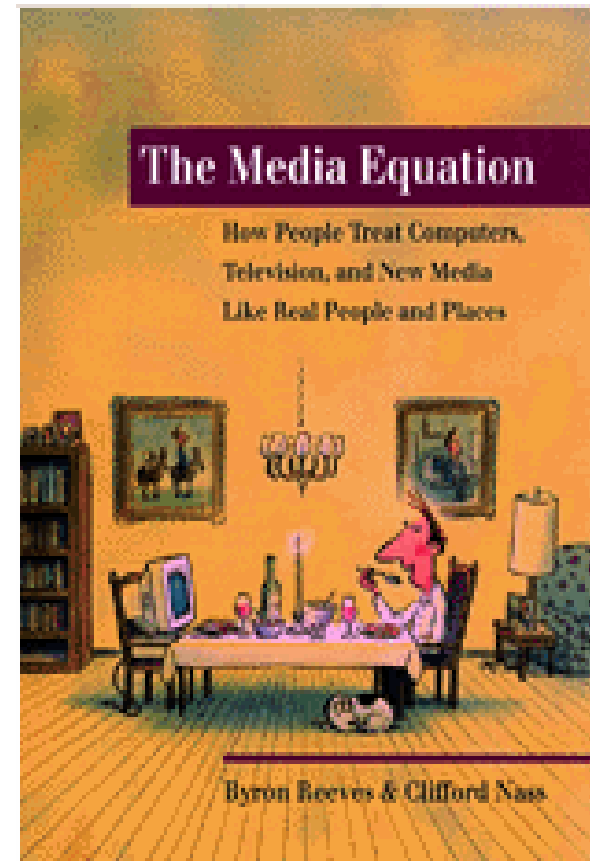


Quando nasce?

Il nome CAPTology viene usato per la prima volta durante una sessione dello “Special Interest Group” del CHI 97 a Los Angeles.

Quali sono le sue origini?

- Si tratta di un approccio che ha le sue radici nello studio delle Risposte Sociali alle Tecnologie di Comunicazione (CSRT)
- CSRT studia il modo in cui gli utilizzatori





Come dovrebbe funzionare?

Applicando alla comunicazione uomo-macchina gli stessi meccanismi sociali e psicologici che rendono efficace la comunicazione persuasiva fra gli uomini.



Cos'è la Persuasione?

- La persuasione si qualifica come l'intento di modificare lo stato mentale del ricevente di una comunicazione per fargli fare ciò che altrimenti non farebbe di propria iniziativa.
- La persuasione è diretta a modificare il comportamento attraverso il ragionamento e gli appelli emotivi.



Persuasione via Computer?

Una tecnologia persuasiva é una
"macchina interattiva"
che ingloba nel suo funzionamento i
principi della
comunicazione persuasiva.



L'intento di persuadere

Poichè i computers non hanno una propria intenzionalità, per definizione i computer persuasivi sono rappresentati dalle tecnologie interattive che implicano nel proprio design l'intenzionalità di persuadere attraverso il ragionamento e gli appelli emotivi.



Tre tipi di intenzionalità persuasiva

- Endogena: “dal di dentro”
 - del progettista
- Autogena: “autoprodotta”
 - dell'utilizzatore
- Esogena: “causata da fattori esterni”
 - di chi la fa adottare o la distribuisce



Differenze

- La persuasione via computer si differenzia da altre forme di persuasione come quelle della pubblicità e della propaganda politica per diversi motivi.



Quali differenze?

- I Computers sono presunti neutrali
- La familiarità alza la soglia dell'attenzione critica
- Il carattere persuasivo delle macchine non è oggetto di indagine pubblica
- Siamo noi a comandarli



Interattività e Scelta

- La chiave di volta di tutto
l'approccio sta nella capacità di utilizzare l'interattività delle tecnologie che:
 - ↑ forniscono alternative di scelta
 - ↑ elicitano risposta rapide
 - ↑ danno misure in real-time del comportamento attraverso complessi meccanismi di feedback, per guidarci attraverso percorsi di scelta **prestabiliti**



Persuasione Interattiva

- Quindi ci fa sentire “in control”
- approfitta di meccanismi di reazione automatici e spesso al di sotto della soglia della consapevolezza
- prevedono e costruiscono risposte



Persuasione e Interattività

La persuasione interattiva sfrutta i meccanismi di:

- Economia Cognitiva
- Vulnerabilità a forme automatiche di comportamento
- Principi psicologici di reazione comportamentale



La comunicazione persuasiva sfrutta questi principi:

Adulazione

Apparenza

Attenzione

Autorità

Coerenza

Cortesìa

Credibilità

Edonismo

Fiducia

Impegno

Realizzazione di
aspettative

Reciprocità

Rispetto

Scuse

Scarsità

Somiglianza

Valore



Adulazione

- Riduce le barriere sociali facendoci sentire “accettati” dagli altri e “sicuri” di noi stessi.



Apparenza e Attrazione

- "Tendiamo ad attribuire alle persone di bell'aspetto tratti come il talento, l'onestà, la gentilezza l'intelligenza."

(Cialdini, Influence p140)



ASSOCIAZIONE

- Le persone amano i vincenti e vogliono essere associati con essi emulandone gesti, scelte, atteggiamenti.



Attenzione

- Il fatto che qualcuno ci dedichi del tempo ci rende più disponibili.
(la regola funziona in base al principio della reciprocità)



Autorità

- Siamo educati a pensare che rispettare l'autorità ha dei vantaggi pratici.
- La regola funziona insieme al meccanismo della coerenza/competenza.
(i.e.: medici che pubblicizzano assorbenti e dentifrici)



Coerenza

- Le persone tendono a comportarsi in maniera coerente con idee ed atteggiamenti espressi in precedenza.
- La coerenza è un'attitudine socialmente riconosciuta e ci evita di rimettere in discussione il nostro comportamento.



Cortesia



Credibilità

“La reputazione influenza
l’accettazione o il rigetto del
messaggio dell’interlocutore”
Credibilità della Fonte: (Larson p70)



Edonismo

“Le persone hanno bisogni molteplici che variano dai bisogni di base a quelli di ordine simbolico ed emotivo”

Uses and Gratification Needs; Variety:
(Larson p93)



ESPERIENZA-COMPETENZA

- Siamo educati a rispettare la competenza. Questo accade soprattutto in condizioni di incertezza.



Diversificazione delle fonti

- Si crede di più all'informazione che viene da fonti differenti.



Fiducia



Impegno

“Una volta fatta una scelta o presa una posizione, ci troviamo di fronte a pressioni personali e sociali di comportarci in maniera coerente con esse.” Commitment: Cialdini, Influence p50-51



Realizzazione di aspettative



Reciprocità

- "la regola vuole che dovremmo sempre cercare di ricambiare gentilmente, quello che altri ci hanno dato."
- Reciprocation: Cialdini, Influence, p 19-20.



Rispetto



Scarsità

- L'idea di una perdita, anche solo potenziale, anche solo simbolica, ci induce ad agire rapidamente per ottenere un vantaggio.

(ie.: Telemarketing: “abbiamo solo 20 pezzi di questo strabiliante elettrodomestico!”)



Scuse



Somiglianza



Valore

"[...]la gente è stata portata a pensare che "Hai quello per cui paghi"... Ma poi la regola è diventata:

"più spendi = più guadagni"

Expensiveness: (Cialdini, Influence p6)



Persuasione “incorporata”

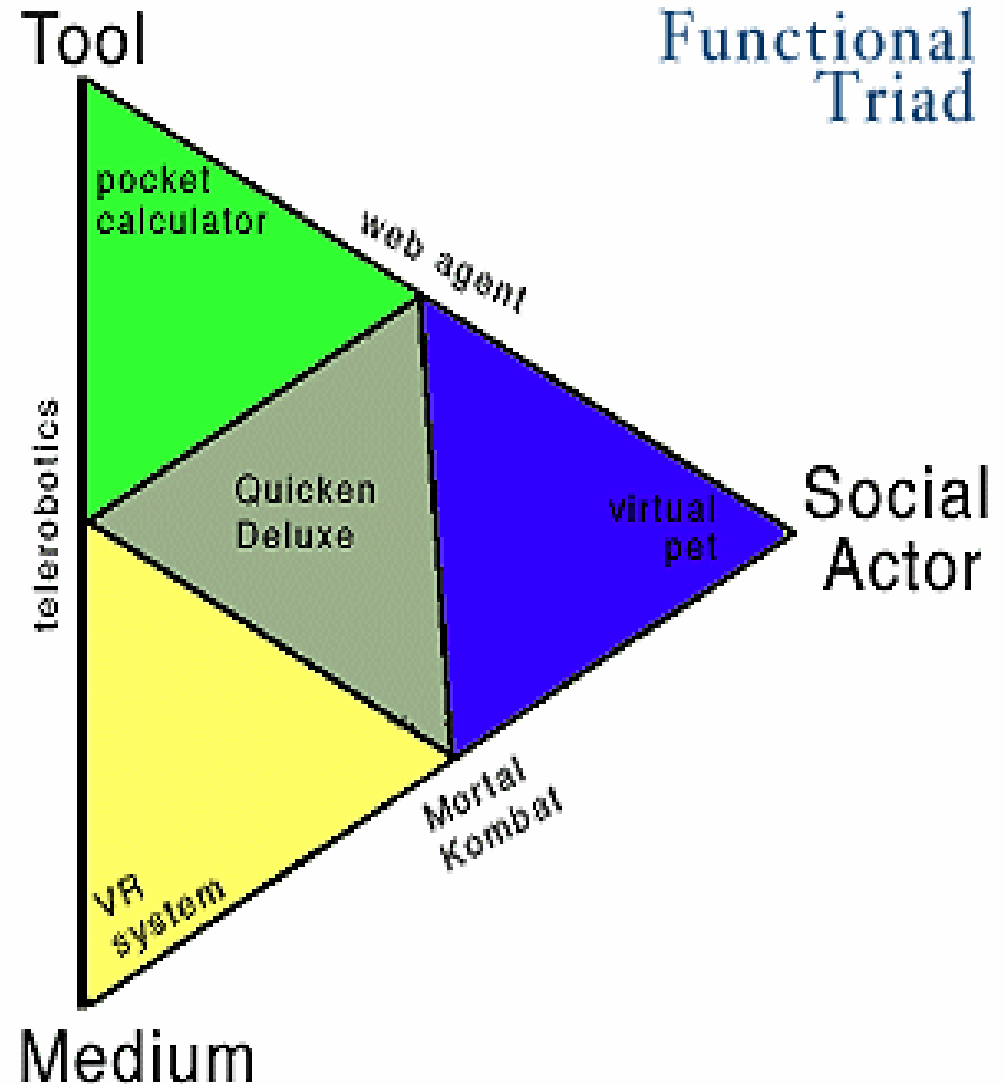
Le tecnologie interattive che incorporano le caratteristiche della comunicazione persuasiva possono persuaderci in vari modi, agendo come:

- Tools: riducono le barriere all`azione
- Media: sono mezzo di esperienze simboliche o sensoriali
- Attori Sociali: agiscono norme sociali

Triade Funzionale

Dall'uso della
calcolatrice al
pulcino
elettronico
passando per
i videogiochi
si sviluppano
dinamiche
che vanno dal
proposito
educativo al
plagio in

copyleft
arturo.di





Computer as a tool: caratteristiche persuasive

- ↑ riduce barriere cognitive ed emotive
- ↑ incrementa la propria autostima
- ↑ cambia modelli di scelta e schemi d'azione



Computer as Medium: caratteristiche persuasive

- ↑ motiva attraverso l'esperienza diretta
- ↑ promuove la comprensione di relazioni causa-effetto
- ↑ consente la ripetizione del comportamento



Computer as Social Actor: caratteristiche persuasive

- ↑ adotta caratteristiche animate
- ↑ riveste ruoli sociali
- ↑ invoca regole di comportamento e fornisce supporto o sanzioni di carattere sociale



Tre esempi di Tecnologie Persuasive

- ↳ Tools: Tectrix Vr Bike
- ↳ Medium: HIV Roulette
- ↳ Social Actor: Dole-5-A-DAY

Computer as a Tool: VR-Bike

<http://www.tectrix.com>

La cyclette
implementa un
software per la
visualizzazione
di scenari
virtuali
navigabili,
modificabili dai
movimenti del
guidatore.



copyleft - Arturo Di Corinto
arturo.di.corinto@uniroma1.it

✉ motivano alla



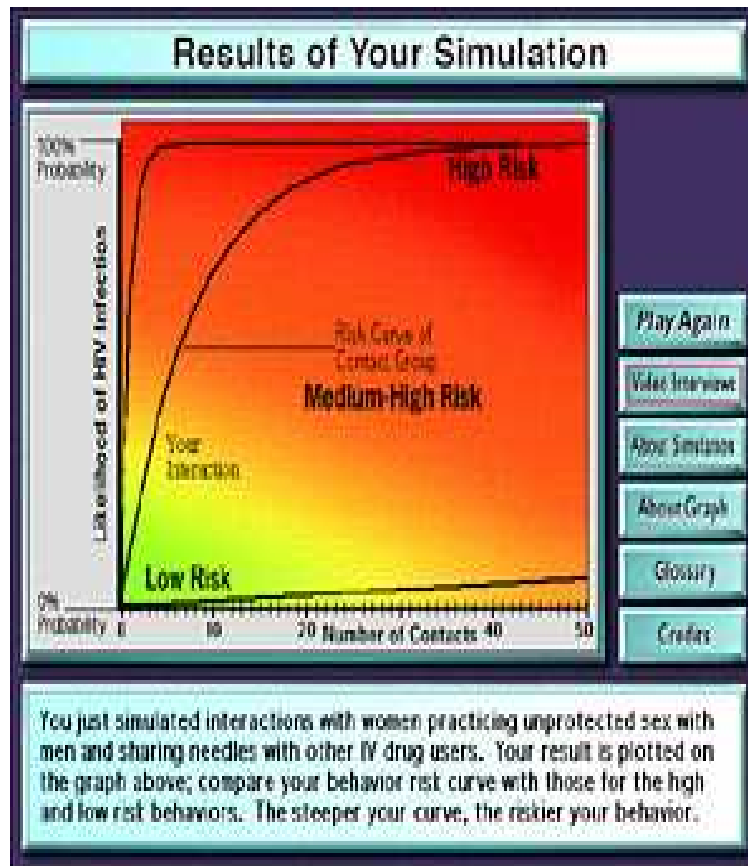
Computers as Medium

- una mostra multimediale e interattiva come quella esposta all' "Exploratorium" di San Francisco, dove i visitatori possono fare scelte ipotetiche di comportamento sessuale e valutare poi le probabilità di contrarre l'HIV vedendone gli effetti, si qualifica come medium persuasivo. L'esperienza virtuale di contrarre la malattia, di vedere l'immagine di

Computer as medium

HIV Roulette

<http://www.exploratorium.edu>



Intento

Persuasivo:
Persuadere al sesso sicuro mostrando quanto sia elevato il rischio di contrarre l'HIV.

Target : Per Tutti

Prezzo: gratuito

copyright - Arturo Di Corinto
arturo.dicorinto@uniroma1.it



Risultato

Nel caso della roulette, un incremento del senso di autostima, unito alla sensazione di dominare una situazione conduce ad un incremento dell'uso dei condoms

Riferimenti teorici: social cognitive theory (Zimbardo)

Computers as Social Actor

Dole-5-A-Day

<http://www.dole5aday.com>

CD interattivo
della Dole
integrabile sul
web dove
"personaggi
vegetali"
insegnano
l'importanza di
mangiare frutta
e vegetali ogni
giorno.





Captologia in pillole:

Come utilizzatori trattiamo computers ed altri dispositivi interattivi come compagni di gioco, lavoro, studio o addirittura come coinquilini, re-agendo ad essi in una maniera che è sociale e naturale.



Cambiare comportamenti ed attitudini

Il rapporto con gli artefatti cognitivi induce a modificare atteggiamenti, comportamenti e stili di interazione, poichè attraverso di essi:

- ▣ otteniamo informazioni utili, credibili, aggiornate, sulle quali basiamo le nostre azioni e le nostre interpretazioni della realtà.
- ▣ facciamo esperienze multisensoriali emotivamente significative.
- ▣ viviamo relazioni sociali



Tecnologie facilitanti e seduttive

Le informazioni/esperienze che così otteniamo funzionano come leve cognitive per le attività quotidiane facilitando :

- ▣ la presa di decisioni,
- ▣ il giudizio sociale,
- ▣ il controllo dell`ambiente esterno ed interno,
- ▣ i processi di apprendimento e scelta



Interaction Design

è possibile incorporare le tecniche della comunicazione persuasive nelle tecnologie interattive se sappiamo come le persone reagiscono psicologicamente a differenti: tipi, fonti e settings di esperienze basate sulla comunicazione.

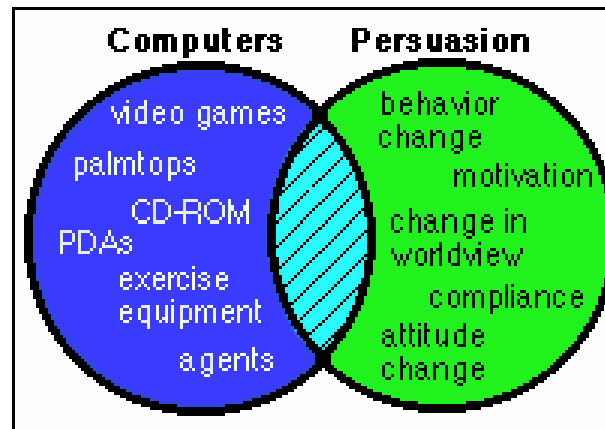


Change Agents

L`interazione con i computers induce cambiamenti generalizzati della personalità e del comportamento.

Corollario:

- Il Persuasive Computing è quell'area grigia dove la Psicologia della Persuasione e la Computer Science si fondono.





Riassumendo

- I computers possono persuaderci in vari modi essendo usati come tools, media o attori sociali.
- Le tecniche utilizzate sono derivate dalla psicologia sociale e del comportamento e applicate all`interazione uomo-macchina.
- L`interazione con i computers induce cambiamenti generalizzati della personalità e del comportamento.



Internet e la captologia

- E-Mail
- Browsing
- NetSmart Devices



E-mail: strumento di persuasione?

- ACT NOW!

Le catene di S. Antonio elettroniche:
la ricerca di donatori per bambini
ammalati



Email stimola e modella attitudini e comportamenti

- registrarsi ad una conferenza
- assicurarsi un favore
- partecipare ad un meeting
- fornire informazioni specifiche
- visitare un sito web



Email: la persuasione fallita

- Un alto volume di traffico riduce l'attenzione verso singole email;

(... quindi è sempre più difficile essere efficaci attraverso la posta elettronica.)



Come si reagisce all'incremento del traffico?

- Utilizzare molteplici indirizzi di posta
- Utilizzare filtri di posta
- Sviluppare policy pubbliche
- **DELETE!**



Come decidere quale posta va eliminata?

- Nello stesso modo che usiamo per la snail mail, individuando il mittente e il contenuto, cioè leggendo accuratamente l'header della email e il subject.



Si può persuadere attraverso il subject di una email?

Sì personalizzandolo, poichè la personalizzazione conduce a:

- maggiore attenzione
- elaborazione approfondita
- incremento nell'attenzione/motivazione
- cambiamenti comportamentali generalizzati



Esempi

- Gli studi dimostrano che è sufficiente introdurre il nome del destinatario nel subject-header di una email per aumentare le probabilità che questa venga letta.



Web-Browsing

- Il Web fornisce informazioni:
 - statiche
 - personalizzate
- Il Web favorisce esperienze
 - su richiesta
 - in tempo reale



Informazioni personalizzate sul web

- La personalizzazione rende il web uno strumento diverso dagli altri media
- Essa rappresenta un notevole potenziale per la persuasione
 - salienza e significatività
 - elaborazione profonda
 - maggiore tendenza al cambiamento



Esperienze sul web

- On demand:
 - training, simulations, therapy
- Real Time:
 - chat, virtual worlds, meetings



Esperienze sul web

- Il potenziale di cambiamento è simile a quello del mondo fisico
- Perché?
 - le esperienze cambiano le persone
 - la gente cambia la gente



Esempi di esperienze real-time sul web

- Onsale.com
- Intento persuasivo
- Tattiche persuasive



Riassumendo

- I computers possono persuaderci in vari modi essendo usati come tools, media o attori sociali. Le tecniche utilizzate sono derivate dalla psicologia sociale e del comportamento e applicate all'interazione uomo-macchina. Dal condizionamento operante al modellamento al turn taking.



Tecnologie Facilitanti

- Le carte di credito, la prenotazione elettronica dei voli aerei, caller ID, ATMs, etc., sono “macchine” che facilitano le attività quotidiane.
- Sappiamo che ogni volta che li usiamo lasciamo tracce dei nostri comportamenti
- Accettiamo di barattare barattare la nostra privacy con piccole comodità.



Tecnologie esperienziali

- I giochi on line, le simulazioni sui networks distribuiti, etc., ci forniscono di esperienze vicarie di realtà dove ci mettiamo alla prova.
- Questi comportamenti sono registrati in databases.
- è possibile ripercorrere e tradurre le nostre interazioni.



Social Tracking

AntiGame, CyberWatch, NetPatrol e tutti i tipi di tracking software sono “macchine” che decidono i nostri comportamenti.

Sotto osservazione non ci si comporta liberamente.



Persuasione in Ufficio

- ✓ Le aziende utilizzano software per monitorare i comportamenti degli impiegati e indurli ad un uso parco e professionale del web o della posta elettronica o per valutarne la produttività, persuadendoli al conformismo e all`autodisciplina sul luogo di lavoro.
- ✓ In questo caso il meccanismo persuasivo fa leva sull`utilità attesa



Tre esempi di Tecnologie di Sorveglianza



Barmate Wireless Liquor Control System

Questo sistema è usato per monitorare la quantità di alcol che i baristi versano agli avventori. È disegnato per persuadere i baristi a non riempire troppo i bicchieri.

<<http://www.barmate.com>>



Hygiene Guard

Questo dispositivo controlla che ciascun impiegato si lavi le mani dopo aver usato la toilette. è disegnato per proteggere la salute dei clienti.

(Citato in Wired, 1997, p. 65).



Com.Policy (Silverston sw)

Questo software traccia i comportamenti degli impiegati davanti al computer per persuaderli ad essere produttivi e a non sprecare le risorse aziendali.

(Citato in Newsweek, 7, Luglio 1997 p. 10)



Implicazioni per la sorveglianza

La nuova frontiera della sorveglianza è la sorveglianza commerciale e dei consumi poichè:

il consumo funziona come guida e integratore sociale nel mondo della presunta libertà di scelta dove la capacità di consumo viene modellata ed incanalata

utilizzando la nostra dataimmagine.



Avviare, Mantenere, Smettere un comportamento

- Applicare i principi della persuasione interattiva nel sw e hw design, equivale ad essere in grado di offrire al consumatore quello che è più propenso a desiderare, cio` che gli è più facile realizzare ed a modellarne gusti e necessità.
- Per fare questo bisogna conoscere il consumatore: devi conoscerne comportamenti, abitudini, potere d`acquisto, ubicazione geografica,



Come individuare il bersaglio?

...allora i dati che parlano di te, raccolti coi cookies, coi questionari commerciali o ricavati da telefonate e contratti, torneranno utili.

...dalla telefonata alla navigazione sul web al prodotto persuasivo, il cerchio si chiude.



Enjoy,
that`s
free
market!