



QUÈ ÉS EL "MICROTARGETING"?

- És una tècnica que es fa servir per oferir missatges personalitzats i persuasius (de vegades manipuladors) a persones o grups específics en funció de les seves característiques demogràfiques o de comportament.
- El "microtargeting" també s'anomena segmentació per micro-orientació i vol assegurar-se que un anunci de qualsevol tema arriba a la persona considerada adequada utilitzant la precisió que ofereix la IA actual a través d'estratègies publicitàries conegudes
- Sens dubte, la popularització de xarxes socials com Facebook, Instagram, TikTok o X han facilitat el "microtargeting" mitjançant la recollida massiva de dades i vigilància en línia, incloent-hi la nostra xarxa d'amistats, el comportament digital i les preferències personals.
- A partir de totes aquestes dades, un sistema d'IA pot personalitzar els missatges al nostre perfil personal ja que abans haurà pogut, entre altres, predir a qui és més probable que votem o seguim o (generalment) quin tipus de publicitat o propaganda podem ser més susceptibles.
- Això presenta problemes no tan sols pel seu ús propagandístic i de desinformació en XXSS en relació a temes com conflictes i guerres, sinó també en processos electorals ja que els partits que més inverteixen en tecnologia poden obtenir una superioritat en el panorama polític.
- Per tant, el "microtargeting" torna a posar sobre la taula un vell debat sobre la diferència entre el que es coneix com a manipulació i persuasió, i que en l'antiga Grècia ja es tenien presents per descriure diferents formes de control o influència sobre els altres.
- De fet, la manipulació ja s'entenia com l'ús d'arguments enginyosos però enganyosos per aconseguir objectius interessats i deshonestos (com alguns a XXSS, els sofistes eren sovint acusats a l'àgora d'utilitzar la manipulació per guanyar debats i influència a qualsevol preu.