

LA PRIVACY COME PROCESSO COLLETTIVO

I dati sono considerati come il “petrolio” della nostra epoca, rappresentano un patrimonio per le aziende e sono in grado di far esplodere scandali come quello che ha coinvolto Cambridge Analytica sul piano politico-elettorale. Se così è, allora tanto varrebbe che il singolo individuo iniziasse a monetizzare la cessione delle informazioni personali.

Questa soluzione è oggetto di discussione a livello europeo e fonte di proposte (o iniziative di qualche start up) in cui la persona, a fronte di specifico consenso, potrebbe diventare azionista della cessione dei propri dati e compartecipare ai ricavi delle aziende a cui il dato viene ceduto.

Una soluzione che, come evidenzia il Garante della privacy italiano, Pasquale Stanzione, andrebbe a intaccare il concetto stesso di democrazia condizionando la libertà dei singoli, oltre che la reale capacità di controllo dei dati personali. Il rischio sarebbe anche quello di vedere proliferare una sorta di “sottoproletariato digitale” pronto a cedere dati per necessità, bisogno o speculazioni varie. Ma non solo. Immaginiamo infatti fino a che punto la monetizzazione dei dati sarebbe in grado di scatenare le capacità di azione di hacker, sempre più abili a esplorare nuove strade per generare inaspettate e impensabili frodi.

La mancanza di consapevolezza verso i rischi per la privacy, del resto già ampiamente dimostrata durante l'emergenza dei mesi scorsi, in caso di vendita/acquisto dei dati non farebbe altro che esporre la popolazione e le aziende a nuove minacce.

Basti pensare a quanto l'emergenza dei mesi scorsi abbia condotto un po' tutti, per impreparazione tecnica e organizzativa, per la mancanza di sistemi tecnologici o di device idonei, a operare con imprudenza. A esporci a rischi per la nostra privacy sono, oltre a una certa leggerezza nel fornire il consenso on line all'utilizzo dei nostri dati, le piattaforme gratuite per video conferenze, i computer aziendali usati a distanza senza un adeguato livello di sicurezza, le app scaricate senza valutare l'impatto sui dati personali che vengono ceduti.

Nei mesi scorsi, insomma, ci si è mossi in modo decisamente maldestro, seguendo comportamenti giustificabili solo con la gravità del momento.

Anche alcune procedure comunemente utilizzate per monitorare l'andamento della pandemia, tra cui la app Immuni o il ricorso sistematico ai termoscanner, continuano a raccogliere i nostri dati senza farci esattamente comprendere quale destino avranno le informazioni che ogni giorno vengono generate.

Abbiamo adottato atteggiamenti dannosi a cui le normative vigenti non possono a lungo concedere deroghe e sono state adottate misure che rischiano di rivelarsi poco utili, come rileva Nicola Bernardi, presidente di Federprivacy, proprio in riferimento alla app Immuni.

Questo scenario apre dunque una riflessione su quanto sia fondamentale, in particolare in un mondo dominato dal rischio pandemia, essere in grado di coniugare la capacità di reazione con la prudenza.

La tecnologia come fonte di innovazione per contrastare la pandemia o come strumento ineludibile per l'evoluzione del nostro modo di utilizzare il web, di lavorare, studiare, fare la spesa o accedere a una sempre più vasta gamma di servizi, deve necessariamente fare i conti con l'etica e con una indispensabile evoluzione culturale. Se il presupposto è questo, potremo parlare di reale tutela della privacy solo quando verrà costruito un processo collettivo capace di ridurre il gap culturale esistente nel nostro Paese (ma non solo), includendo sia investitori che utilizzatori. Sarà così possibile arrivare a decisioni sulla base di valutazioni del contesto economico e sociale tali da riuscire a ridurre il peso di conseguenze che possono, in prospettiva, rivelarsi negative per tutti.



Maria Rosa Alaggio
alaggio@insuranceconnect.it