

La nostra privacy? È in vendita su internet

Pubblicato: Giovedì 18 Dicembre 2014

Postare una foto su Facebook. Controllare peso e attività fisica con il braccialetto. Acquistare on line. Ormai la tecnologia ci permette di avere servizi precisi e puntuali con un click. Anche la casa demotica è un lusso che ci consente di gestire facilmente e velocemente le faccende di casa. Una vera soddisfazione... e per giunta gratis!



Ma è su questo punto che studiosi e legali stanno studiando: **quello che apparentemente è libero e gratuito, in realtà ha un costo preciso, la nostra privacy.**

Tutto ciò che si condivide sui social, la spesa on line, anche il bracciale che tiene vigila sulla nostra salute, creano **dati che vengono raccolti in grandi server** i quali, a loro volta, li restituiscono al proprietario. **Li restituiscono, però, trattenendoli e disponendoli secondo un modello che, alla fine, crea business.** È così che questi provider riescono a guadagnare dalle opportunità che offrono al pubblico. Lo stesso Facebook, apparentemente una piazza virtuale di condivisione e socialità, è costruito in modo che gli **utenti siano prodotti mentre i clienti sono le società che fanno pubblicità mirate** in base alle nostre caratteristiche.

Il grande fratello?

«In questo particolare momento sì – commenta la **professoressa Elena Ferrari, preside del corso di Informatica all’Università dell’Insubria, recentemente premiata da IBM per i suoi studi su “big data e privacy”** – Stiamo parlando di aziende che hanno investito in servizi gratuiti in cambio della nostra privacy. I **“big data”** è il fiume di notizie sensibili che viene immesso, spesso in modo poco consapevole, dai cittadini e che confluisce in server di terzi che ne diventano proprietari. Tutto ciò è possibile perché il campo è nuovo e le regole ancora fumose. Per questo stiamo studiando e cercando vie di tutela dei dati sensibili dei cittadini mantenendo, però, **un modello di business**».

Il problema è tutto qui. **Oggi, chi gestisce i servizi li dà gratuitamente perché sa di ricevere in**

cambio informazioni preziose e monetizzabili:

« L'idea – racconta la professoressa Ferrari – è quella di sfruttare il “**cloud computing**” dove ognuno può stoccare le proprie info. A quel punto, però, che interesse avrebbe l'azienda a offrire servizi gratuiti? Ed è, perciò, **sul modello di “business” che si sta dibattendo**: da qualche parte, l'economicità va garantita, per cui o l'utente finisce per pagare la gestione della propria privacy o accetta di comprare i servizi».

La questione non è semplice: in questo momento la tecnologia per fare simili scelte è ancora costosa, ci sono problemi infrastrutturali e di efficienza:

« È indubbio, però, che **il progresso non si fermerà**. Per cui si dovrà per forza arrivare alla soluzione. Ecco perché IBM ha deciso di premiare la ricerca: il campo è delicato ma non ci sono alternative alla soluzione del contrasto».

La consapevolezza sulla complessità della questione è ancora molto bassa.

Spesso su Facebook, per esempio, si leggono dichiarazioni che richiamano il diritto alla privacy con diffide più o meno articolare a chiunque tratti propri dati sensibili: « **Si tratta di dichiarazioni che non hanno alcun valore** – chiarisce la preside del corso di Informatica – È solo uno sfogo. **Chi apre un profilo sul social network ne accetta regole e condizioni**. E, come tutte le clausole più indigeste, sul punto della privacy FB, per esempio, è molto fumosa: “ tuteleremo al meglio”. Altri provider, nascondono le note che riguardano il trattamento dei dati e rimangono blandi. Ci sono state, in verità, class actions condotte, però, con sistemi legali più strutturati: in quei casi si sono raggiunti veri risultati».

Il problema è anche di natura legislativa

« Dobbiamo pensare che stiamo parlando di servizi e operatori che lavorano nel mondo. I server possono essere messi negli Stati Uniti piuttosto che in Europa o in Asia. **Ogni paese ha una sua legislazione: pensate alla Cina e a tutte le restrizioni che ha deciso per internet**. La complessità è grande. Oggi complice anche lo scandalo degli Stati Uniti che spiavano i cittadini, (**scandalo NSA**) c'è una maggiore consapevolezza dei rischi che corriamo. Quindi, **il consiglio è quello di evitare di inserire on line informazioni molto sensibili**. In questo momento, non ne saremmo i padroni».

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it