

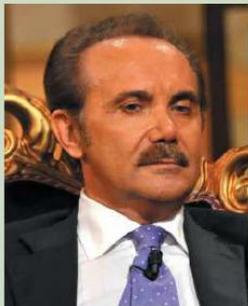
IL PUNTO DI MAURO MASI*

Internet, serve una nuova privacy

Durante il periodo più acuto della pandemia, e anche più di recente, si è sviluppato in Italia e nel mondo un ampio e acceso dibattito sulla possibilità di utilizzare le app di tracciamento, cioè sistemi di rete che possono identificare i contatti con possibili portatori del virus (come di qualsiasi altra particolarità). Al di là delle problematiche giuridiche relative alla procedura di attuazione, le questioni più spinose attengono al merito e si ricollegano al tema della tutela della privacy. Senza dubbio un diritto fondamentale dell'individuo e un pilastro del pensiero liberale che segna il discrimine tra i sistemi democratici e quelli dittatoriali, ma questo diritto è già da tempo in grande attacco della rete e dei big data. Per decenni uno dei principi ispiratori delle leggi sulla privacy è stato lasciare il controllo ai singoli individui consentendo loro di decidere se, come e da parte di chi potevano essere processate le informazioni personali.

Nella prima fase dell'era di internet, questo ideale si è trasformato nel meccanismo burocratico del «consenso informato». Nell'era dei social e dei big data, il consenso informato non regge più sia per l'enormità degli individui coinvolti (quasi 5,6 miliardi di persone connesse alla rete di cui il 65% della popolazione globale solo attraverso Facebook) sia perché il gros-

so del valore dei dati, raccolti dalle piattaforme, sta in utilizzi secondari che spesso non si potevano nemmeno immaginare al momento della raccolta dati. E' quindi chiaro che la tutela della privacy si deve spostare dal consenso individuale espresso nel momento della raccolta alla responsabilizzazione degli utilizzatori dei dati per quello che fanno. Del resto, hanno sempre saputo quello che facevano (nonostante quello che **Marc Zuckerberg** va dicendo). Al riguardo ricordo le parole pronunciate già nel 2015 da **Tim Cook** (Apple) per mettere in guardia i clienti sui rischi per la privacy. Cook, senza fare alcun nome specifico, ebbe da dire con molta chiarezza: «attenzione, alcune delle società più importanti e di successo hanno costruito il loro business cullando i clienti con false rassicurazioni sulle informazioni personali e un giorno o l'altro i clienti le vedranno per quello che sono realmente; sarà un impatto molto duro». Quindi si può approfondire ogni aspetto delle app di tracciamento senza però dimenticare che il mondo in cui vivevamo anche prima della pandemia ha già profondamente cambiato il concetto di privacy individuale.



Mauro Masi

***delegato italiano
alla Proprietà intellettuale
Contatti: mauro.masi@bancafucino.it**

— © Riproduzione riservata —

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

