

## Siamo di fronte alla fine della privacy?

di Silvano Marioni

Tutto è cominciato molti anni fa con le tessere fedeltà. In cambio delle informazioni sui nostri acquisti, i supermercati hanno iniziato a offrire degli omaggi ai clienti, controllando nel contempo l'andamento delle vendite. Agli inizi non ci si preoccupava molto di comunicare i propri dati e da allora il fenomeno ha avuto una enorme diffusione. Oggi, per citare le tessere più utilizzate, su un totale di 3,8 milioni di economie domestiche presenti in Svizzera, 3,2 milioni partecipano al programma Supercard di Coop mentre 2,8 milioni utilizzano la Carta Cumulus di Migros. Ma questo meccanismo, che permette ad aziende e clienti di avere un vantaggio reciproco, con l'avvento delle nuove tecnologie è cambiato radicalmente. Internet oggi ci offre tutto gratuitamente. Ma in effetti le ricerche fatte su Google, i messaggi di WhatsApp o le informazioni pubblicate su Facebook, Twitter o Instagram li paghiamo regalando i nostri dati ad aziende che li utilizzano senza darcene conto. Il problema è che oggi i nostri dati non sono più conosciuti solo dal nostro supermercato di fiducia ma, una volta inseriti nel nostro computer, tablet o smartphone, si diffondono all'interno della rete Internet senza che noi siamo più in grado di sapere chi e come li utilizzerà. Ma in fondo, se non abbiamo niente da nascondere, perché dovremmo preoccuparci?

Per approfondire l'argomento è utile definire che cosa è la privacy: semplicemente il nostro diritto di decidere quali informazioni vogliamo far sapere agli altri. I timori nascono dal fatto che quando inviamo messaggi o navighiamo sui siti o sui social non forniamo solo le informazioni che comunichiamo volontariamente ma, a nostra insaputa, lasciamo una serie di tracce digitali che opportunamente analizzate possono svelare aspetti della nostra personalità. Ad esempio, per citare le più evidenti, la rete di amicizie su Face-

book può illustrare i nostri interessi privati, sociali o politici; il sistema di geolocalizzazione del nostro apparecchio può comunicare dove ci troviamo; l'analisi del traffico di WhatsApp può dare indicazioni sui nostri comportamenti quotidiani; la navigazione su vari siti Internet può svelare le nostre preferenze di acquisto. Ci sono numerose tecniche per raccogliere queste tracce digitali e, attraverso programmi sofisticati che le elaborano e le aggregano, si può arrivare a definire un nostro profilo di utente e consumatore. Tutto questo ha un valore economico ed è per questo che i nostri dati interessano molto alle società di marketing.

Ma chi sono queste aziende che sono così avidi dei nostri dati? Innanzitutto i giganti del Web quali Google, Facebook o Amazon, ma anche molte altre società di marketing più piccole e sconosciute al grande pubblico. Oggi il settore del marketing digitale ha un valore economico tutt'altro che trascurabile se pensiamo che aziende come Google o Facebook, che lavorano sostanzialmente elaborando e vendendo i nostri dati, hanno un fatturato annuo di decine di miliardi di dollari. Tra le tecniche più utilizzate per raccogliere i dati, quella dei cookies di terze parti permette ad una società di marketing, che non ha niente a che vedere con i siti che stiamo visitando, di memorizzare tutte le pagine che consultiamo sul Web e di costruire quindi il nostro profilo. Naturalmente il sito che visitiamo riceve un piccolo compenso dalla società di marketing e questa è una tecnica molto usata per rimediare alla mancanza della pubblicità. Non sorprendiamoci quindi quando ci viene proposta una pubblicità mirata con un'offerta di qualcosa che effettivamente ci interessa. È solo la conseguenza delle nostre tracce digitali e della loro aggregazione fatta da qualcuno che ci sta spiando a nostra insaputa.



Un'altra situazione critica è quella delle relazioni che si stabiliscono sui social network. Ad esempio Facebook, proprietaria di WhatsApp, può accedere a tutti i nostri contatti telefonici. Diventa quindi semplice per Facebook stabilire una relazione tra noi, gli indirizzi dei nostri contatti e tutti gli indirizzi telefonici di ognuno di loro in una sequenza ripetitiva, fino a creare una enorme e complessa rete di collegamenti, difficile da immaginare ma facilissima da gestire con gli adeguati algoritmi informatici. Tramite queste relazioni i messaggi che ci scambiamo sui social network ci posizionano in un contesto sociale, culturale e politico fortemente condizionato dalle scelte dei nostri contatti e delle nostre amicizie. In pratica ci troviamo all'interno di una bolla informativa in cui vediamo solo notizie e informazioni limitate agli interessi delle nostre amicizie e al loro ambiente. Di fronte a questi esempi la prima reazione emotiva potrebbe essere quella di rifiutare ciò che viene proposto dalla tecnologia ed evitare l'uso di Internet, smartphone, app, Facebook e quant'altro.

Questa purtroppo è una reazione ingenua che non tiene conto del fatto che già oggi siamo censiti in decine di database informatici e che esistono sistemi che possono raccogliere le nostre informazioni personali senza che ce ne rendiamo conto, come ad esempio nel caso delle videocamere con riconoscimento facciale, braccialetti fitness o degli assistenti vocali. Una posizione estremista di rifiuto della tecnologia ci può privare inoltre di tutta una serie di servizi e vantaggi di Internet che possono essere molto utili. Come sempre il giusto comportamento sta nel mezzo: con l'adozione di alcune semplici misure possiamo usufruire di tutti i vantaggi diretti e tangibili della tecnologia e nello stesso tempo tutelarci nella protezione dei nostri dati.

Nel riquadro sono elencate alcune applicazioni che permettono di proteggere la nostra privacy ma è soprattutto con la nostra consapevolezza del problema e i nostri comportamenti che possiamo difendere i nostri dati privati. Di fronte a situazioni improbabili, anche nel mondo virtuale dovremmo usare la prudenza e la diffidenza che abbiamo nel mondo reale.

Internet è una rete globale dove le singole legislazioni nazionali hanno sempre fatto fatica ad essere applicate. Il fatto che la maggior parte dei colossi di Internet abbia le sue basi oltreoceano, dove la cultura della privacy è praticamente inesistente, non ha contribuito finora a proteggere i nostri dati personali.

Oggi sia l'Unione Europea con il suo regolamento GDPR sulla privacy, sia la Svizzera con la revisione della Legge svizzera sulla Protezione dei dati (LPD), stanno mostrando sempre più attenzione alla privacy dei propri cittadini e hanno iniziato a limitare lo strapotere di queste aziende. Sta a noi completare l'opera con i nostri comportamenti e mandare un segnale chiaro a tutti coloro che vorrebbero appropriarsi gratuitamente dei nostri dati.



## Programmi utili per tutelare la privacy

Browser per la navigazione

- **Mozilla Firefox:** [www.mozilla.org](http://www.mozilla.org). Browser di pubblico dominio molto diffuso che può essere configurato con diverse funzioni per tutelare la privacy.
- **Brave:** [www.brave.com](http://www.brave.com). Browser che garantisce la protezione della privacy bloccando il tracciamento dei siti e i cookies di terze parti

Ricerche su Internet

- **DuckDuckGo:** [duckduckgo.com](http://duckduckgo.com). Contrariamente alla ricerca su Google il programma non fa il monitoraggio delle ricerche e non propone annunci mirati.

Traduzione

- **DeepL:** [www.deepl.com](http://www.deepl.com). Buona alternativa al Traduttore Google sia per la tutela della privacy che per la qualità della traduzione.

Messaggistica

- **Signal:** [www.signal.org](http://www.signal.org). Programma per messaggistica e telefonate sicuro. Contrariamente a WhatsApp, non raccoglie i dati dei nostri contatti.

Posta elettronica

- **ProtonMail:** [protonmail.com](http://protonmail.com). Servizio di posta elettronica con messaggi cifrati e protetti basato in Svizzera.

Mappe online

- **OpenStreetMap:** [www.openstreetmap.org](http://www.openstreetmap.org). Sistema di mappe mondiale che contrariamente a Google Map rispetta la privacy sulla posizione delle persone.