

Il Sole 24 ORE
nòva

il compromesso tra dati e libertà

Tecnologie e privacy-by-design

- l'utente vuole conoscere ma anche salvaguardarsi
- *«i cellulari in circolazione sono il 128% degli abitanti dei paesi sviluppati ed il 90% degli abitanti dei paesi in via di sviluppo»*
 - relativamente poca disparità
- *«solo gli indovini e i consulenti cercano di prevedere il futuro senza dati»*
- *«osservando i “like” che lasciamo su Facebook è possibile capire se siamo gay con una accuratezza oltre il 95%»*
- *«dai nostri spostamenti del venerdì è possibile capire se siamo musulmani»*

strumento potentissimo

- *«strumento potentissimo ...
Migliorare il nostro benessere.
Ma al tempo stesso, big data ci trasforma in **topolini sotto la lente**, micro-organismi sul vetrino del microscopio»*
- *«E se dai dati è possibile **risalire alla nostra identità e alla nostra sfera personale più intima**, ecco che possiamo ritrovarci alla mercé degli apprendisti stregoni alla ricerca di presunti terroristi, o di occasioni di business privo di scrupoli»*
- *«**non possiamo permetterci di fare a meno** di questa sorgente di conoscenza, ne abbiamo assolutamente bisogno per affrontare le sfide della povertà, dell'energia, della disoccupazione, della disuguaglianza, del cibo, dell'ambiente, della salute»*

uso dei dati e privacy

- *«in questa fase iniziale della società misurabile esistano pochi **“latifondisti”** che concentrano i dati di moltitudini di persone in grandi **raccolte segrete**»*
 - Facebook è libera di utilizzare le foto e gli altri contenuti conferiti dall'utente ovunque lo ritenga opportuno e senza versare un centesimo in termini di royalty
 - i contenuti, foto comprese, restano di proprietà dell'utente ma Facebook non dovrà versare alcun corrispettivo economico se vorrà riutilizzarle

privacy-by-design

- *«Privacy-by-design significa tener conto delle salvaguardie per la protezione dei dati personali **fin dall'inizio del progetto** di nuovi servizi basati su questi dati, in modo da rendere basso il rischio legato alla privacy delle persone coinvolte»*
- *«... servizi rivolti, per esempio, ai cittadini per **ottimizzare** i propri spostamenti o ai decisori per ottimizzare le reti di trasporto pubblico, possono essere messi a punto facendo leva su dati personali che escono dai sistemi **protetti** solo dopo essere stati **trasformati** in modo da rendere **trascurabile** il rischio che uno specifico utente venga riconosciuto e che le sue informazioni personali (ad esempio, dove va il venerdì sera) siano svelate»*

raccolta passiva

- «bisogna rompere lo schema della raccolta passiva dei dati e far partire la **partecipazione**, la **consapevolezza** del valore dei dati di ciascuno di noi.»
- «Rendere ciascuno **padrone dei propri dati**.»
- «Ogni anno ogni persona lascia dietro di sé circa **3 gigabytes** di briciole digitali nei sistemi e nei servizi più disparati che usiamo per le nostre azioni quotidiane: muoverci, comunicare, pagare beni, bollette o cibo, cercare in rete, leggere, giocare, fare sport, messaggiare, scrivere, postare, twittare, fare operazioni in banca. Tre giga, senza contare foto e video, altrimenti il conto sale di parecchio»

spazio personale

- *«ciascuno di noi potrebbe **collegare** tutte queste informazioni su di sé in uno spazio personale dei dati»*
- *«Nessun Google o Facebook ha un simile potere oggi, e dovremmo **guardarci molto attentamente dal darglielo in futuro**»*
- *«**personal data store**»*
- *«che non si limiti a mettere insieme tutte queste nostre tracce, ma che ne **estragga senso** e ci proponga una immagine di noi stessi, l'immagine riflessa nello specchio digitale»*
- *«ognuno, invece di cedere i propri dati firmando una **oscura liberatoria**, decide se rispondere o meno a domande da parte di altri soggetti, in base al **proprio interesse** a partecipare ed alla fiducia dell'interlocutore»*