



Aspettando La buona battaglia

L'educazione civica

Il molteplice della rete

Nel 2017 la rivista "Il Mulino" ha pubblicato una serie di contributi di studiosi di varia formazione sulle possibilità e i problemi della rete, soprattutto in relazione all'istruzione e all'acculturazione. Questo è quello dello studioso di filosofia politica Michele Bocchiola.

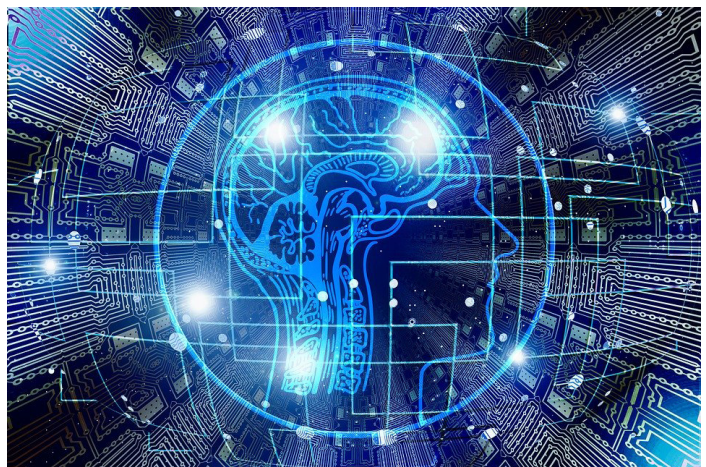
Michele Bocchiola

I miei dati non sono (solo) miei

Michele Bocchiola si occupa di teoria morale e filosofia politica contemporanea, con particolare attenzione alle questioni di fondazione della teoria normativa. Tra le sue pubblicazioni, *Privacy. Filosofia e politica di un concetto inesistente* (Lup, 2014).

La maggior parte delle comunicazioni quotidiane avviene su Internet, una rete mondiale di computer interconnessi. È il mezzo di comunicazione di massa più efficace che sia mai stato realizzato: ha sostituito le tradizionali lettere e telefonate con posta elettronica, programmi di messaggistica istantanea e sistemi VoIP; ha cambiato il mondo dell'informazione, marcando il passaggio da giornali e Tv a portali, blog, microblog e social media; e anche molte delle attività tradizionali – come fare la spesa o acquistare un libro – hanno subito mutamenti sostanziali. Oggi, grazie al cosiddetto «Internet delle cose», la Rete rende intelligenti gli oggetti che ci circondano: possiamo così dialogare con gli elettrodomestici, lasciare che l'auto ci porti al lavoro trovando parcheggio da sola ed effettuare un'operazione chirurgica a chilometri di distanza. Lo sviluppo tecnologico e la rete Internet ci consentono di fare cose, quindi, che sino a pochi anni fa solo la fantasia di qualche regista hollywoodiano poteva immaginare.

Tuttavia, non è ancora del tutto chiaro se il bilancio tra costi e benefici sia positivo. Da una parte la vita si semplifica; dall'altra siamo costretti a rinunciare giorno dopo giorno a un po' della nostra privacy personale – la condizione in cui ci troviamo quando non siamo osservati o controllati da altre persone. Navigare su Internet, infatti,



significa condividere (più o meno inconsapevolmente) dati – «azioni o segni che richiedono un lavoro di interpretazione prima di acquisire un qualsiasi significato» – che qualcuno raccoglie ed elabora per ottenere informazioni – cioè **dati che vengono «comunicati, ricevuti e compresi»** (R. Wacks, *Personal Information: Privacy and the Law*, Clarendon Press, 1989, p. 25). Tra tutti i dati e le informazioni che condividiamo, alcuni hanno carattere tecnico, come l'indirizzo Ip (*Internet protocol*), cioè stringhe di informazioni che consentono a due computer di mettersi in comunicazione e identificarsi reciprocamente. Ma utilizzando Internet ci potrebbe venir richiesto di condividere informazioni personali, come la data di nascita, l'indirizzo di residenza, il numero di telefono e l'indirizzo e-mail, il lavoro che svolgiamo, i gusti e le preferenze circa le attività ricreative, le opinioni politiche e gli orientamenti sessuali, fino alla nostra posizione geografica tramite i sistemi Gps di cui sono dotati quasi tutti i telefoni cellulari. E tra le informazioni, alcune potrebbero riguardare dati sensibili come quelli finanziari – dal numero di carta di credito a particolari informazioni bancarie – o commerciali – come la composizione segreta di una bevanda.



Non abbiamo sempre consapevolezza di quanti e quali dati stiamo diffondendo; ce ne rendiamo conto solo quando, dopo aver inserito il numero di telefono o l'e-mail nella pagina di registrazione a un social media o su quella per effettuare un acquisto su Internet, veniamo contattati da un call center dove un giovane precario ci informa dell'offerta esclusiva a noi riservata per esserci iscritti a un altro portale (che forse nemmeno conosciamo). Oppure quando andiamo al cinema per vedere *Snowden*, di Oliver Stone, e capiamo così che i computer, i tablet o anche i telefonini dotati di telecamera e microfono possono trasformarsi in un sistema di spionaggio molto accurato, esponendo chiunque a una possibile – e probabile – costante sorveglianza.



Sicuramente non tutti finiscono nella rete di ascolto della Nsa americana. Chi conduce un'esistenza normale potrebbe non sentirsi esposto a questo problema. Ma non è così: **qualsiasi dato personale, per quanto poco possa valere preso singolarmente, quando viene aggregato ai dati e alle informazioni di migliaia di persone acquisisce un valore significativo.** Un pacchetto di qualche migliaio di indirizzi e-mail di persone che hanno gusti simili – per

Edward Snowden by Mike Mozart Flickr
CC BY 2.0

esempio, perché negli ultimi mesi hanno comprato una decina di bottiglie di vino – potrebbe dare a un'azienda vinicola la possibilità di ampliare il proprio mercato, andando oltre alla tradizionale rete di enoteche. **I dati personali vengono spesso registrati, condivisi e venduti a nostra insaputa e senza la nostra attiva partecipazione:** ogni volta che cerchiamo qualcosa su motori di ricerca come Google lasciamo delle tracce, raccontando qualcosa di noi. E in un futuro non molto lontano, i motori di ricerca sceglieranno i risultati delle nostre ricerche sulla base dei nostri comportamenti precedenti su siti, social media, posizione geografica e così via.



A chi appartengono i dati personali da cui si ricavano le informazioni? Porsi questa domanda non ha una funzione meramente retorica. È una questione assai complessa, poiché **i dati sono cose che non esistono come esistono gli altri oggetti nel mondo e ai quali, normalmente, possiamo attribuire la proprietà in maniera più o meno diretta.** Non posso, per esempio, affermare che un dato come la preferenza per un certo vino mi appartiene nello stesso modo in cui il computer su cui sto lavorando in questo momento mi appartiene. Quel dato mi riguarda poiché si riferisce a una mia preferenza. Ma posso esercitare gli stessi diritti che esercito, per esempio, sulla bottiglia di vino che ho acquistato? E più in generale, a chi appartengono i dati scambiati tra il mio computer e i siti a cui mi sto collegando?

Per alcuni, la domanda sulla proprietà dei dati personali, come le preferenze, potrebbe sembrare mal posta: sarebbe come chiedersi di chi è un ricordo – se della persona che ha quel ricordo nella mente, oppure della persona che viene ricordata. La domanda rilevante, semmai, riguarda l'utilizzo che si fa dei dati e delle informazioni: così come non posso utilizzare certi ricordi per far del male a qualcuno, si deve discutere delle condizioni per raccogliere e utilizzare dati senza danneggiare la persona a cui quei dati si riferiscono.

Con l'approvazione del **Codice in materia di protezione dei dati personali**, nel nostro Paese si è deciso di andare in questa direzione. Il **Decreto legislativo n. 196 del 30 giugno 2003** tutela infatti i diritti e le libertà fondamentali delle persone in tutti i contesti, sia pubblici sia privati, regolando l'acquisizione e lo scambio dei dati personali. Si è così istituita un'**Autorità garante**, un organo collegiale con il compito di controllare che i trattamenti di dati personali siano conformi a leggi e regolamenti, di valutare possibili ricorsi, di intervenire con la proposta di nuove leggi per migliorare la riservatezza delle persone e di sanzionare ogni violazione. Alla base di provvedimenti di questo tipo ci sono due assunzioni. La prima è che **Internet è una versione digitale della sfera pubblica**, dove è molto difficile tracciare i confini della proprietà privata. La seconda riguarda **la privacy come valore fondamentale per una società.**

Per molti la Rete è un po' come una piazza: quando si entra, alcuni dati diventano inevitabilmente pubblici, a partire dalla propria identità. E anche se possiamo cercare



di nasconderci, coprendoci il volto o utilizzando un browser Internet che ci fa apparire diversi da quello che realmente siamo e che nasconde la maggior parte delle nostre tracce, non possiamo mai scomparire completamente: **se passeggiamo sulla piazza o accediamo alla Rete con un computer, in qualche senso esistiamo e, così, diffondiamo informazioni.** La mera esistenza, tuttavia, non implica che i dati condivisi siano di tutti o di chi se ne vuole servire: in piazza e nella rete Internet ho il diritto «to be let alone», cioè a essere lasciato in pace (S. Warren e L. Brandeis, *The Right to Privacy*, «Harvard Law Review», n. 4, 1890).

La **privacy** è una condizione che descrive lo scambio di informazioni tra una persona (o un gruppo di persone) e tutti gli altri: maggiore (o minore) è la quantità di dati che una persona condivide con gli altri, minore (o maggiore) è la privacy di cui una persona gode. **Funziona come un rubinetto che regola il flusso di dati da un individuo o un'organizzazione verso la società.** Una persona potrebbe decidere di rendere riservata qualsiasi informazione che la riguardi, conducendo una vita da eremita, per esempio. Ma potrebbe anche decidere di rivelare alcune cose a un amico fidato; in questo caso, si può ridurre la condizione di privacy, senza però violare il diritto alla privacy. Infatti, **non c'è violazione se le informazioni sono ottenute in maniera legittima** – quando l'accesso a dati personali non è frutto di raggiri o ricatti – **o quando non sono divulgate a terzi senza consenso.** Quale che sia la scelta che ciascuno compie circa la condivisione di dati e informazioni, la privacy ha la funzione di garantire la libertà di quella scelta. In questo caso, l'idea di libertà è da intendersi in senso negativo, ossia come assenza di vincoli esterni, eccezion fatta per alcune ragionevoli restrizioni che garantiscono la libertà di ogni individuo. Il diritto alla privacy ci tutela da un uso improprio – illegale o immorale – di ciò che liberamente condividiamo.

Le continue violazioni della privacy su Internet, tuttavia, danno qualche indicazione circa i limiti non solo della legislazione vigente, ma dell'idea stessa di privacy per la tutela dei dati personali. Si pensi, per esempio, alle **clausole di un contratto con cui si concede il diritto di acquisire e trattare i dati personali:** spesso, questa non è un'opzione ma una vera e propria **arma di ricatto**, perché senza accesso ai dati personali alcune aziende si rifiutano di rendere un servizio, nel nome del libero mercato. Servizi all'apparenza gratuiti come posta elettronica, messaggistica o social media hanno in realtà un costo in termini di privacy: **per poter scrivere un'e-mail o un messaggio diventiamo un oggetto di ricerca** (in genere, con un processo di *data mining*) **da parte del gesto e che ci concede quel**



servizio. Il gestore non divulga il contenuto delle e-mail o dei messaggi – rispettando il principio costituzionale della segretezza delle comunicazioni – ma **utilizza il nostro profilo** – le preferenze, le scelte, i comportamenti – per vendere, per esempio, pubblicità o altri servizi. Acconsentendo al trattamento dei dati, le telefonate e le e-mail ricominciano, a discapito della tanto agognata privacy personale.

Recentemente, la presidenza della Camera dei deputati ha chiamato studiosi, esperti e semplici cittadini a stendere, sotto la guida di **Stefano Rodotà**, una **Dichiarazione dei**



Stefano Rodotà
(1933 - 2017)

diritti in Internet. La *Dichiarazione* è un passo in avanti per il nostro Paese, caratterizzato da una preoccupante anomia in materia di diritti in Internet, dove pochi attori – come le multinazionali delle tecnologie di comunicazione – esercitano un controllo quasi assoluto su uno strumento potente e oramai pervasivo nella vita quotidiana. Ma questo documento non fa che rimanere nei limiti della tutela dei dati personali, senza chiarire chi ha titolo valido su quei dati. La Dichiarazione, infatti, ammette che, una volta ottenuto il consenso, i dati personali possano essere acquisiti e utilizzati da terzi. Ma oltre a una formale autorizzazione, non sembra prevedere un vero e proprio contratto per l'utilizzo dei dati. Che tipo di controllo è possibile esercitare su qualcosa su cui non si ha chiaramente titolo?

La questione della **proprietà dei dati** è un tema molto discusso nel mondo anglosassone, ma quasi del tutto ignorato nel continente. Da una parte, nella vecchia Europa, prende piede la consapevolezza che **le persone siano degli insiemi di informazioni**, cioè dati grezzi che assumono significati e rilevanza a seconda di chi li acquisisce, di come vengono elaborati e dello scopo al quale sono poi destinati. D'altra parte, nonostante il carattere personale, si stenta ad attribuire ai dati personali un titolo di proprietà, come avviene invece su altri beni non materiali. Se si può vendere un'opera di ingegno – per esempio, un libro, cioè un insieme di idee trasposte in un codice alfanumerico su un supporto cartaceo o elettronico –, perché non possiamo fare altrettanto con i dati personali?



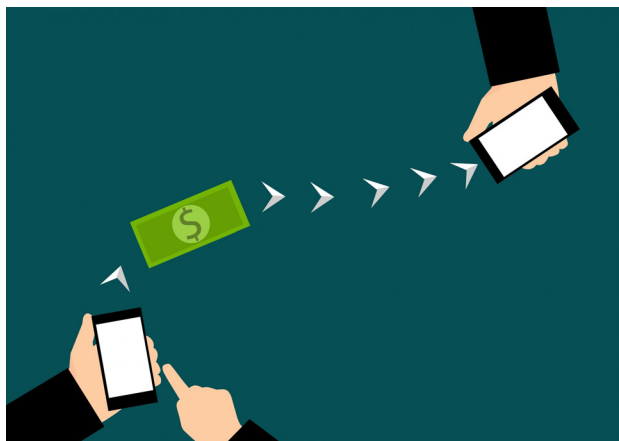
I dati e le informazioni che circolano in Rete non sono altro che impulsi elettromagnetici generati da computer o da altri dispositivi elettronici (come i telefonini) connessi a una rete. A chi appartengono, dunque? Se guardiamo a quello che viene scambiato, la risposta sarebbe ovvia: alle persone coinvolte. Se però guardiamo al mezzo con cui questi dati vengono scambiati (cioè la Rete, con la sua complessa struttura che va dal doppio ritorto delle nostre abitazioni ai lunghi cavi di fibra ottica che corrono sotto le strade delle città, fino alle onde elettromagnetiche che mettono in comunicazione i vari apparecchi tecnologici), allora si potrebbe pensare che la comunicazione su Internet è resa possibile da una struttura la cui proprietà è una parte terza rispetto a chi comunica: potrebbe essere pubblica (nel senso che lo Stato detiene la proprietà dei cavi su cui corrono le informazioni sotto forma di impulsi elettrici), oppure privata se appartiene a una delle tante compagnie di telecomunicazione. Comunque non di chi sta comunicando.

Senza chiarire la titolarità dei dati, chi li ha generati originariamente è spesso tagliato fuori. Il diritto alla privacy protegge le persone dalle grandi compagnie che acquisiscono dati personali, elaborano informazioni e profilano un insieme di individui, ridotti così

alla stregua di potenziali clienti. Ma senza riconoscere la possibilità di un diritto reale – cioè, sulle cose – da esercitare sui dati personali, si toglie la possibilità di contrattare i possibili guadagni derivanti dal trattamento dei dati. La privacy come semplice tutela dei dati personali lascia la possibilità, per esempio, al supermercato dove facciamo abitualmente la spesa di registrare le abitudini di centinaia di clienti consenzienti, ma non dà la facoltà a ciascuno di partecipare ai processi decisionali che determinano l'utilizzo dei dati, la loro gestione e gli eventuali profitti derivanti.

Ora, perché mai dovremmo cercare di estendere i diritti reali a cose così strane come i dati? Per rispondere, occorre partire dall'idea che **ciascuno ha il diritto fondamentale di disporre del proprio corpo, incluse le proprie sembianze, la propria voce e via dicendo**. Secondo **G.A. Cohen** (*Self-ownership, Freedom and Equality*, Cambridge University Press, 1995), per esempio, una persona ha tale diritto quando può controllare il proprio corpo come il padrone controllerebbe il suo schiavo, disponendone completamente senza dover dare conto ad altri. Dalla proprietà di sé deriva l'idea che una persona può trarre profitto dal pieno controllo delle proprie risorse mentali e fisiche. **E i dati personali, generati dalla propria persona, sono tra le cose di cui si dovrebbe avere pieno controllo**.

Così come in una piazza pubblica chiunque ci può vedere ma nessuno ci deve osservare, fissare, fotografare, videoregistrare o monitorare senza il nostro permesso, lo stesso dovrebbe valere per la Rete. Ovviamente potremmo decidere di concedere questo diritto a qualcuno: per esempio, potremmo lasciare che un amico ci fotografi (registrando così la nostra presenza in un certo luogo, in un dato momento), così come potremmo lasciare che un sito tenga traccia delle nostre attività sulla Rete (registrando, in modo simile, la nostra presenza in Rete). Ma siccome siamo padroni di noi stessi, tutto quello che facciamo è nostro – e tale dovrebbe rimanere: possiamo, per esempio, vendere le nostre immagini a una rivista, che sia edita nel mondo reale o in quello virtuale di Internet.



Qualcuno potrebbe obiettare che i dati sono, per loro natura, diversi dalle «cose» su cui è possibile esercitare un diritto reale come quello di proprietà. Ma **la peculiare costituzione ontologica dei dati personali – come sono fatti – non rappresenta un limite alla loro commerciabilità**. Pertanto, si dovrebbe sancire la proprietà dei dati personali o vietare la possibilità di un loro sfruttamento commerciale. Non chiarendo questo punto, il diritto alla privacy non perde certo di efficacia, ma la cosiddetta **«autodeterminazione informativa»**, richiamata anche dalla *Dichiarazione dei diritti in Internet*, non potrebbe realizzarsi a pieno, lasciando ai singoli cittadini la possibilità di integrare, rettificare o cancellare i dati personali, senza però esercitare un vero controllo. Controllo possibile solo riconoscendo la proprietà di un dato personale. **Estendendo l'idea di proprietà ai dati personali, ogni violazione**

di quella che oggi è la legge sulla privacy diventerebbe anche un furto. Ma questa implicazione potrebbe risultare eccessiva per molti, poiché aprirebbe questioni assai complesse. Per esempio, i provider di siti Internet dovrebbero predisporre un regolare contratto per regolamentare la compravendita dei dati carpiri analizzando l'uso che un utente fa di un sito. E questo produrrebbe una serie infinita di cause di difficile soluzione. Ma forse potrebbe cambiare invece il *modus operandi* di chi fa business attraverso la Rete. Si potrebbe vietare la commercializzazione di dati non solo in assenza di consenso, ma anche in assenza di riconoscimento di un'equa porzione del profitto generato per mezzo di quei dati. Si potrebbe così essere sicuri che dopo aver dato il proprio consenso al trattamento dei dati personali – senza cederne la proprietà – quei dati rimangano negli archivi di chi li ha raccolti e non passino di mano in mano. Solo così i miei dati sarebbero solo miei (senza parentesi alcuna).