

VERSO IL REGOLAMENTO EUROPEO

Privacy: il Garante Fratello

CRONACA

12_06_2013



**Ruben
Razzante**



Il Garante per la privacy, nella sua Relazione annuale 2012, lancia l'allarme: le intercettazioni vanno gestite con cautela per evitare fughe di notizie, che danneggiano le indagini e violano la dignità delle persone coinvolte. Basta con il "giornalismo di trascrizione", che finisce per far scadere la qualità dell'informazione. Occorre garantire, nella cronaca giudiziaria, le parti processuali e i terzi coinvolti, unitamente al segreto

investigativo. Di qui l'esigenza, sottolineata dal nuovo Presidente dell'Autorità Garante, Antonello Soro, di promuovere una riflessione sul possibile aggiornamento del Codice deontologico dei giornalisti, che è fermo al 1998, quando la circolazione delle notizie online non era così importante come oggi.

La mediatizzazione dei processi richiama l'esigenza di un'adeguata selezione delle notizie di rilevanza pubblica, da rendere con modalità rispettose della riservatezza dei soggetti e del principio, costituzionalmente sancito, della presunzione d'innocenza.

La riflessione del Garante è stata a 360 gradi. Anche le pubbliche amministrazioni e in particolare l'Agenzia delle entrate devono osservare elevate misure di sicurezza. "Il rigoroso rispetto dei principi a base delle norme sulla privacy evita che una malintesa idea di trasparenza sia usata in modo strumentale per legittimare forme di discriminazione che deriverebbero dalla pubblicazione di informazioni sulla salute o sulla condizione economico-sociale poste, ad esempio, a fondamento dell'esenzione dal contributo per la refezione scolastica o dal ticket sanitario", si legge nella Relazione di Soro, che in materia di accertamenti fiscali aggiunge: "Abbiamo prescritto all'Agenzia elevate misure di sicurezza, in considerazione dell'enorme concentrazione di dati che, per quanto giustificata da forti motivazioni sociali, deve consentire soltanto accertamenti selettivi e non forme di controllo generalizzato".

Sempre più corposa e strutturata appare la tutela che il Garante intende assicurare al cittadino-consumatore rispetto al potere del mercato e al tentativo di raccogliere informazioni per ricostruire profili ed abitudini e condizionare le scelte economiche. In materia di telemarketing, per esempio, continuano a registrarsi abusi da parte delle imprese, che a volte si rendono responsabili di campagne pubblicitarie invadenti e aggressive. In questo senso, la privacy viene a volte calpestata e sacrificata sull'altare del business a tutti i costi.

Il mito della trasparenza assoluta risulta spesso fuorviante. Non sempre trasparenza totale significa verità. Non sempre la riservatezza è invocata per nascondere qualcosa di disdicevole. L'equilibrio tra divulgazione delle notizie e privacy va sempre garantito. Tuttavia, i soggetti pubblici, soprattutto quelli che ricoprono incarichi elettivi, godono di una privacy attenuata, con particolare riferimento a tutte quelle informazioni funzionali al sindacato (anche diffuso) sull'esercizio del mandato.

Nel mirino di Soro finiscono anche gli algoritmi, che, lo afferma a chiare lettere il Garante, "non sono neutrali". "E' difficile –si legge nella Relazione di Soro– parlare di libertà della Rete sino a quando non saranno pienamente conosciuti e condivisi i criteri

utilizzati per indicizzare i contenuti e, dunque, condizionare i risultati delle ricerche. Ognuno di noi, in sostanza, rischia di trovare on line quello che altri decidono di fargli trovare, una conoscenza parziale e uno sguardo incompleto sulla realtà. Ciascuno di noi riversa ogni giorno, non sempre consapevolmente, i propri dati in Rete che, con il cloud computing, vengono anche trasferiti su sistemi la cui ubicazione è spesso ignota. Se è indiscutibilmente vantaggioso che le informazioni siano sempre disponibili e facilmente accessibili attraverso dispositivi diversi, quali smartphone e tablet, mantenere il controllo dei propri dati è quasi impossibile".

Per scongiurare il rischio che le nuove tecnologie diventino strumenti perversi, fondati su un uso spregiudicato dei dati personali che alimenta una vera e propria "economia", basata sullo sfruttamento commerciale delle informazioni, occorre limitare, con norme europee e internazionali ad hoc, lo spazio di manovra sul mercato di soggetti come Google, Amazon, Facebook. "I colossi di internet diventano sempre più intermediari esclusivi tra produttori e consumatori. Il potere di questi soggetti, che trattano da pari con Stati ed organismi sovranazionali, non può essere ignorato, così come non sono più accettabili le asimmetrie normative rispetto alle imprese europee che producono contenuti o veicolano servizi. Per tali ragioni non dovremmo permettere che i dati personali, che hanno assunto un valore enorme in chiave predittiva e strategica, diventino di proprietà di chi li raccoglie e dobbiamo anche per tale ragione continuare a pretendere la trasparenza dei trattamenti".

Si spera che il nuovo Regolamento europeo sulla privacy, che potrebbe vedere la luce nel 2014, faccia propri questi timori e garantisca appieno, nel mosaico dei nuovi diritti in Rete, anche quello all'oblio, come diritto ad essere dimenticati per fatti non più attuali né essenziali.