

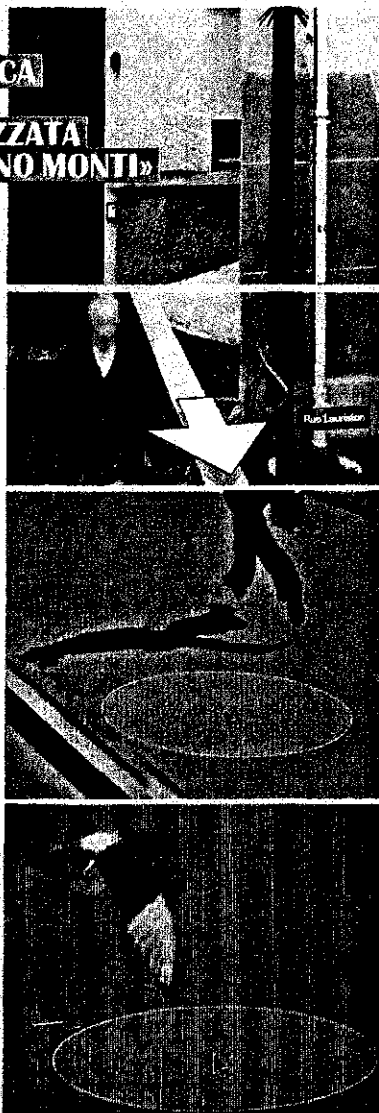
**«IL PROBLEMA È LA PESCA  
A STRASCICO SUI NOSTRI  
DATI PERSONALI, AUTORIZZATA  
DA UN DECRETO DEL GOVERNO MONTI»**

di Antonio Sanfrancesco

**T**i alzi al mattino, accendi il tuo smartphone e il geolocalizzatore individua con precisione dove sei a uso di poster e ficcanaso. Prendi l'auto, imbocchi l'autostrada e il Telepass registra orario e tragitto. Come il Tom Tom, il navigatore satellitare che memorizza implacabile ogni tuo spostamento. Arrivi in città e ti fermi a un bancomat: sanno la somma che ritiri, dove e a che ora hai fatto il prelievo. Il frigo a casa è vuoto, passi al supermercato per fare la spesa: in cassa fai "strisciare" la tessera fedeltà che fotografa esattamente i tuoi gusti e abitudini. La sera vai a cena al ristorante e magari non vuoi far sapere con chi: è quasi impossibile, se scegli di pagare il conto con la carta di credito. Senza contare l'occhio onnipotente delle telecamere: in Italia, secondo stime non ufficiali, ce ne sono quasi due milioni, una ogni 35 abitanti. In un giorno, quando una persona esce di casa in una grande città italiana, viene scrutata mediamente da circa 100 telecamere. Ogni lavoratore della City di Londra, ha fatto i conti il *Guardian*, passa in dieci minuti sotto 300 occhi elettronici. Altro che Truman Show.

Morale della favola: la privacy è come le mezze stagioni, destinata a sparire. Ad assestarle l'ultimo colpo è stato il decreto Monti approvato alla chetichella alla fine della scorsa legislatura e in vigore dal 24 marzo. In pratica, per esigenze di "sicurezza nazionale", e senza passare dall'autorizzazione di un magistrato, i servizi segreti possono accedere direttamente alle "banche dati di interesse" di operatori privati "che forniscono reti pubbliche di comunicazione". Ossia, tutti quegli operatori e gestori di servizi energetici, bancari, di trasporto, telefonia che sanno tutto di noi e di quello che facciamo: da Poste italiane all'Agenzia delle entrate, da Telecom a Finmeccanica ad Alitalia.

«Alla luce di ciò che sta accadendo og-

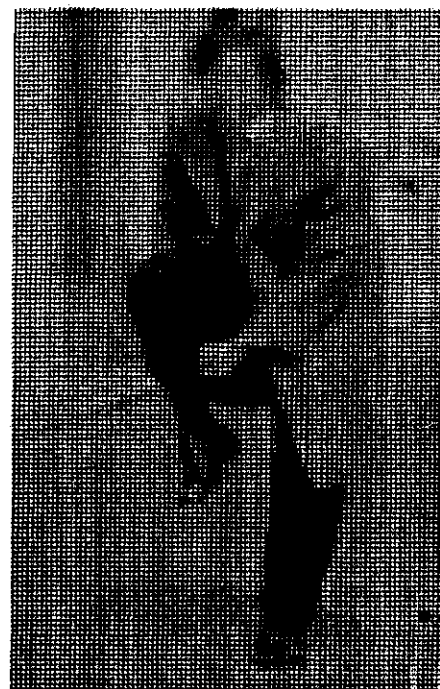


**IL SIGNOR LUCIANO  
E IL RECUPERO CREDITI**

Un incubo per tutta la famiglia

Il signor Luciano (nome di fantasia) chiede alla banca un prestito di 25 mila euro. Quando firma il contratto di finanziamento, però, firma anche il consenso al trattamento dei suoi dati personali e alla possibilità di cederli a società di recupero crediti. La banca ha il dovere di informare l'interessato a chi dà queste informazioni. Invece, nessuna spiegazione mentre si succedono tre società diverse. Mesi di telefonate a casa, sul lavoro, persino sul telefono del fratello e della nonna. Una violazione della privacy che ha messo sotto scacco una famiglia. Il giudice ha, infine, condannato la banca a un risarcimento.

ELEONORA DELLA RATTA



gi con lo scandalo Datagate», afferma l'avvocato Fulvio Sarzana, uno dei maggiori esperti di diritto della Rete, «possiamo ipotizzare che questa norma sia stata approvata senza passare dal Parlamento perché probabilmente qualcuno sapeva già quel che stava accadendo negli Usa. Nei giorni scorsi gli americani hanno detto che, in realtà, i dati venivano forniti dai servizi dei Paesi amici. E questo fa riflettere».

Non bastava Internet, dove in ogni istante lasciamo (consapevolmente) tracce della nostra vita scrivendo su Facebook o Twitter, la nostra privacy ora è insidiata.

«Il problema», spiega Sarzana, «è che questa legge permette di fare la pesca a strascico sui dati di 46 milioni di cittadini: si raccoglie tutto e poi, all'interno di questa massa, si seleziona quello che interessa perché si ritiene che ci sia un'attività illecita o per finalità commerciali. Il guaio è che avendo a disposizione tutti questi dati si può facilmente costruire l'identikit di una persona e usarlo impropriamente».

Insomma, il Datagate o i gadget regalati da Putin ai capi di Stato del G20 non impressionano più di tanto: «Le guerre di spionaggio tra servizi ci sono sempre state», spiega Sarzana, «adesso però c'è uno screening di massa su tutti i nostri dati sensibili, mentre non sappiamo che fine fanno e come vengono utilizzati. L'America ha un concetto della privacy molto relativo: per loro vengono prima gli affari e la possibilità di monetizzare le informazioni. In Europa siamo più rigidi, ma questo decreto cambia quasi tutto».