

Why Privacy matters? Alessandro Acquisti dagli USA al Privacy Day

Data: 3 dicembre 2014 | Autore: Elisa Signoretti



CAMPOBASSO, 12 MARZO 2014 -Secondo un recente studio del Censis, ben il 93% degli italiani temono una violazione della propria privacy mentre navigano su social network e siti web, ma paradossalmente solo il 40% degli utenti di internet adotta misure elementari per ridurre quantomeno i danni, come la limitazione dei cookies e la personalizzazione delle impostazioni sui social network. Sembra quindi che la consapevolezza non basti a farci mostrare la dovuta cautela quando siamo online, e finiamo spesso per barattare la nostra privacy in cambio di qualche app ed altri servizi gratuiti, o semplicemente per mantenere con noncuranza i contatti con i nostri amici e colleghi su Facebook, Whatsapp, Instagram ed altri social network.

Ma quali sono realmente gli impatti sulla nostra sfera privata che possono produrre i nostri comportamenti in rete? e quanto valgono davvero la nostra privacy e le informazioni che parlano dei nostri gusti e delle nostre preferenze ai colossi del web?[MORE]

A parlarne il prossimo 9 maggio al CNR di Pisa, sarà il Professor Alessandro Acquisti, uno dei "cervelli in fuga" italiani di maggior talento, che insegna economia della privacy all'Heinz College della Carnegie Mellon University di Pittsburgh, in Pennsylvania. E se negli Stati Uniti, dove nascono i giganti di internet che dominano gli scenari virtuali dell'intero pianeta, la privacy è addirittura una materia universitaria, riguardo all' Europa c'è allora da prendere sul serio la dichiarazione

apparentemente provocatoria dell'ex Garante della Privacy Stefano Rodotà, secondo il quale i dati personali degli oltre 500 milioni di abitanti dei 28 Paesi dell'UE "nel 2020 avranno un valore commerciale stimato attorno ai 1.000 miliardi di euro", cioè l'8% dell'intero Pil del vecchio continente.

Anche se da noi in Italia la privacy è stata per anni percepita come una burocrazia noiosa e dei documenti da firmare nel rispetto della legge che la tutela, gli scenari presentati e documentati dal professor Acquisti nelle sue ricerche potrebbero essere il soggetto di uno dei più elettrizzanti film di fantascienza di Hollywood. Lo scorso anno, avvalendosi di un software di riconoscimento facciale basato sui dati di Facebook, egli ha infatti ridefinito le convinzioni abituali intorno al senso comune della privacy, arrivando perfino a dimostrare come gli uffici del personale arrivano a mostrare discriminazioni e sono influenzati nelle loro decisioni di assumere o meno un dipendente a seconda delle informazioni e delle immagini che trovano nei profili facebook degli stessi candidati per il posto di lavoro. Gli scenari descritti da Acquisti prefigurano per la nostra epoca una vera e propria lotta per salvare la propria privacy, e anche quelli che assecondano il problema rispondendo "io non niente da nascondere", dopo aver ascoltato attentamente la sua relazione al 4° Privacy Day Forum, avranno quindi di che meditare.

"Dopo la conferma del generale Umberto Rapetto e quella del professor Stefano Acquisti - ha detto il presidente di Federprivacy Nicola Bernardi - il quadro del nostro convegno annuale si sta delineando proprio come ce lo eravamo proposto per il 2014, ovvero incentrato sul vero valore della privacy, e delle best practices per difenderla. Sia che siamo addetti ai lavori, o semplici utenti, il problema della privacy ci tocca sempre e comunque da vicino, ed è nostro compito aiutare imprese e cittadini ad acquisire la giusta consapevolezza, fornendo le migliori soluzioni per difenderla. E' per questo che fin dal 2010 stiamo promuovendo anche in Italia il privacy officer, che a prescindere da una legge che obblighi le aziende ad averlo o meno, ormai è una figura irrinunciabile e di centrale importanza per assicurare un'adeguata protezione dei dati dei cittadini ".

(notizia segnalata da **Ufficio Stampa Federprivacy**)

Articolo scaricato da www.infooggi.it

<https://www.infooggi.it/articolo/why-privacy-matters-alessandro-acquisti-dagli-usa-al-privacy-day/62255>