



UNC
CONSUMATORI.IT

Giovani consumatori e sicurezza dei dati, al Premio Dona

16 novembre 2018



Parlare di **dati**, **intelligenza artificiale**, **privacy** e **algoritmi** (temi centrali del nostro **Premio Vincenzo Dona 2018**) è ancora più importante quando si ha davanti un pubblico di giovanissimi che ogni giorno, anche in maniera un po' inconsapevole, cedono i propri **dati personali** soprattutto in **Rete**.

Grazie alla collaborazione con l'agenzia stampa **Diregiovani.it** abbiamo chiesto ad alcuni ragazzi quanto ne sanno del tema e come si approcciano alla richiesta di **dati personali**: vedrete le risposte nel video di seguito.

Ad uno dei ragazzi, **Emanuele Caviglia del Liceo Albertelli di Roma**, abbiamo affidato questo spazio per raccontarci i **dati** dal punto di vista dei **"giovani consumatori"**.

Chi dopo aver visto il film **"The Truman show"** non si è immedesimato nell'attore **Jim Carrey**, spiato in ogni istante, dal giorno della sua nascita? In effetti, pensare che anche ora, mentre sto scrivendo, possa esserci una **telecamera** che mi controlli (e proietti in mondovisione), mi mette un po' d'ansia.

A tale proposito, una delle espressioni più chiacchierate dell'ultimo periodo è "**Big Data**" e potrebbe avere alcune analogie con lo storico film. Ma cosa sono questi famosi **Big Data**? Partiamo da un esempio concreto: chissà quante volte ci sarà capitato, navigando in rete, di dover compilare dei **moduli**, inserendo mail e soprattutto **dati personali**, o anche di accettare la presenza dei **cookies** nei siti che stiamo visitando. Quando lo facciamo i nostri dati passano direttamente dal sito a un enorme serbatoio digitale, di cui usufruiscono grandi siti e aziende. E proprio qui viene il "bello", perché ai **Big Data** (che sono semplicemente un complesso **algoritmo**) spetta il compito di incrociare tutti i **dati personali** per creare un nostro vero e proprio **profilo virtuale** con i nostri **interessi, passioni, desideri**, in modo tale da proporci continuamente prodotti che "combacino" con i **dati incrociati** a livello digitale.

Siamo coscienti di tutto ciò? Quando **navighiamo sul web**, il più delle volte di fretta, per non perdere tempo acconsentiamo senza neanche rendercene conto a condividere **informazioni personali** con il sito su cui siamo attivi. Semplicemente accettando la presenza dei famosi **cookies**, per esempio.

A guadagnarci sono, ovviamente, le **grandi aziende**, perché potrebbero "indovinare" i prodotti più adatti per i loro **clienti**. E forse chissà, quel gran recipiente digitale in cui vanno a finire le nostre informazioni, sa bene che l'ultima mia serie vista su **Netflix** è "**Lost**" o che sono un grande **appassionato di calcio**. Poi basta *shakerare* bene, e voilà, ecco che mi viene subito proposto un servizio di un'azienda X che potrebbe interessarmi...

Ma questi **Big Data**, sono un bene o un male? Da una parte, se questi **incroci di dati** sono svolti effettivamente bene, potrebbe anche essere un vantaggio per tutti, perché ci avvicinerebbero sensibilmente a **prodotti fatti su misura per noi**. Dall'altra però, c'è anche chi per motivi di **privacy** vorrebbe essere lasciato in pace da **annunci pubblicitari** e **vendite commerciali**. Infine, c'è un altro aspetto, forse il più importante, da non trascurare: fino ad ora l'"**algoritmo Big Data**" è usato prevalentemente a scopo commerciale, ma se un domani qualcuno volesse impossessarsi delle nostre informazioni per sapere ad esempio il nostro **orientamento politico** o prevedere le nostre prossime "mosse" riguardo a una determinata vicenda?

Sta ai possessori dei nostri **dati** evitare che il "**DNA informatico**" di ognuno di noi finisca in mano a chiunque lo voglia. Anche perché è molto sottile il confine che potrebbe portare a un piccolo "**Truman Show**" digitale (**Emanuele Caviglia - Liceo Albertelli di Roma**).

Autore: Simona Volpe (in collaborazione con Diregiovani.it)

Data: 16 novembre 2018