

Privacy e protezione dati personali

Consigli per l'uso consapevole dei servizi digitali

Progetto Digitalmentis regione Piemonte
Guida pratica n.2

Ogni giorno lasciamo tracce digitali: un acquisto online, una foto, una ricerca su internet. Quelle tracce raccontano chi siamo, dove viviamo, cosa pensiamo e persino come stiamo. Oggi questi dati valgono oro: servono a prevedere i nostri comportamenti e orientare le nostre scelte. Per questo parlare di privacy non è una questione teorica: è una questione di denaro e potere.

I dati personali: la moneta del nuovo mercato digitale

Nome, indirizzo, posizione, gusti, immagini, emozioni: tutto può essere raccolto, studiato, catalogato e venduto. I nostri dati sono una nuova forma di ricchezza privata nell'economia digitale, li regaliamo ogni giorno senza accorgercene, in cambio di servizi apparentemente gratuiti — social network, piattaforme di video, motori di ricerca, app di messaggistica. Ma quei servizi non sono gratuiti: il prezzo siamo noi.

Ogni clic, ogni parola scritta, ogni like produce informazioni che vengono registrate, analizzate e trasformate in valore economico. Le piattaforme usano questi dati per creare profili estremamente precisi e rivenderli a inserzionisti o aziende interessate a conoscere le nostre abitudini, i nostri desideri o le nostre paure.

Il modello di business non è offrirci un servizio, ma studiare e prevedere i nostri comportamenti per orientarli. Di fatto, abbiamo accettato di vivere dentro un sistema in cui la sorveglianza è il prezzo della connessione. Finché la gratuità resterà l'esca, la raccolta di dati resterà il vero motore dell'economia digitale.

Le regole: una tutela solo apparente?

Dal 2018 il Regolamento europeo sulla protezione dei dati (GDPR) ha introdotto un articolato sistema di diritti – accesso, rettifica, cancellazione, oblio, portabilità – con l'obiettivo dichiarato di restituire ai cittadini il controllo sui propri dati personali. Si tratta di un passo importante verso una maggiore consapevolezza digitale, ma non privo di limiti e ambiguità.

In molti casi, infatti, il consenso informato si riduce a una formalità: un clic su una pagina di condizioni che pochi leggono e ancora meno comprendono.

Così, mentre la tutela resta sulla carta, la raccolta di dati prosegue indisturbata, ma in forma più ordinata e formalmente legittima.

Il GDPR, pur nascendo per rafforzare i diritti degli utenti, rischia di normalizzare un flusso costante di informazioni personali, trasformando la privacy da strumento di difesa a semplice procedura amministrativa che finisce per favorire, anziché limitare, la sorveglianza commerciale dei grandi operatori digitali.

In definitiva, il problema non è soltanto tecnico o giuridico, ma economico. Un sistema che vive di dati personali non ha alcun interesse a ridurre la raccolta.

Difendersi nella pratica

- ✓ Concedi il minimo indispensabile: se un sito o un'app chiede dati non necessari, rifiuta o abbandona la pagina;
- ✓ Rifiuta i cookie superflui e disattiva il tracciamento pubblicitario;
- ✓ Controlla le impostazioni di privacy di social e smartphone;
- ✓ Non condividere più del necessario: ogni post, ogni foto, ogni check-in può essere usato per costruire un profilo;
- ✓ Scegli strumenti alternativi che non basano il loro profitto sui dati personali;
- ✓ Ricorda: se un servizio è gratuito, il prodotto sei tu.

Il ruolo del Garante

In Italia vigila il Garante per la protezione dei dati personali, che può intervenire su segnalazione dei cittadini.

È un presidio importante, ma i suoi poteri sono limitati rispetto ai giganti globali della tecnologia.

La vera difesa non viene dalle autorità, ma dalla consapevolezza individuale: nessuno può tutelarci se noi per primi regaliamo i nostri dati.

In sintesi

Sulla carta siamo tutelati, ma nella realtà il confine tra protezione e sfruttamento resta sottile. Le norme europee e nazionali mirano a garantire trasparenza e sicurezza, ma rischiano di rendere la raccolta di dati più ordinata che limitata.

La privacy potrebbe così trasformarsi da diritto sostanziale a garanzia formale, utile più a regolare il mercato dell'informazione che a ridurre gli eccessi.

In questo scenario, la difesa più concreta resta personale: la prudenza quotidiana, la diffidenza verso ciò che si presenta come “gratuito” e la scelta consapevole di limitare la propria esposizione digitale. Nel mondo online, la libertà non è automatica: comincia ogni volta che impariamo a dire “no”.

Sportello del Consumatore Torino

Via San Francesco d'Assisi 17 - 10122 Torino

Telefono: 011/436.65.66 – 011/436.74.13

sportello@consumatoripiemonte.it

Sportello del Consumatore Alessandria

Via dei Guasco 97 - 15121 Alessandria

Telefono: 0131/341.120

al@consumatoripiemonte.it

Sportello del Consumatore Biella

Corso Risorgimento 15 - 13900 Biella

Telefono: 015/84.61.457

info@consumatoribiella.it

Sportello del Consumatore Vercelli

Via Mameli 19 - 13100 Vercelli

Telefono: 0161/211.943

vc@consumatoripiemonte.it

www.consumatoripiemonte.it

Guida realizzata nell'ambito del progetto DIGITALMENTIS 2025, finanziato dal programma della Regione Piemonte con fondi MIMIT (DM 31/07/2024 e D.D. 14/02/2025)