



DOVE SONO I «MIEI» DATI?

Presente e futuro del concetto di «privacy» nell'era digitale

LA «PRIVACY» NELL'ERA DIGITALE

Il concetto di «privacy» all'interno della dimensione del digitale è inteso principalmente come «possesso dei dati personali».

In questo intervento analizzeremo tre aspetti problematici e tra loro intrecciati di tale definizione:

- a) Privazione
- b) Burocratizzazione
- c) Reificazione



UN MODELLO DI «PRIVACY» PER IL FUTURO

Alle problematiche insite nella definizione di «privacy» come «possesso dei dati personali» opporremo un modello nuovo di «privacy» legato a due elementi fondamentali:

- a) Partecipazione diretta dell'utente;
- b) Realizzazione di spazi e piattaforme per la prassi collettiva.



«PRIVACY»: UN CONCETTO DIFFICILE DA DEFINIRE

La definizione generale del concetto di «privacy» risulta di difficile determinazione (Cfr. D.Solove, *Understanding Privacy*).

Le diverse accezioni di «privacy» soffrono generalmente di:

- **Vaghezza:** spesso con privacy si intende un concetto molto generale di preservazione della sfera privata. Tale accezione rischia però di rendere inconsistente la rivendicazione puntuale dei diritti del soggetto;
- **Non esaustività:** ridurre la privacy ad aspetti come la segretezza o la preservazione dell'intimità taglia fuori elementi eterogenei come i rapporti sociali e interpersonali.

Viste le difficoltà che condizionano la possibilità di una definizione generale di «privacy» ci concentreremo qui sul modo in cui essa viene determinata nella dimensione del digitale, ovvero come **«possesso dei dati personali»**.



«PRIVACY» COME «POSSESSO DEI DATI PERSONALI»

La «privacy» nel mondo digitale viene generalmente intesa come «possessione dei dati personali» [Cfr. C. Fuchs, *Towards a New Concept of Privacy*].

In quanto «possessione» essa implica determinate conseguenze:

- a) Definisce una «proprietà» sui dati;
- b) Tale proprietà assume i connotati di una vera e propria «proprietà privata»;
- c) Più che una dimensione prettamente intima e personale, la «privacy» nel digitale rappresenta quindi un insieme di oggetti in possesso del soggetto;
- d) I dati personali, essendo proprietà alienabile, possono essere sottoposti a processi di scambio, di cessione e, molto più spesso, di sottrazione da parte di terze parti.



POSSESSO DEI DATI E DISUMANIZZAZIONE

La privacy può essere quindi intesa come tutela della proprietà privata.

Tale accezione ha come suo risultato una «disumanizzazione» dell'essere umano e della sua personalità.

Con «**disumanizzazione**» si intende un processo che conduce l'individuo ad alienarsi dalla propria vita e dalle proprie relazioni umane (Cfr. H.Arendt, *Vita Activa*).

Più nello specifico, la «disumanizzazione» sarebbe qui rappresentata dalla trasposizione della persona umana all'interno di una **dimensione astratta ed esterna** come quella del possesso dei dati e della loro possibile sottrazione.



«PRIVACY» COME POSSESSO: PROCESSI DI DISUMANIZZAZIONE

L'elemento di disumanizzazione interno alla concezione di privacy, intesa come possesso di dati, può essere descritto attraverso tre diversi processi.

Essi, come anticipato, racchiudono elementi impliciti nella nozione della privacy digitale:

- a) Privazione;
- b) Burocratizzazione;
- c) Reificazione.



PRIVACY E PRIVAZIONE

Intendere la privacy come proprietà privata, esercitata col possesso di dati personali, ridefinisce il rapporto stesso tra pubblico e privato, ricalibrandone i ruoli come segue:

- a) **Sfera privata:** diviene una sfera di pura privazione dei rapporti umani. In essa non si concretizzano rapporti tra soggetti, ma, piuttosto, essa diviene rappresentazione di una semplice tutela di «cose» possedute;
- b) **Sfera pubblica:** si appiattisce sulla dimensione del privato, divenendo pura dimensione di rapporto tra proprietari. Più che essere collettività, esse diviene piano di mercato e tutela di interessi.

Una tale visione è debitrice all'analisi di **Hannah Arendt** almeno nella formulazione (H. Arendt, *Vita Activa*), ma non intende determinare in questo luogo in che modo tali sfere debbano essere considerate nella loro separazione o nella loro unità.



PRIVACY E BUROCRATIZZAZIONE

Il possesso dei dati personali implica la possibilità che essi possano essere soggetti alla sottrazione o alla cessione consensuale.

L'utilizzo inoltre che viene fatto dei dati personali da parte di società e multinazionali in vista di un accrescimento del profitto è spesso fuori dal controllo del singolo individuo.

Tale mancanza di controllo sulla gestione dei propri dati personali assume le tonalità di un processo alienante di «**burocratizzazione**».

Per Daniel Solove [Cfr. *Digital Person*, 2004] tale dimensione, instauratasi in rapporto al possesso dei dati nel digitale, può essere rappresentata potenzialmente da due diversi modelli distopici:

- a) *1984* di George Orwell;
- b) *Il processo* di Franz Kafka.



LO SGUARDO DEL *BIG BROTHER*

La «burocratizzazione» in atto con la sottrazione dei dati agli utenti è spesso vista come forma di controllo esterno sulla vita personale dei singoli soggetti.

Come il *Big Brother* osserva ogni momento della vita dei singoli cittadini, così nel digitale vi sarebbe un grande occhio pronto a carpire ogni informazione riguardante l'utente.

Vi sono alcuni buoni motivi per i quali – nota lo stesso Solove – una tale similitudine non colga effettivamente il carattere proprio della struttura burocratica del digitale:

- a) Non vi è un'unica entità capace di assumere il controllo dell'intera dimensione del web;
- b) Non si ha a che fare con processi costrittivi a livello politico;
- c) La struttura del *Big Brother* è ben definita, mentre nel mondo del web vi è una sostanziale frammentazione.



FUNZIONARI E BUROCRAZIA NEL *PROCESSO*

Joseph K. nel *Processo* rappresenta invece potenzialmente la condizione che l'utente vive alle prese con la sottrazione e l'utilizzo dei suoi dati personali.

La «burocratizzazione» che pervade i processi di sottrazione dei dati personali si esplica come:

- a) **Frammentazione dei processi di sottrazione e di utilizzo dei dati:** come nel *Processo* vi sono labirintici uffici e oscure camere di funzionari, così l'utente non è cosciente delle vie burocratiche infinite nelle quali si perde ogni controllo sull'utilizzo dei propri dati;
- b) **Molteplicità indefinibile di soggetti attivi:** non vi è un unico *Big Brother*, ma l'orizzonte del digitale è composto da una miriade di soggetti privati e pubblici pronti a sfruttare l'inconsapevolezza dell'utente medio;
- c) **Alienazione rispetto alla propria persona:** Joseph K. viene condannato per un crimine che non conosce e vede la propria persona considerata in base a fatti e informazioni a lui sconosciuti. Allo stesso modo, l'utente vede il proprio profilo delinearsi attraverso l'accumulo frammentato di informazioni, senza che si dia alcuna possibilità per lui di determinarne il processo di deiniziazione.



PRIVACY E REIFICAZIONE

Il «dato personale» rappresenta il sintomo di un processo che chiamiamo di «**reificazione**» (Cfr. G. Lukács, *Storia e coscienza di classe*).

Con «reificazione» intendiamo la trasformazione dei rapporti umani in rapporti esterni tra cose.

Elementi di tale processo sono i seguenti:

- a) Il dato è una «**merce**»;
- b) La «**contemplazione**» è l'atteggiamento principale dell'essere umano contemporaneo;
- c) Il soggetto trova la propria esistenza, tanto sociale, quanto psicologica, esteriorizzata nel dato.



IL DATO PERSONALE COME MERCE

Che cosa significa il termine «**merce**» in questo caso?

György Lukács definisce così tale termine:

«[L'essenza della struttura di merce] consiste nel fatto che un rapporto, una relazione tra persone riceve il carattere della cosalità e quindi un'«oggettualità spettrale» che occulta nella sua legalità autonoma, rigorosa, apparentemente conclusa e razionale, ogni traccia della propria essenza fondamentale: il rapporto tra gli uomini» [Lukács, *Storia e coscienza di classe*].

In quanto **merci**, i dati personali nel mondo digitale divengono «cose sociali», indipendenti rispetto all'essere umano di cui sono espressione e prodotto. In tal modo, gli stessi rapporti umani divengono puri rapporti indipendenti tra oggetti sociali, tra merci.



ATTEGGIAMENTO CONTEMPLATIVO E UTENTE DIGITALE

L'utente medio non «vuole» nulla e perde, in tale inattivismo, i propri dati personali all'interno di meccanismi e leggi puramente esterne, determinate dal mercato.

Calandolo all'interno della dimensione del lavoratore, Lukács descrive così il sorgere dell'**atteggiamento contemplativo**:

«Questa assenza del volere viene accentuata dal fatto che, con la crescente razionalizzazione e meccanizzazione del processo lavorativo, l'attività del lavoratore perde sempre più il suo carattere di attività, trasformandosi in un comportamento contemplativo».

L'atteggiamento che l'utente ha è quindi puramente contemplativo di fronte alle leggi che governano e gestiscono i suoi dati personali.



ESTERIORIZZAZIONE DELL'UOMO

Nel dato personale l'intera dimensione interna al soggetto – le sue capacità, i suoi talenti, le sue qualità – viene esteriorizzata e resa oggetto esterno.

«[La trasformazione del rapporto di merce in una cosa caratterizzata da una «oggettualità spettrale»] imprime la sua struttura all'intera coscienza dell'uomo: le sue qualità e capacità non si connettono più nell'unità organica della persona, ma appaiono come «cose» che l'uomo «possiede» ed «esteriorizza», alla stregua dei vari oggetti del mondo esterno» [Lukács, *Storia e coscienza di classe*].

Il dato personale reifica la struttura **«organica»** dell'essere umano nel processo **«meccanico»** di estrazione di dati.



PRIVACY E DATI PERSONALI: CHE COSA CAMBIARE?

Il risultato della nostra analisi ha evidenziato alcuni elementi dai quali poter ripartire per pensare un nuovo orizzonte futuro per l'esperienza personale dell'utente:

- a) Andare oltre la concezione della privacy come possesso privato;
- b) Assicurare un controllo meno individuale, ma invece più pervasivo e collettivo nell'utilizzo di dati personali;
- c) Creare condizioni di partecipazione attiva degli utenti alla costruzione dei propri profili-utente.



PARTECIPAZIONE E SPAZI COLLETTIVI: UNA RIDEFINIZIONE DI «PERSONA DIGITALE»

Due elementi sembrano poter aprire nuovi orizzonti di sperimentazione per i soggetti nel mondo del digitale.

Essi devono rappresentare una nuova definizione per la «**persona digitale**»:

- a) **Partecipazione:** il soggetto deve avere la possibilità di autodeterminarsi. La partecipazione deve sostituire la passività della contemplazione, rompendo il meccanismo di acquisizione di dati esterni da parte di terzi interessati e spingendo verso modalità dirette di definizione del profilo personale;
- b) **Spazi collettivi:** una nuova dimensione di piattaforma digitale capace di trasformare radicalmente le condizioni sociali e relazionali tra i soggetti partecipanti, rendendo questi ultimi protagonisti diretti e attivi della costruzione di tale piattaforma. Essa assume un senso particolare soprattutto in rapporto ad ambiti come la pubblica amministrazione, la partecipazione politica e i social media.

Alla privacy come puro possesso dei dati bisogna opporre una ridefinizione tanto dell'attività del soggetto-utente, quanto degli spazi digitali per la collettività.



GRAZIE!
