



Sapete cos'è il Comma 22? Se pensate a una legge siete fuori strada. Comma 22 è il titolo di un libro che quando fu pubblicato, nel 1961, divenne un caso letterario: era un'irriverente critica al militarismo, narrando le avventure di un gruppo di aviatori statunitensi impegnati nei bombardamenti in Italia durante la Seconda guerra mondiale. Pochi ricordano il nome del suo autore (era Joseph Heller) ma quasi tutti hanno presente cosa prevede in quel libro il regolamento militare per disciplinare le richieste di congedo. La regola base è la seguente: "Articolo 12, Comma 1 - L'unico motivo valido per chiedere il congedo dal fronte è la pazzia". Sembra tutto chiaro e logico. Ma la regola è contraddetta appunto dal famigerato Comma 22 che suona pressappoco così: "Articolo 12, Comma 22 - Chiunque chieda il congedo dal fronte non è pazzo". Insomma, il significato è semplice; non chiedete di essere congedati: è inutile! Ultimamente ho l'impressione di aver trovato anche io un Comma 22 nella normativa in materia di tutela dei dati personali. Il primo aspetto da considerare è il principio fondamentale sul quale questa legge si basa: per poter contattare una persona con un messaggio commerciale a lei indirizzato è necessario disporre del suo preventivo consenso. La regola è rigorosa ma ha una sua logica e fino a poco tempo fa era temperata da un'importante eccezione: esisteva infatti la possibilità di contattare liberamente le persone i cui dati di recapito erano riportati in liste pubbliche, quali per esempio gli elenchi telefonici o le liste elettorali. Anche in assenza del loro consenso preventivo si potevano utilizzare questi dati di recapito per chiedere alle persone se volevano ricevere offerte personalizzate. In caso di rifiuto e di richiesta di cancellare il dato, il mittente era tenuto a non disturbare ulteriormente la persona. Ma ecco sopraggiungere il paradossale effetto "Comma 22": la nuova disciplina introdotta dalla normativa italiana prevede che l'elenco telefonico e le liste elettorali non possano più essere utilizzati liberamente per fini di comunicazione commerciale indirizzata. Quindi, in definitiva, proprio come nel regolamento militare di Heller, "per contattare direttamente qualcuno occorre il suo preventivo consenso, ma non si può contattare qualcuno per chiedere il suo consenso"! Il problema risiede in questa falsa equazione che sembra aver ispirato il nostro legislatore: pubblicità non sollecitata uguale a pubblicità indesiderata. Ma siamo sicuri che sia proprio così? La storia dello sviluppo

## **La privacy ed il comma 22.**

Di Marco Maglio

Lunedì 17 Ottobre 2005 17:31

---

economico dimostra che l'equazione non solo è errata, ma è anche pericolosa perché mina alla radice uno degli strumenti più importanti per la nascita di nuove aziende e per favorirne la libera concorrenza: la comunicazione diretta con i potenziali clienti. Stiamo attenti al Comma 22. In tempi di crisi economica può costare molto caro.