



Pare che nel nostro Bel Paese, dopo le laceranti divisioni tra chi è di Destra e chi è di Sinistra, tra chi parteggia per Bartali e chi per Coppi e chi ama il Nord e chi sostiene il Sud, un altro dualismo si stia facendo strada con prorompente vitalità. Infatti, nei dialoghi tra chi si occupa di privacy e dintorni, risuona ormai sempre più frequentemente la domanda : "scusi, ma lei è per l' opt in o per l' opt out"?

Dopo la recente approvazione di quella che io chiamo "riforma tolemaica", che con la legge n. 166/2009 ha eliminato con un sorprendente passo indietro il principio del consenso espresso per il trattamento dei dati a fini di telemarketing il tema è tornato di grande attualità. Ma è meglio un sistema che chiede il consenso preventivo dell'interessato per l'uso dei suoi dati o è preferibile un meccanismo che permetta l'invio di messaggi solo a chi ha raccolto un consenso preventivo ed espresso?

Non amo le contrapposizioni; preferisco il dialogo e la ricerca dei punti di contatto, anche perché penso che in ultima analisi solo ascoltando, comprendendo e rispettando le ragioni di tutti sia possibile capire i fatti della vita. In ogni caso proprio non sopporto di appartenere ad uno schieramento: non amo il coro perché mi piace, se lo voglio, essere libero di stonare.

Quindi non appartengo al gruppo che definisco degli optautisiti cioè di coloro che ritengono che la possibilità di comunicare con potenziali lettori o clienti non debba essere preclusa fino a quando l'interessato non abbia espressamente detto che non vuole ricevere quel tipo di informazioni.

Anche a me le invadenze dei "professionisti della comunicazione" non piacciono e mi dà fastidio ricevere messaggi che non ho richiesto (almeno fino a quando non scopro, grazie a qualcuna di queste offerte, quello di cui avevo bisogno: capita, magari raramente, ma capita ed io cerco di tenere viva la mia curiosità intellettuale e la mia fiducia verso il prossimo).

Peraltro anche lo schieramento di quelli che chiamo gli optinisti, cioè di coloro che invece ritengono che l'invio di messaggi indirizzati possa essere legittimo solo se colui al quale ci si rivolge ha dato il suo preventivo consenso espresso, non risolve le mie difficoltà di appartenenza: credo che questo approccio al problema della privacy limiti fortemente la libertà di comunicazione, riduca gli spazi per lo sviluppo della personalità di ognuno di noi e solo apparentemente garantisca la protezione dei dati personali.

Crede poi che se in passato fosse stata limitata sulla base del consenso preventivo la possibilità di promuovere la vendita di nuovi prodotti, lo sviluppo economico ed il progresso tecnologico sarebbero stati assai più lenti. Anche a me piace pensare ad un mondo in cui i

Tra opt-in e opt out quello che conta davvero è l'uso consapevole dei dati personali

Di Marco Maglio

Martedì 15 Dicembre 2009 13:07

miglioramenti della qualità di vita arrivano in modo disinteressato grazie alla creazione di qualche geniale filantropo; ma mi dicono che invece la gran parte delle innovazioni sono il frutto di un calcolo interessato fatto da parte di chi cerca di trarre vantaggio economico dal suo ingegno.

Così ad esempio credo che il signor Birò inventò la penna che porta il suo nome con l'intenzione di commercializzarla, offrendola a chi non poteva chiedergliela perché nemmeno sapeva che esistesse. Insomma nel sistema economico virtuoso, quello che tende alla crescita ed allo sviluppo sostenibile, l'Offerta precede sempre la Domanda. Forse su questo dovremmo riflettere visto che, piaccia o no, proprio l'Offerta è uno dei motori che muovono l'esistenza e fanno progredire l'uomo.

Stiamo parlando di privacy, d'accordo: ma non dimentichiamoci i fondamentali.

Per tutti questi motivi invece di una dichiarazione di appartenenza ad uno schieramento (opt-in o opt-outista

?) preferisco esprimere una preoccupazione: credo che il consenso preventivo ed informato, vero baluardo difensivo di quel diritto di autodeterminazione, che chiamiamo ormai convenzionalmente privacy, rischi di rimanere ingabbiato entro gli angusti confini della terra dell'opt-in e dell'opt-out

. Temo che lungo questa strada il consenso diventerà simile a quei Totem impagliati che ricordo di aver visto nel Museo Nazionale di Antropologia di Città Del Messico: un Totem, un tempo temuto e rispettato, ma carico solo dell'energia che gli veniva trasmessa da chi lo venerava ed oggi è assolutamente inerte, un oggetto da esposizione.

Così non vorrei sacrificare al mito del consenso preventivo, informato e documentato per iscritto l'intera esistenza della privacy nel mio Paese. Credo che per garantire la riservatezza dei dati personali ci si debba sforzare di essere più fantasiosi e meno statici, modellando davvero le strategie di difesa sulle multiformi aggressioni, reali o potenziali, che "i grandi comunicatori" mettono in atto.

Credo che il consenso preventivo sia uno strumento essenziale in alcuni casi (per esempio quando muta sostanzialmente la finalità di trattamento rispetto a quella per la quale il dato personale era stato raccolto); in altre situazioni invece il consenso preventivo non serve a nulla ed anzi diventa [indian tamil girl fucking](#) una beffa il chiederlo, il conservarlo e l'esibirlo a richiesta dell'interessato: il consenso può essere comprato, a basso costo, alla faccia della consapevolezza e della dignità delle persone; ed anzi sarà molto facile comprare per poco il consenso preventivo ed informato di chi è più debole ed indifeso, sia economicamente sia culturalmente: la partecipazione ai concorsi a premi, i
adget

g

, i buoni omaggio e i carnet di sconti esprimono, con le suadenti note del marketing, questo processo di "acquisto" del consenso.

Proprio per questo credo che la vera partita della tutela della riservatezza, almeno nel settore della comunicazione commerciale, si giochi non tanto sul terreno scivoloso del consenso (sia esso raccolto con tecniche opt-in o opt-out, poco cambia nell'economia di questo ragionamento) ma su quello assai più solido dell'informativa.

Tra opt-in e opt out quello che conta davvero è l'uso consapevole dei dati personali

Di Marco Maglio

Martedì 15 Dicembre 2009 13:07

Perché se l'interessato sa, davvero, che qualcun altro raccoglie informazioni su di lui, per quale scopo e con quale finalità ed ha ben chiaro a chi deve rivolgersi per esercitare i suoi diritti potrà effettivamente , come è stato ben detto "essere garante di se stesso".

Se invece ci si concentrerà solo sul modo in cui il consenso viene raccolto e non ci si preoccupa del livello di informazione dal quale il consenso nasce credo che la privacy resterà un diritto vuoto.

Quindi , chiedo scusa a tutti e spero di non deludere nessuno ma io a questo dibattito tra opt in ed opt out preferirei proprio non partecipare: non sono interessato a questo tipo di discussioni estetiche sulle forme del consenso: mi occupo della natura delle cose. Vorrei che si parlasse di informativa semplificata sia per chi la scrive sia per chi la legge, di effettività dei diritti e di strategia integrata (basata sulla legge, sull'autodisciplina, sulle tecnologie e sui sistemi di cancellazione centralizzata) per la difesa vera della privacy.