

STYLE NOVO



LA PRIVACY ALL'ASTA: E PERCHÉ NO?

Ogni mese 80 euro in più in busta paga. Posso scriverla una cosa? Che palle questa storia, un nastro che si ripete in ogni tg, in ogni quotidiano, in ogni rivista, nonostante il tema sia ormai arci datato. In un'Italia in crisi di idee e di lavoro, sembra che questo numerino magico riesca a destare l'attenzione del popolo. Miracolo. Allora ripetiamolo ancora una volta: 80 euro. Non voglio soffermarmi su quella che per molti, sia di sinistra che di destra, è definita «mancia elettorale» o «elemosina». Anche perchè gli effetti che ha avuto sull'economia italiana sono stati dichiaratamente nulli. Ma se invece degli 80 euro in busta paga arrivassero almeno 400 euro? E per tutti, anche per i disoccupati e per i giovanissimi? Meglio ancora se liceali! Fantasia? Non proprio, ma non bisogna aspettarsi una mancia dalla politica, bensì dalle multinazionali. Andiamo per gradi: l'anno scorso Federico Zannier, un simpatico ingegnere di Torino che vive a Brooklyn ha lanciato una provocazione: «voglio vendere tutti i miei dati personali, quanto varranno?». Ha condiviso l'idea su Kickstarter, un sito web di crowdfunding per progetti creativi: per due dollari al giorno

forniva l'accesso ai suoi dati personali (circa 70 siti web, 500 screenshot, 500 immagini della webcam, la lista dei suoi movimenti con il GPS), mentre con 200 dollari si potevano comprare 50mila file dal suo hard disk.

Dopo una settimana l'ingegnere aveva già raccolto circa mille euro. Il concetto è molto semplice: quante volte vi sarà capitato di cercare un oggetto in vendita sul web, o di aver visualizzato delle offerte per la prossima vacanza o cercato rimedi per un disturbo fisico? Avete mai notato che dal giorno successivo le pubblicità dei banner, per esempio ad ogni collegamento alla vostra e-mail personale, sono molto più mirate? Se avete cercato un albergo a Milano, «miracolosamente» dal giorno successivo sui banner appariranno offerte concorrenti sul tema o aggiornamenti su prezzi più favorevoli della stessa compagnia. Spingere gli utenti verso una direzione favorevole agli inserzionisti non potrebbe già essere chiamata «violazione della privacy»? E cosa ci avete guadagnato da questa piccola invasione? Zero. Zannier ha deciso di cominciare a guadagnarci, così

come lo studente olandese Shawn Buckles, che poche settimane fa ha messo all'asta i suoi dati personali: l'accesso per un anno a tutti i suoi dati è stato valutato da una multinazionale pubblicitaria intorno ai 400 euro. Nulla vieta allo studente di cercare anche altri acquirenti. Non è fantasia ipotizzare che Buckles con un po' di lavoro di marketing potrebbe vedersi recapitare sul conto 400 euro al mese. Ed eccoli gli inutili moralisti che criticano l'evoluzione della specie: in prima fila il sociologo Evgeny Morozov, che in un recente articolo per il *Corriere della Sera* paragona i due ragazzi a persone che si vendono in schiavitù e sostiene che i governi dovrebbero proibire per ragioni morali la compravendita della privacy. Dall'alto della sua ideologia anti web, sostiene che «vendere i propri dati significa ridurre al minimo lo spazio per sperimentare e accettare di diventare un cartellone pubblicitario interattivo». Come fa un sociologo a non accorgersi che questo già avviene senza farci guadagnare? Vendere i propri dati può essere un modo intelligente per chiedere un compenso e non vivere da cartelloni pubblicitari ad uso gratuito. A chi dà fastidio che questo avvenga?

DAL WEB

ATTENTI ALLA LOCALIZZAZIONE SUGLI SMARTPHONE

Gli iPhone sono venduti con il localizzatore attivo. Questo significa che se non disattiviamo la funzione in molti possono sapere dove siamo e che negozi frequentiamo per farci proposte d'acquisto mirate. (Alessandra R.)

VOGLIO VENDERE LE MIE CONVERSAZIONI

Da tempo penso che vorrei vendere tutte le mie conversazioni social, gli scambi di e-mail, la cronologia delle mie visite, ma non sapevo se potesse fare. Se lo proibiscono è per fermare un mercato in crescita che può aiutare molti. (Gloria E.)

IL DUBBIO SU MOROZOV...

Ho sempre pensato che Evgeny Morozov debba la sua fama alla contraddizione stessa: non ha nemmeno trent'anni e sostanzialmente deve la notorietà a come ha demonizzato l'uso del web. Fatevi qualche domanda... (Teresa D.)