

CONTRARIAN

IL DIRITTO ALL'IDENTITÀ PERSONALE NELL'ERA DEI (TANTI) SOCIAL MEDIA

► L'ultima Relazione sull'attività svolta nel 2021 dall'Autorità Garante per la Protezione dei Dati Personali rivela, tra le tante cose, che nel 2021 il Garante ha riscosso sanzioni per oltre 13 milioni di euro. Sanzioni riscosse all'esito di una stagione in cui sono stati registrate 2.071 casi di violazioni di dati e il Garante ha dato riscontro a 9.184 reclami e segnalazioni ricevute. Questi numeri dicono che l'Ufficio del Garante è stato sollecitato e che ha risposto attivamente; dicono altresì che il tema del trattamento dei dati personali riveste un ruolo più attivo rispetto al passato e che le sanzioni possono giungere severe, consistenti e soprattutto vengono effettivamente riscosse. Occorre pertanto che tutti, professionisti e aziende *in primis*, facciano le opportune riflessioni, anche sul grado di rischio che intendono tollerare ove decidano di non adottare un modello per il corretto trattamento dei dati personali.

La questione riguarda tutti, in Italia come in Europa, e vale per i piccoli, per i medi e per i grandissimi: l'Irish Data Protection Commission, l'ente irlandese che si occupa di tutela dei dati personali, di recente ha sanzionato Instagram chiedendo 405 milioni di euro per avere violato il regolamento europeo sulla privacy (Gdpr). Questa è la seconda multa più alta per violazione del Gdpr mai imposta nell'Unione Europea, dopo quella da 746 milioni di euro contro Amazon nell'estate del 2021. Meta – la holding che controlla Instagram – avrebbe violato la privacy di minorenni, mostrando in talune occasioni i loro indirizzi e-mail e numeri di telefono a terzi. Oggi moltissima parte delle attività si svolgono con l'insostituibile supporto dei sistemi informatici, che consentono di trattare una quantità di dati personali prima inimmaginabile e anche per questo è divenuto sempre più importante e urgente adeguare tutti i comportamenti alle regole europee e italiane dettate per il corretto trattamento dei dati personali.

La questione però non riguarda solo le grandissime aziende: anche per le piccole e medie realtà i flussi dei dati da verificare e mappare sono molteplici, i dati che l'impresa vorrebbe trattare crescono sempre più e parimenti crescono gli incidenti di sicurezza e queste rappresentano tutte valide urgenti ragioni per dedicare al tema del (corretto) trattamento dei dati personali il ruolo che merita, investendo per sensibilizzare e per applicare un modello personalizzato conforme ai principi italiani ed europei. È in definitiva anche la sensibilità della persona rispetto al tema privacy che, sia pure gradualmente, sta crescendo e d'altronde questa nuova consapevolezza non può che manifestarsi anzitutto nel singolo individuo perché, come affermato da Guido Scorza, componente dell'Autorità Garante per la protezione dei dati personali il diritto alla privacy, «è il diritto a essere quelli che siamo, affinché gli altri ci riconoscano e ci identifichino nell'integrità della nostra persona e non, come accade con più frequenza negli ultimi anni, semplicemente come una parte del tutto, a seconda dello scopo o della finalità per la quale i nostri dati vengono trattati. Online, insomma, capita di essere soltanto il buon cliente della piattaforma di e-commerce o il cattivo cliente; di essere l'utente della piattaforma di social media con tanti o pochi contatti; di essere l'utente della piattaforma di video on demand che preferisce le serie tv di crime rispetto ai documentari, e così via. Nella realtà quando diciamo diritto alla privacy, quando lo traduciamo in quella accezione di diritto all'identità personale, oltre che diritto alla riservatezza, ciò che stiamo intendendo è il diritto a essere riconosciuti come tutte queste cose insieme...» (riproduzione riservata)

Antonio Montanaro
studio Martinez & Novebaci

