

La Privacy come Prodotto

Il dibattito sulla privacy può far sì che i consumatori debbano scegliere tra due opzioni: allontanarsi dal mondo virtuale e mantenere il proprio anonimato o gettarsi sul Web e mettere alla mercè di tutti la propria identità, le proprie finanze, la propria sicurezza e forse anche la propria democrazia.

John Ellis, esperto in automotive, futurista ed ex tecnologo globale per Ford Motor Co., pensa che potremmo aver trascurato una terza opzione.

Nel suo libro, "The Zero Dollar Car", sostiene che i consumatori dovrebbero iniziare a pensare alla loro privacy come prodotto. *"Invece di nascondere i nostri dati privati, dovremmo venderli alle aziende, utilizzando i profitti per abbassare il prezzo dei beni e dei servizi che alimentano le informazioni che produciamo"*.

Ellis pensa che il modo migliore per iniziare sia con la propria macchina. Le nostre vetture sono state trasformate da un mezzo di trasporto in un sofisticato computer su ruote che offre ancora più accesso alle nostre abitudini e comportamenti personali rispetto agli smartphone.

I veicoli di oggi possono determinare dove si fa la spesa, il tempo sulla strada, quanto spesso si indossano le cinture di sicurezza, cosa si stava facendo poco prima di un incidente, anche dove amiamo mangiare e quanto si pesa.

Se le case automobilistiche raccogliessero informazioni così preziose, non dovrebbero pagare per questi dati?

"Nel mio libro – afferma Ellis – mostro come il valore dei dati del veicolo valga migliaia di dollari. Potremmo scambiare i nostri dati facendo abbassare drasticamente il costo della nostra vettura".

Immaginate un mondo in cui potreste negoziare la vendita di tutti i dati generati dai suoi cinque sensori: controllo di trazione, fari, orologio, tergicristallo e barometro.

Combinati, questi sensori forniscono dati molto accurati sul tempo nella posizione di quella macchina. Chi sarebbe interessato? Ad esempio la *National Oceanic and Atmospheric Administration (NOAA)*, un'agenzia scientifica che monitora il tempo e prevede tempeste gravi come cicloni e bufere di neve.

Piuttosto che cercare finanziamenti per un'altra stazione meteorologica, perché la NOAA non dovrebbe acquistare informazioni meteorologiche aggiornate al secondo da tutti i veicoli in tutte le regioni del mondo?

Le auto contengono anche sistemi di monitoraggio delle sospensioni che, pur fornendo informazioni sulla salute della corsa del veicolo, registrano anche ogni volta che il veicolo attraversa tratti accidentali di strade o autostrade che necessitano di riparazione, il percorso casa/ufficio, quanto il veicolo è fermo negli ingorghi, nel garage etc...

Sono dati in tempo reale di interesse straordinario per le agenzie governative che gestiscono strade e autostrade.

Anche tutti i driver che utilizzano Android Auto di Google o CarPlay di Apple utilizzano un altro sensore, il microfono installato. Con i comandi vocali, molti di noi chiamano una destinazione e ricevono indicazioni stradali, o dicono semplicemente "ristorante", e si aspettano di ricevere alcune scelte sul proprio percorso.

Conoscendo la nostra storia di destinazioni passate e la nostra marca e modello di auto, Google potrebbe fornire suggerimenti basati sulle nostre abitudini e sullo stato socio-economico. Alla domanda "ristorante" del conducente di una Mercedes che ama le steakhouses, Google potrebbe consultare i suoi inserzionisti e fornirci advertising mirati.

Immaginate ora se lo stesso discorso lo facessimo per tutti i dati che condividiamo nelle nostre case: attraverso elettrodomestici collegati alla rete, tv, smartphone...

> Vedi anche: La salute come fonte di reddito

La nostra Privacy è importante, da domani potremmo scegliere quali dati "donare" alle aziende e quali mantenere privati, ed essere pagati anche per questo. Non male no?