

Big Data: cosa sono e come stanno cambiando la nostra vita in un'indagine di Agcom, Agcm e Garante della Privacy

Lo scorso 10 Febbraio, è stata pubblicata un'indagine estremamente interessante sui Big Data realizzata, congiuntamente, da AGCOM (Autorità per le garanzie nelle comunicazioni), AGCM (Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato) e Garante per la Protezione dei Dati Personali.

Si tratta di uno studio, a carattere divulgativo, di rilevanza decisiva per comprendere lo stato dell'arte e gli scenari futuri di un ecosistema digitale in rapida evoluzione che sta rivoluzionando l'economia ma anche la nostra quotidianità.

Un tema, quello dei Big Data, nel quale siamo avvolti costantemente ogni volta che entriamo in contatto con la Rete Internet, ma del quale **si ignorano spesso significati e prospettive**, a causa, per lo più, di una **scarsa conoscenza** tecnica della materia.

Indagine conoscitiva sui Big Data

Ecco perché *“L'indagine conoscitiva sui Big Data”* assume un grande valore, avvicinandoci, in modo istituzionale, ad un tema complesso, delicato e contemporaneo.

L'indagine (che potete consultare [qui](#) nella sua completezza), si struttura in **5 capitoli** dove l'universo dei Big Data viene frammentato sotto differenti focus interpretativi:

- il **primo**, a carattere introduttivo, **presenta i temi** d'analisi;
- il **secondo** mette a fuoco le trasformazioni apportate

dalla generazione di grandi volumi di Dati nella **gestione delle aziende** italiane;

- il **terzo** riporta le considerazioni dell'AGCOM sull'**impatto dei Big Data nel settore delle comunicazioni digitali** e dei media;
- il **quarto**, strettamente trattato dal Garante per la Protezione dei Dati Personali, si focalizza sulle **misure e cautele** da adottare;
- il **quinto**, prima della conclusione, interpreta il fenomeno in ottica antitrust, concentrandosi sulla **tutela del consumatore**.

L'Introduzione è decisiva nel chiarire cosa effettivamente siano i Big Data.

In assenza di **definizioni** normativamente vincolanti, il rapporto definisce il fenomeno come segue: *“la raccolta, l'analisi e l'accumulo di ingenti quantità di dati, tra i quali possono essere ricompresi – quelli – di natura personale, potenzialmente prelevati anche da fonti diverse”*.

Per capire quanto i dati stiano impattando sulla vita delle persone, basta guardarne i volumi: 28 [zettabyte](#) d'informazioni raccolte nel **2018**, dieci volte in più rispetto al 2011, con una previsione che sfiorerebbe i 125 zettabyte nel **2025** (un incremento di quasi il 450%), una volta che la rete 5G diverrà una realtà permanente e capillarmente diffusa.

Il primo nodo affrontato dall'Indagine è quello della **Digital Transformation** in ottica aziendale, ovvero, come internet e il web stiano modificando il **management** e le **strategie aziendali** contemporanee e, di conseguenza, i mercati stessi.

Il valore dei Dati

Se su Google vengono effettuate circa **2,7 milioni di ricerche al minuto**, è banale capire come le aziende possano sfruttare questa presenza massiva degli utenti sulla Rete per

ottimizzare i propri processi decisionali in base alle azioni compiute online dagli utenti.

Il rapporto è inequivocabile nell'esprimere il **valore che i dati** assumono oggi con la digital transformation lato aziende, essendo destinati ad: *"accrescere l'efficienza dei processi produttivi, migliorare la capacità decisionale degli amministratori, prevedere più accuratamente le tendenze di mercato"*. Una trasformazione che, dunque, porta il Dato a divenire una **vera e propria risorsa economica**, punto di incontro tra aziende e clienti in nuovo **"marketing digitale"** guidato da sempre più sofisticati algoritmi di **profilazione**.

La mole dei dati è decisamente destinata da aumentare in modo esponenziale con l'avvento delle **connessioni mobili 5G** e la diffusione dell'**IOT** ([Internet of Things](#)) che porterà connessioni in Rete permanenti anche di oggetti domestici che scambieranno i nostri dati con un'infinità di applicazioni.

Il problema più rilevante che sta a cuore a tutte le authority che hanno patrocinato l'Indagine, è quello della **tutela di un consumatore** che, al fine di accedere a servizi sempre più digitalizzati, permette, senza averne reale consapevolezza, la **cessione dei propri dati personali**, anche [sensibili](#), a grandi player del mercato digitale che li utilizzino tramite strumenti evoluti di web marketing ed **algoritmi di machine learning** traendone enormi profitti.

Come, infatti, illustravamo nel precedente articolo [Google Chrome ha annunciato il blocco dei Cookie di Terze Parti per migliorare la Privacy e la GDPR compliance](#), l'utente che navighi un sito web, risulta spesso **poco consapevole** di quali siano i propri dati trattati e soprattutto da chi vengono raccolti ed utilizzati.

Il Regolamento Europeo sulla Protezione dei Dati

Al fine di mettere un argine a questi fenomeni, l'Unione Europea ha anticipato l'esplosione del fenomeno dei Big Data

ed il verificarsi del cosiddetto “Capitalismo della Sorveglianza” (fenomeno definito dall'accademica e scrittrice [Shoshana Zuboff](#)), emanando l'ormai noto **Reg. UE 16/679 – Regolamento Europeo sulla Protezione dei Dati Personali** o GDPR divenuto operativo il 25 Maggio 2018, che si configura come un contrappunto legislativo ad un contesto sempre più caratterizzato da attività di **profilazione** evolute, algoritmi di **intelligenza artificiale**, **connessioni permanenti alla Rete internet** di qualunque oggetto o device.

Capire quanto il GDPR stia riuscendo efficacemente a confinare attività di profilazione a scopo commerciale proteggendo privacy e riservatezza degli utenti, è oggetto di costante dibattito. E' importante, in particolar modo, mantenere sempre elevata la vigilanza sui trattamenti riguardanti grandi moli di dati (Big Data, appunto), affinché vengano costantemente applicate logiche di **anonimizzazione** che impediscano l'associazione con le effettive identità degli utenti, nonché, l'esecuzione di attività di comunicazione basate su profilazioni avanzate e profonde eseguite senza un consenso dell'utente (*ricordiamo, ad esempio, quelle condotte nel noto scandalo che ha visto coinvolte Cambridge Analytica, Facebook e l'app “Thisisyourdigitallife”*).

Concludiamo queste brevi riflessioni, affermando che la recente indagine di Agcom, Agcm e Garante Privacy, si prospetta come un importante **strumento di divulgazione e sensibilizzazione** fornendo le chiavi di lettura per approcciarsi ad un mondo tecnologico in rapida evoluzione che, senza un'opportuna conoscenza, **rischia di renderci pedine inconsapevoli** di un sistema digitale che sta mettendo a rischio buona parte della nostra vita privata, della nostra libertà e, forse, per questo, della nostra democrazia.