

la terza rivoluzione di internet

BLOCKCHAIN TECHNOLOGY, CRIPTOVALUTE, RETE 5G, LIBRA:
ECCO IL NOSTRO FUTURO



BDI ORAZIO PARISOTTO*
Blockchain, bitcoin, libra, 5g: la terza rivoluzione di internet è iniziata. Ma tutti noi, popolo di utenti consumatori, siamo pronti ad affrontare questi cambiamenti epocali? Abbiamo gli strumenti per arginare i rischi potenziali che si nascondono dietro queste nuove trasformazioni? È indubbio che la realizzazione di nuove applicazioni tecnologiche fruibili anche attraverso gli smartphone potrebbe favorire inedite possibilità di profondi e sorprendenti cambiamenti sociali. Negli ultimi tempi si sta diffondendo l'utilizzo del sistema criptato di block chain, che ha messo in moto la cosiddetta terza rivoluzione di Internet.

Le criptovalute sono ormai una realtà: dopo i bitcoin adesso assistiamo alla nascita di *Libra*, la moneta digitale lanciata da *Facebook*. Sono sperimentazioni da seguire molto attentamente perché potrebbero portare al superamento degli stessi Stati nazionali. Certo è che le cripto valute stanno aprendo nuove prospettive a livello economico finanziario e non solo: si tratta infatti di denaro senza stato e senza banche che si moltiplica in un vortice che potrebbe segnare un nuovo capitolo nel mondo finanziario e socio-politico perché il sistema criptato basato sulle co-

siddette *blockchain* sembra applicabile ad ogni forma di transazione, garantendo sicurezza e tracciabilità permanente, scavalcando ogni confine statale e ogni limitazione burocratico-amministrativa. C'è chi intravede in questo la possibilità di un avvio di nuove forme di democrazia sovranazionale (cosmopolitica) favorito, se non imposto, dalla evoluzione di tecnologie che per ora servono a realizzare le cripto monete ma che possono avere ben più ampi utilizzi.

dente Nazionale *Adiconsum* (Associazione Difesa Consumatori e Ambiente). "Bisogna invitare i consumatori a procedere con cautela cercando di intervenire sulle aziende, aprendo dei canali di confronto e di dialogo, facendo presenti quali sono le cose che non ci piacciono, perché riteniamo non siano a tutela dei consumatori" afferma De Masi "Ad esempio, sul caso della criptomoneta *Libra*, lanciata da *Facebook*, chiediamo al social network di chiarire in ogni dettaglio l'in-

Come si possono difendere i consumatori. Intervista a Carlo De Masi, Presidente Adiconsum

Ma per non correre il rischio di essere manipolate devono essere poste sotto il controllo di un organismo sovranazionale democratico mondiale. Ma la rivoluzione tecnologica non finisce qui: tra poco la vita nelle nostre città sarà completamente trasformata dalla tecnologia 5G, una rete globale in grado di trasmettere in tempo reale immense quantità di dati utilizzando gli algoritmi dell'intelligenza artificiale. È un mondo sempre più interconnesso ma con un grave rischio in merito alla possibilità di proteggere dalle truffe e dagli attacchi informatici i nostri dati personali.

Ne abbiamo parlato con *Carlo De Masi*, Presi-

tero ciclo operativo e procedurale, per poter verificare le eventuali criticità sul fronte della sicurezza e della tutela del consumatore, affinché siano garantite, per il trasferimento del denaro, le stesse modalità di sicurezza oggi esistenti nelle app delle banche: password, token, ecc.

Sono fin troppo ovvi gli abusi e i soprusi che una procedura semplificata può generare, in particolare sulle persone anziane e meno alfabetizzate digitalmente, che poi sono la maggioranza della popolazione italiana. Le truffe sul credito telefonico, scatenate da un click sbagliato, sono solo un fenomeno premonitore di quello che potrebbe



succedere se le procedure del trasferimento della *Libra* non saranno corrette. Ecco perché, riteniamo più sicuro per la tutela del consumatore che *Libra* sia un'App a sé stante, collegata ma non integrata a WhatsApp, Messenger o altre applicazioni, in modo che l'utente abbia la chiara percezione di effettuare un'operazione di trasferimento dei propri soldi in tutta sicurezza".

Di fronte alla sempre più invasiva presenza dei social network che cosa si può fare allora per tutelare la privacy dei consumatori/utenti e proteggere i nostri dati online?

Ad un anno dall'introduzione del Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR), che ha aggiornato la tutela della privacy, i dati diffusi dalla Commissione Europea evidenziano che il 67% degli europei ha sentito parlare della nuova normativa, che il 57% dei cittadini europei sa dell'esistenza di un'Autorità pubblica responsabile della protezione dei loro dati e che le più comuni segnalazioni di violazione riguardano le attività di telemarketing, l'invio di e-mail promozionali e di controllo con sistemi di video sorveglianza. Nonostante ciò, molta della perdita della propria privacy nei social network dipende dall'uso improprio che ne fanno i consumatori.

Non serve demonizzare i social, bisogna piuttosto non perdere la consapevolezza che qualsiasi



COS'È L'ADICONSUM

Pugliese, laureato in economia e commercio e scienze politiche, dal 2017 Carlo De Masi è Presidente di *Adiconsum* (Associazione Difesa Consumatori e Ambiente) che fa parte del CNCU, Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti, istituito presso il Ministero dello sviluppo economico. Il sodalizio è affiliato al BEUC, la più grande organizzazione europea dei consumatori, e dal 2006 gestisce in esclusiva il Centro Europeo Consumatori Italia, punto di contatto nazionale della Rete dei Centri Europei dei Consumatori (ECC-Net), istituita dalla Commissione Europea. Collabora inoltre attivamente con il Comando Carabinieri per la tutela della salute e con il Comando Carabinieri per la tutela Agroalimentare per combattere frodi, truffe e raggiri ai danni dei cittadini.

cosa postiamo è di dominio pubblico. Purtroppo, postare una propria foto sui social potrebbe essere pericoloso, soprattutto perché le foto postate rimangono archiviate sulla piattaforma e diventano di sua proprietà e di chiunque riesca a carpirle e catalogarle. Non solo le foto, ma anche tutto ciò che postiamo, può permettere di tracciare un profilo dei nostri interessi, delle nostre amicizie, dei nostri pensieri, che possono venire immagazzinati per altri scopi. Tutto questo non accade, quindi, solo quando si lanciano nuove iniziative, ma è la regola dei social e non dobbiamo mai dimenticarla. Ma il grande pericolo dei social è l'uso non consapevole di internet, che può diventare un terreno fertile per chi vuole fare business con la raccolta di dati personali.

Questi scenari non sono più futuribili ma entrano già adesso prepotentemente nella nostra vita quotidiana scavalcando i confini e le legislazioni dei singoli Stati. In questa prospettiva non pensa che sia necessario e urgente un reale coordinamento nazionale e internazionale delle tante, troppe, sigle che si occupano di consumatori?

Sì, assolutamente, e come *Adiconsum* ci stiamo muovendo già da tempo in tal senso.

Come prima cosa si deve intervenire sui modelli di rappresentanza, che devono sapere evolvere di pari passo con gli stili di consumo e i modelli sociali. Dal ministero dello Sviluppo Economico ci aspettiamo una revisione dell'associazionismo dei consumatori, perché molte di queste Associazioni non svolgono appieno i compiti che dovrebbero espletare e, soprattutto, faticano a cogliere le trasformazioni in atto. È necessario, dunque, intervenire proprio sul piano istituzionale. Occorre, inoltre, una qualificazione delle Associazioni, che non devono usare come uniche armi il contenzioso o, peggio, l'esposizione mediatica per fini personalistici di chi è preposto alla loro governance. Le Associazioni dei consumatori del futuro dovranno essere soggetti capaci di produrre cultura e pedagogia del consumo responsabile, di trovare punti di congiunzione possibili tra modelli di produzione e modelli di consumo, di costruire consenso attorno ad uno sviluppo equo e sostenibile, di andare, quindi, verso la tutela preventiva dei cittadini-consumatori.

È evidente che lo sviluppo delle nuove tecnologie proietta questi problemi su base planetaria. Per questo è urgente introdurre delle regole a valenza internazionale sotto l'egida delle Nazioni Unite che possano garantire tutti noi cittadini del mondo e consumatori sull'effettivo rispetto dei principi deontologici e dei diritti fondamentali. Un sistema di controlli veramente trasparente ed efficiente e una informazione-comunicazione corretta e non strumentalizzata potranno facilitare la democrazia partecipativa che è alla base della vera vita democratica e della libertà di ogni società.

Il Professor Orazio Parisotto è Studioso di Scienze Umane e dei Diritti Fondamentali. Founder di Unipax, NGO associata al DPI delle Nazioni Unite