

Whatsapp, privacy e nuove condizioni: cosa cambia

Dall'8 febbraio bisognerà accettare i nuovi termini d'uso di Whatsapp per continuare a usare l'app. Cosa prevedono e perché è intervenuto il Garante italiano per la privacy

Fuga da Whatsapp? Ci vuol altro. Ma qualcosa è successo: abbiamo scoperto che dopo anni di dibattiti e scandali o presunti tali sull'uso e l'abuso dei nostri dati, l'accettazione dei termini di servizio non è più una formalità.

Nell'ultima settimana decine di milioni di persone in tutto il mondo hanno scaricato le applicazioni di messaggistica Signal (1,3 milioni in un giorno) e Telegram (25 milioni in tre giorni) perché la più nota — e usata da due miliardi di persone — Whatsapp ha modificato le sue condizioni d'uso, e l'ha comunicato in modo un po' maldestro.

O per usare le parole del Garante italiano per la privacy, che ha avvisato i suoi omologhi europei e non esclude interventi d'urgenza: «Poco chiaro e non idoneo a consentire la manifestazione di una volontà libera e consapevole». «Questo aggiornamento fornisce ulteriore trasparenza e non influisce sulla privacy» ha risposto un portavoce dell'app.

Cosa cambia, quindi? Dall'8 febbraio, per continuare a usare Whatsapp bisognerà accettare le nuove condizioni. In Italia e nel resto d'Europa, dove dal 2018 è in vigore il regolamento per la privacy Gdpr che fra le altre cose impone la trasparenza auspicata dal nostro Garante, i cambiamenti sono minimi: Facebook, che ha comprato Whatsapp nel 2014, continuerà a vedere «l'indirizzo mail con cui gli utenti si registrano all'app o le informazioni sul dispositivo da cui viene utilizzata» e continuerà a non poter usare queste informazioni per «l'invio di pubblicità o contenuti targettizzati» come spiega l'avvocato Ernesto Belisario.

La novità principale è relativa alle aziende che usano il software di Whatsapp per comunicare con i clienti, e avranno accesso alle conversazioni per finalità di marketing, o a quelle che vendono su Facebook Shops e possono farsi contattare su WhatsApp. Questo è il settore a cui prestare attenzione, perché l'intenzione di Mark Zuckerberg è di farci usare sempre di più la sua famiglia di app — di cui fa parte anche Instagram — per fare acquisti e pagamenti.

Nel resto del mondo e negli Stati Uniti, dove le preoccupazioni per la privacy si sono mescolate a quelle per la moderazione dei contenuti dopo l'assalto a Capitol Hill, diventa invece obbligatorio accettare che dati come il numero di cellulare o la rubrica di Whatsapp possano essere usati da Facebook per mostrare pubblicità personalizzate. Poteva già succedere, ma dal 2016 era opzionale.

Né in Europa né nel resto del mondo, Facebook o Whatsapp hanno accesso al contenuto di messaggi o chiamate perché è crittografato.

Nel 2016 Tommaso Valletti, professore di Economia all'Imperial College di Londra, era capoeconomista all'Antitrust europea che l'anno dopo ha multato Menlo Park per aver fornito informazioni fuorvianti sull'asse fra le due applicazioni: «Anche in Europa, Facebook continuerà a costruire profili statistici degli utenti di Whatsapp (anonimi, ma basati sulle nostre abitudini ndr) usando i dati che ha a disposizione. E userà le informazioni raccolte fuori dall'Ue per allenare i suoi algoritmi e affinare l'incrocio di dati e la profilazione degli europei» dice. Ecco spiegato il fascino di app più piccole, indipendenti e attente a minimizzare la raccolta dei dati. Difficile, però, che basti per impensierire davvero Whatsapp.

Martina Pennisi

Corriere della Sera

15 Gennaio 2021