

Perché la privacy va insegnata ai bambini (ma anche ai genitori)

Poco tempo fa **Google** ha accettato di pagare una multa di 700 milioni di dollari per aver raccolto illegalmente dati personali di bambini su **Youtube** senza il consenso dei genitori, il che è una violazione del Children's Online Privacy Protection Act (COPPA) americano.

Il provvedimento

Il provvedimento ha fatto sì che oggi la **FTC (Federal Trade Commission)** e la procura generale di New York – che insieme hanno aperto il caso nei confronti di Google – impongano a Youtube di ottenere il consenso dei genitori prima di raccogliere o condividere dati personali e informazioni che riguardano dei bambini. Inoltre, i creatori di contenuti rivolti ad un pubblico infantile devono sempre qualificarsi per restringere la pratica delle pubblicità mirate, basate sulla profilazione degli utenti.

E' vero che la multa di 170 milioni è una goccia nel mare per Alphabet, la holding che controlla Google che ha una valutazione superiore ai 700 miliardi di dollari. Però è un segnale.

Scala immensa, Youtube e Youtube Kids

Per quanto riguarda adulti e bambini, Google ha a disposizione

tutte le informazioni che vanno delle ricerche sui motori di ricerca, agli acquisiti online fino ad ogni app e sito web associati con gli account gmail, compresi quelli cancellati, o associati con le impronte digitali per il cross browser. Come genitori, poi, si crea una sorta di network di interconnessioni che riguardano i bambini a partire dagli acquisti online o la creazione di account aperti per loro senza parlare delle loro app e dei siti che visitano. Oltre a tutto questo c'è poi la navigazione vera e propria dei ragazzini nelle pagine di **Youtube** e **YouTube Kids**, i dati sulle ricerche che fanno sui video consigliati e la durata della navigazione.

Pagine segrete

Esistono poi delle pagine segrete che consentono di monitorare la navigazione online degli utenti scoperta recentemente dopo una segnalazione al Garante irlandese.

Ad ogni modo, stiamo parlando di una massa immensa di dati sui nostri figli, che viene poi automaticamente passata al setaccio dall'algoritmo di Google, che oggi di fatto è presente in molte sfere della nostra vita, dalla selezione di personale alle app di dating online.

Google a scuola in Usa

C'è poi un'altra sfera dove Google è presente nella vita dei nostri figli, vale a dire il sistema scolastico. L'azienda è entrata nel sistema americano nel 2012, e oggi domina il mercato tecnologico scolastico negli Usa dall'asilo fino alla tutta la scuola dell'obbligo tramite **Google Docs**, **G-Suite**, **Chromebooks** e gli account dei bambini associati di Gmail, necessari per il loro utilizzo. Ciò significa che l'accesso di Google ai dati dei bambini va dalla sfera dell'entertainment (YouTube and YouTube Kids), alle ricerche allo storico degli acquisti online (tramite gli account associati dei genitori)

fino al settore scolastico.

Fra il 2012 e il 2016 la presenza di Google Chromebooks è passata dall'1% nel mercato scolastico Usa a più del 50%: più di 30 milioni di Chromebooks vengono usati nelle classi americane. Anche in Italia tablet e smartphone possono essere usati a scuola.

Le violazioni a scuola

Nel 2017, più del 58% dei dispositivi acquistati per le scuole statunitensi erano a marchio Google; più di 80 milioni fra educatori e scolari li usano tutti i giorni a livello globale. In un primo tempo, le impostazioni di fabbrica dei Chromebook consentivano di raccogliere senza alcun consenso le abitudini di navigazione dei bambini a scuola, le password salvate e i video scaricati su Youtube. Per questo, nel 2015 la **Electronic Frontier Foundation (EFF)** ha depositato una segnalazione alla FTC per violazione dei dati personali. C'è poi il problema di **Gmail**, che diventa da subito il provider di default dei ragazzi a scuola, senza consenso dei genitori e spesso e volentieri con il loro nome per intero che viene poi usato per altri servizi connessi che raccolgono costantemente dati senza notificarlo.

La proposta dei senatori Usa

Per evitare questo monopolio sui dati dei ragazzini, a marzo del 2019 i senatori Ed Markey e Josh Hawley hanno presentato una proposta bipartisan per aggiornare il COPPA.

L'obiettivo è vietare la pubblicità mirata verso i bambini; estendere la protezione della privacy ai ragazzini di 13 e 15 anni in modo che non si possano raccogliere dati personali senza consenso; introdurre un tasto di cancellazione che consenta a genitori e figli di cancellare i dati personali.

Se dovesse passare, questa proposta di legge avrebbe un grosso impatto sui ricavi del mercato della pubblicità digitale di Google e **Facebook**, che negli Usa ha raggiunto un valore complessivo di 107 miliardi di dollari nel 2018.

<https://www.key4biz.it/perche-la-privacy-va-insegnata-ai-bambini-ma-anche-ai-genitori/284083/>