

Cronache

Home Opinioni CorriereTV Salute Scienze Sport Motori Viaggi Informazione locale Cucina Casa Dizionari Libri Scommesse & Lotterie Giochi
 CRONACHE POLITICA ESTERI ECONOMIA CULTURA 150 SPETTACOLI CINEMA E TV ANIMALI MILANO ROMA ENGLISH MOBILE & eREADER STORE

» Corriere della Sera > Cronache > Profili (e privacy) violati in Rete E gli spioni ci vendono al marketing



DUE AZIENDE USA SI ACCORDANO CON I PROVIDER. E PARTE UNA SPERIMENTAZIONE DI MASSA

Profili (e privacy) violati in Rete E gli spioni ci vendono al marketing

Dal traffico degli utenti al loro identikit: la tecnica è sotto accusa



MILANO - Gli spioni della Rete sono tornati. Ma questa volta, prima di ficcare il naso nelle nostre attività online, bussano alla porta e chiedono il permesso. I «cattivi ragazzi» hanno messo la testa a posto, oppure siamo di fronte all'ennesimo tentativo di aggirare la naturale diffidenza dei naviganti?

NOTIZIE CORRELATE
[Ecco come funziona la Deep Packet Inspection](#)

A (ri)lanciare l'allarme è stato, ieri, il Wall Street Journal: due pagine per ripercorrere le alterne fortune della «deep packet inspection», tecnologia di raccolta e analisi dei «pacchetti di dati» (non solo la navigazione in Rete) che i nostri computer trasmettono e ricevono quando siamo connessi. L'obiettivo, dichiarato, è quello di creare dei profili degli utenti, in modo tale da poterli «colpire» con campagne pubblicitarie personalizzate. Una meta inseguita anche da altre metodologie (i cookies, per dirne una), con la differenza che i risultati della Dpi sono più accurati - tanto da essere usati anche nel campo dello spionaggio vero e proprio - e, di conseguenza, più appetibili. Peccato che la tecnica sia anche (parecchio) più invasiva, e abbia già creato notevoli problemi di privacy. Ed è per questo che oggi le aziende passano al contrattacco, offrendo alle ex vittime non solo la possibilità di tenersi fuori dal gioco (è il modello opt-in: per essere «analizzati» occorrerà dare il consenso, niente più meccanismi occulti di silenzio-assenso), ma anche incentivi come servizi di sicurezza gratuiti (la protezione dai «furti di identità») e l'offerta di pacchetti di notizie e pubblicità customizzati. E la garanzia che dati personali o «sensibili» e contenuto di email resteranno top secret.

È così che due aziende americane, la Kindsight e la Phorm, tentano di abbattere il muro di gomma antiDpi: le compagnie stanno già effettuando sperimentazioni «di massa», grazie ad accordi con - rispettivamente - sei provider «negli Usa, in Canada e in Europa» (ma Kindsight non ha voluto fornire i nomi al WSJ) e due compagnie brasiliane, Oi (circa 4 milioni e mezzo di clienti) e Telefonica SA. I provider, s'intende, parteciperanno degli utili. Per gli addetti al mestiere, una notizia sconcertante: la Dpi - e la pratica del behavioral advertising, la pubblicità «comportamentale» - è stata ed è tuttora al centro di un animato dibattito, dopo che in Gran Bretagna era scoppiata la bufera sul caso Phorm-British Telecom. In sintesi: un monitoraggio, senza previa autorizzazione degli utenti, del traffico Internet del provider BT, in grado di fornire una massa di informazioni pronte per essere divorate dagli squali del marketing. A guadagnarci, i provider (e la Phorm); a perderci, i cittadini. Una sperimentazione «occulta» avvenuta nel 2006, contro la quale si erano mobilitati attivisti e istituzioni, non ultima la Commissione Europea. Da cui sono partiti richiami e notifiche di infrazione alla volta di Londra.

Le autorità britanniche hanno ora annunciato - come racconta PuntoInformatico (puntoinformatico.it), tra le più autorevoli testate del settore - un'imminente revisione della legge sulle intercettazioni, dopo una consultazione pubblica aperta fino al 7 dicembre. Poco, per alcuni. Ma, si spera dalle parti del Big Ben, sufficiente per allontanare lo spauracchio della Corte europea. E in Italia, che spazio hanno le incursioni degli «spioni della Rete»? «Dal punto di vista tecnico, potrebbero iniziare domani. Sotto il profilo della privacy...». Guido Scorza, docente di diritto delle nuove tecnologie, non si scompone. «Da noi, anche l'indirizzo IP è considerato dato personale. Impossibile il silenzio-assenso, così come acquistare una base dati dal provider, con clienti già "in portafoglio". Sarebbe invece possibile la richiesta di un consenso ad hoc». Con qualche rischio sul lato dell'informazione, «lo stesso che abbiamo vissuto con Facebook: all'inizio tutti abbiamo creduto di avere un pieno controllo, poi dopo 3-4 anni ci siamo resi conto che le dinamiche non erano così chiare». Contro gli «spioni», l'unica difesa resta tener alta la guardia.



Per Natale

piùletti

- 1 Bersani sfida Gelmini: «Ecco i miei 30»
- 2 Giuliani chiede scusa a Fede Il giornalista: «Lacrime di cocodrillo»
- 3 Università, slitta la riforma
- 4 Irina e le foto senza veli: è polemica

IN PRIMO piano

[Governo ko, Gelmini: intesa o ritiro Studenti in piazza, cortei e tensione](#)

CRONACHE

[Bersani sfida Gelmini: «Ecco i miei 30»](#)

POLITICA

[Temperature in calo, neve a Milano](#)

CRONACHE

[Wikileaks diffonderà 2,7 mln di mail E gli Stati Uniti informano gli alleati](#)

ESTERI

[Coree, uditi colpi d'artiglieria sull'isola Yeonpyeong](#)

ESTERI

NOI DUE & PARSHIP
 Un autunno d'amore

Conosci chi ti renderà felice: la tua anima gemella ti aspetta!



CORRIERE CINEMA
 Gioca e Vinci il Cinema!

Oltre 500 Corriere Cinema Pass, per te fino a 3 ogni giorno



PAGINE GIALLE
 Vuoi un abito su misura?

Rivolgili alle migliori sartorie



LEIWEB.IT
 Canalis Story

Dai calendari a Clooney com'è cambiata l'ex velina



Gabriela Jacomella

26 novembre 2010

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Mi piace 17

CORRIERE mobile

Le notizie di Corriere.it
anche sul **cellulare** o
sul **palmare**
mobile.corriere.it

Le notizie più importanti
del giorno in anteprima
via **sms**
Corriere Mobile

RCS Digital | Gazzetta | Corriere Mobile | El Mundo | Marca | Dada | RCS Mediagroup | Fondazione Corriere | Fondazione Cutuli
Copyright 2010 © RCS Quotidiani Spa. Tutti i diritti sono riservati | P. IVA 00748930153 | RCS Digital Spa | Per la pubblicità RCS Pubblicità Spa
RCS QUOTIDIANI S.p.A. Sede legale: Via Rizzoli, 8 20132 Milano (MI) | Codice Fiscale e Partiva IVA 00748930153 | R.E.A. Milano 80897
Capitale sociale € 40.000.000 i.v. | Società a Socio Unico | Società soggetta all'attività di direzione e coordinamento di RCS MediaGroup S.p.A.

[Mappa del sito](#) | [Servizi](#) | [Scrivi](#)



Hamburg Declaration