

Legalità in rete e concorrenza tra gli operatori

Autodisciplina e anonimato le regole che non ci sono

Non vanno avanti le proposte di codice deontologico, mentre il Parlamento si occupa solo della repressione e il Governo non mantiene le vecchie promesse. Chi guadagna è solo Telecom Italia, chi perde è l'utenza, per non parlare dei fornitori privati.

di Manlio Cammarata

Un primo esempio di sito che applica le regole dei codici deontologici, ancora allo stato di proposta. La URL è <http://www.sarc.it/info/logs.htm>.

"Chi gestirebbe milioni di informazioni sul traffico telefonico contenute in un'unica banca dati?" si chiede Stefano Rodotà in un articolo su *La Repubblica* del 14 giugno scorso, polemizzando con il procuratore antimafia, che vorrebbe avere sempre questi dati a portata di mano. E ancora: "Accetteremo poi di estendere la conservazione dei dati anche alla navigazione in rete?" Già, i dati della navigazione in rete, questo è un problema delicatissimo per il quale non si vede una soluzione, come per tanti altri posti dallo sviluppo

di Internet.

Il convegno "Internet e privacy - quali regole?", del quale ho dato conto un mese fa, ha fatto chiarezza su un punto fondamentale: il rapporto tra legge e autodisciplina. La prima deve fornire un quadro certo di regole generali, la seconda deve completare il quadro normativo con indicazioni concrete sul comportamento dei fornitori. Ma l'una e l'altra sono al punto di partenza. A voler essere pessimisti, si può dire che l'autodisciplina è ferma, mentre la legge compie passi all'indietro, come si può capire dall'articolo precedente.

La mancanza di regole, come tutti sanno, lascia spazio al disordine e alla legge del più forte, insomma determina situazioni che vengono comunemente definite "da Far West". Ed è appunto questa la condizione del nostro paese, dove il più forte (leggi: Telecom Italia) fa quello che gli pare e gli altri si arrangiano come possono, sostanzialmente incapaci di prendere iniziative in comune e far valere, se non altro, la forza del numero (gli Internet provider italiani sono diverse centinaia). Non hanno saputo far sentire la loro voce neanche su una questione significativa come quella dei "contributi per le autorizzazioni generali", ennesima stangata impartita dal Ministero delle comunicazioni, né sulla beffa di Telecom nota come "offerta convenienza", che all'arrivo delle prime bollette si è rivelata una specie di truffa ai danni degli utenti (se ne parla nel riquadro).

La legge fa passi indietro, dicevo, e l'autodisciplina non va avanti. Così resta irrisolto, oltre a quello della conservazione dei *log*, anche il problema cruciale dell'accertamento dell'identità degli abbonati, mai affrontato dal legislatore e inutilmente introdotto nelle diverse proposte di codici di autoregolamentazione.

The screenshot shows a web browser window displaying the SARC website. The page title is "Informazioni agli abbonati". The main content area lists several topics related to privacy and user rights:

- Termini del contratto di abbonamento e responsabilità:** Quali sono le principali clausole del contratto di abbonamento ad Internet con Sarc srl.
- Log sui server di Sarc e privacy in rete:** Cosa viene registrato delle cose che un utente fa su Internet e quanto effettivamente riservate possano essere le proprie comunicazioni.
- Autenticazione dell'utente e sue responsabilità in rete:** Come viene identificato un utente nelle sue attività in rete.
- Privacy e Legge 675/96:** Le informazioni per gli utenti relative al trattamento dei dati personali da parte di Sarc Srl.

The page also includes a navigation menu at the top (Back, Forward, Reload, Home, Search, Guide, Print, Security, Stop) and a status bar at the bottom showing "Document Done".

In Italia ci sono due associazioni che dovrebbero rappresentare gli operatori telematici: l'ANFoV (Associazione Nazionale Fornitori di Videoaudioinformazione) e l'AiIP (Associazione Italiana Internet Providers). Alla prima, nata ai tempi in cui si sperava nello sviluppo del Videotel, aderisce anche Telecom Italia, mentre fanno parte della seconda i più importanti provider "indipendenti", come Italia On Line e MC-link. L'ANFoV si è data, un po' alla chetichella, un proprio codice, che dovrebbe vincolare i suoi aderenti, mentre l'AiIP ha fatto diffondere più di un anno fa dal Ministero delle comunicazioni una bozza, elaborata insieme ad altre associazioni.

Il "Codice di deontologia e di buona condotta per i servizi telematici", formalmente adottato dall'ANFoV, riguarda tutti i servizi on-line e appare fondato su un solido impianto giuridico. Invece quello elaborato dall'AiIP segue una logica tutta particolare, che è stata oggetto di critiche indirette anche da parte del Garante dei dati personali nel convegno dell'8 e 9 maggio.

C'è poi un testo elaborato da un gruppo di lavoro sorto nell'ambito del comitato scientifico della rivista InterLex. Si tratta di uno studio indipendente, originato da una proposta del Forum multimediale "La società dell'informazione" e svincolato da qualsiasi interesse commerciale. Quindi assolutamente neutrale, un puro esercizio di diritto applicato alle nuove tecnologie e spesso aggiornato in seguito a nuove proposte dei giuristi che si occupano della materia e delle innovazioni legislative.

I problemi dell'autoregolamentazione

La differenza più rilevante fra le diverse proposte riguarda un punto di importanza essenziale: l'identificazione dei soggetti che possono (o devono) aderire al codice e quindi osservarne le disposizioni. Afferma il codice ANFoV:

Art. 3 (Ambito di applicazione)

1. Il codice si applica a tutti i servizi telematici, anche in ambito INTERNET, e alle operazioni compiute da utenti e abbonati anche per finalità diverse da quelle a titolo oneroso.

Si legge invece nella bozza AiIP

3. Campo di applicazione

3a. Soggetti obbligati

L'adesione al presente Codice è volontaria e aperta a tutti i soggetti di Internet operanti in Italia o in lingua Italiana.

I soggetti obbligati all'osservanza del presente Codice sono coloro che lo abbiano sottoscritto.

3b. Clausola di estensione

I soggetti firmatari del Codice si obbligano ad estendere ai terzi l'obbligatorietà del Codice stesso attraverso la previsione di un'apposita clausola in tutti i contratti di fornitura di accesso a Internet e di hosting che verranno stipulati.

Ecco infine il testo InterLex:

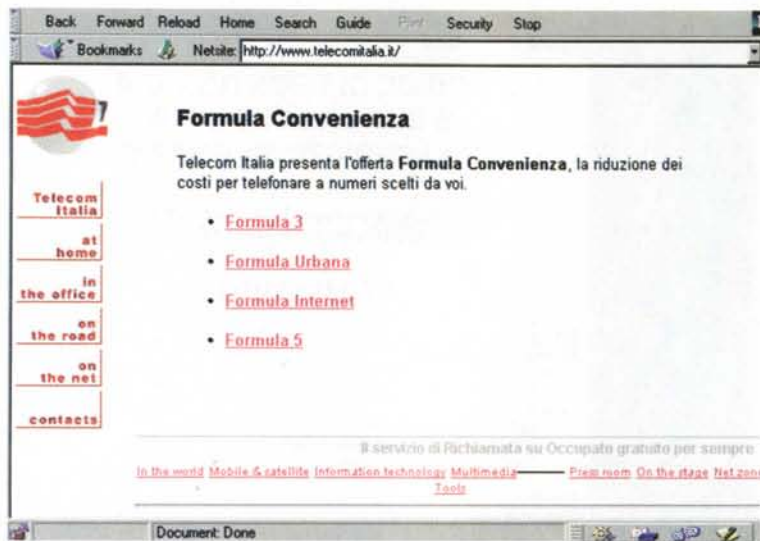
Articolo 3 - Aderenti

1. Aderiscono alla Carta e sono vincolati alle sue norme i fornitori di servizi Internet, come definiti nell'articolo 2, lettere d), e), f) e g), obbligati all'iscrizione nel registro degli operatori di comunicazione ai sensi della legge 31 luglio 1997 n. 249, articolo 1, comma 6, lettera a) n. 5).

2. Possono aderire volontariamente alla Carta, osservandone le disposizioni in ciascun caso applicabili, anche soggetti diversi da quelli elencati al comma 1.

Il "Codice di autodisciplina e di buona condotta" dell'ANFoV si trova alla pagina http://www.anfov.it/fr_codice.html.

La bozza del codice proposto dall'Associazione Italiana Internet Providers può essere letta alla URL <http://www.aiip.it/codice.htm>



Ecco come Telecom Italia presenta la "Formula convenienza". Partire da <http://www.telecomitalia.it>, poi fare clic su "at home" sulla destra.

Dunque il codice di ANFoV si propone come obbligatorio non solo per i suoi associati, ma anche per chi non è associato e addirittura per gli

L'autodisciplina secondo Rodotà

Alcuni giuristi hanno manifestato perplessità sull'efficacia legale dei codici di autoregolamentazione. Secondo la loro opinione, non può essere vincolante un codice la cui obbligatorietà non sia stabilita da una norma di legge e in ogni caso l'inosservanza delle norme deontologiche non dovrebbe comportare una sanzione legale.

In effetti nel nostro attuale ordinamento i codici di autodisciplina non trovano un fondamento sistematico, ma si deve prendere atto che l'evoluzione della società non può non riflettersi in un'evoluzione del diritto, e quindi anche le regolamentazioni "autonome" dovranno prima o poi essere considerate "fonte del diritto".

E' di questo avviso Stefano Rodotà, presidente del Garante per la protezione dei dati personali, oltre che attento studioso dei rapporti tra il diritto e la nuova organizzazione sociale che deriva dalla diffusione delle tecnologie.

Infatti nelle "Osservazioni del Garante sul codice di deontologia presentato dal Consiglio nazionale dell'ordine dei giornalisti" del 23 gennaio scorso si legge: Le disposizioni deliberate sembrano voler essere esclusivamente "norme deontologiche", anziché le norme del "codice deontologico" previsto dall'articolo 25 della legge n. 675, il quale, invece, assume il rango di una speciale norma secondaria frutto della convergenza della volontà del Consiglio nazionale e delle misure di indirizzo indicate dal Garante. E più avanti: Le considerazioni espresse nel preambolo, al di là dell'opinabilità di alcuni passaggi, non si prestano a essere collocate in una fonte normativa qual è il codice previsto dall'art. 25 della legge n. 675, e andrebbero semmai collocate in un altro documento.

Lo stesso concetto è sviluppato da Rodotà in un arti-

colò pubblicato sul n. 11 della rivista *Telèma*, intitolato "Anche il diritto insegue la società che corre, e cambia". In questo scritto il Garante parte dai limiti dell'applicazione del diritto nazionale ai comportamenti su Internet per sostenere la necessità di mettere a punto una strumentazione adeguata alla nuova realtà che dev'essere regolata... Nasce così la spinta verso forme di autodisciplina, verso un uso di strumenti contrattuali, che non hanno solo la funzione di colmare temporaneamente una lacuna, ma di identificare una diversa e più complessa strategia di regolazione.

Poi Rodotà ricorda la direttiva europea 95/46 sulla protezione dei dati personali che, per sé considerata... si colloca nella dimensione sovranazionale e obbliga gli Stati nazionali ad adeguare la legislazione interna alle sue prescrizioni. Al tempo stesso, però, attribuisce specifica rilevanza ai codici di autodisciplina, che gli Stati membri devono incoraggiare, e lascia posto anche al ricorso agli strumenti contrattuali... Conclude Rodotà che l'integrazione delle fonti tradizionali esige l'intervento di discipline individuali (contratto) o di settore (codici di autoregolamentazione), che si presentano anche come la prima forma della disciplina giuridica (eventualmente in attesa di altre forme di intervento)...

Dunque per Rodotà i codici di autoregolamentazione sono "disciplina di settore". E dunque "speciale norma secondaria" e "fonte normativa", secondo le osservazioni sul codice dei giornalisti. Se ne dovrebbe dedurre che i codici deontologici hanno efficacia *erga omnes* all'interno del settore di riferimento, come i contratti collettivi di lavoro. Quindi sarebbe confermata la formulazione dell'articolo 3 della "bozza InterLex", che sancisce l'obbligatorietà del codice deontologico per tutti gli operatori di Internet a cui la legge attribuisce lo stato di fornitori di servizi di telecomunicazioni.

Se non è truffa, poco ci manca

A

ltro che promozione! Gli sconti offerti da Telecom Italia sulle connessioni agli Internet provider non solo per molti abbonati non presentano la "convenienza" reclamizzata, ma in qualche caso costituiscono un danno.

Riassumiamo i fatti. Con il decreto del 28 febbraio 1997 il Ministero (a quel tempo ancora "delle poste e telecomunicazioni") introduce le "Tariffe promozionali per comunicazioni verso fornitori di servizi della rete Internet", con un meccanismo congegnato in modo tale da provocare una sollevazione dei provider, sui quali viene di fatto scaricato l'onere della "sperimentazione". Preso atto della protesta, il Ministero sospende le disposizioni del 28 febbraio con il decreto del 16 maggio 1997, rimandando la "promozione" di qualche mese.

Questa viene finalmente avviata con il comunicato stampa del 28 ottobre, in seguito al quale Telecom Italia annuncia a fine anno le tanto attese agevolazioni. Che, cifre alla mano, rivelano una "convenienza" molto limitata, tanto da rasantare la presa in giro (vedi "Internet 'formula convenienza' conviene solo a Telecom?" sul n. 181 del febbraio scorso).

Bastano poche settimane per scoprire il primo trucco della "Formula Internet", relativa ai collegamenti in teleselezione: essendo riservata agli abbonati che non hanno un provider nel proprio settore telefonico, e dato che piccoli provider sono presenti ormai quasi dappertutto, per l'utente non è possibile il collegamento a tariffa ridotta a un fornitore "professionale" quando nel settore è presente un operatore poco efficiente.

Poi, con le bollette contenenti gli addebiti relativi al primo periodo di applicazione degli sconti, nasce il sospetto che un "artificio" tecnico determini l'addebito a tariffa piena anche quando è stato richiesto e accordato lo sconto. Ora il sospetto è diventato certezza, grazie anche alla conferma ufficiosa di Telecom Italia. La sostanza è questa: lo sconto viene applicato solo sulle connessioni al numero per il quale è stata richiesta l'agevolazione, e non su quelle che il sistema di ricerca automatica dirotta sugli altri numeri collegati. Sicché l'utente, convinto di pagare la tariffa scontata, paga invece l'intero, e dopo aver pagato anche il contributo di attivazione e il canone mensile richiesti per lo sconto!

Ormai siamo ben oltre la beffa. Infatti, se esaminiamo la questione dal punto di vista legale, troviamo che:

a) la mancata applicazione dello sconto nel caso della prima linea occupata - condizione non dichiarata nell'offerta - costituisce senza dubbio un artificio, con il quale

b) l'utente viene indotto in errore, perché ritiene di pagare la tariffa scontata, mentre in realtà gli viene applicata la tariffa piena;

c) da ciò deriva un ingiusto profitto per la Telecom e un danno per l'abbonato.

Ora apriamo il codice penale e leggiamo:

Art. 640. (Truffa). *Chiunque, con artifici o raggiri, inducendo taluno in errore, procura a sé o ad altri un ingiusto profitto con altrui danno, è punito con la reclusione da sei mesi a tre anni e con la multa da lire centomila a lire due milioni.*

Questo non significa che il magistrato eventualmente chiamato in causa da un utente (il reato di truffa è perseguibile solo a querela di parte) possa accertare l'esistenza del dolo, cioè della volontà di Telecom di commettere l'illecito, eventualità che appare veramente eccessiva. Resta il fatto che gli abbonati hanno tutte le ragioni per sentirsi truffati.

Intanto si prospettano altre "riduzioni" delle tariffe e altre offerte speciali.

Tanto per incominciare, è stata finalmente presentata una "agevolazione" per le utenze professionali (quelle precedenti erano riservate alle utenze domestiche). Si chiama Formula 5 e

prevede lo sconto del 15 per cento su cinque numeri, urbani o interurbani, a scelta dell'abbonato. Il 15 per cento, soprattutto per le chiamate interurbane, è uno sconto ridicolo. E viene accordato dietro pagamento di un "contributo di attivazione" di 10.000 lire (più IVA) e di un canone mensile di 7.000 lire per ogni linea normale e di 12.500 lire per ogni linea ISDN, sempre IVA esclusa. Valgono tutte le considerazioni espresse per le altre "formule": la convenienza è molto limitata. Resta poi il dubbio (che Telecom dovrebbe cortesemente chiarire) se l'espressione "per ogni linea" comporti di fatto un canone di 25.000 lire, perché con l'ISDN le linee sono due. Ma quale ragione tecnica giustifica il maggior canone richiesto per l'ISDN, rispetto alla linea tradizionale, anche per le altre offerte?

A proposito di ISDN, è in corso una promozione per convincere il pubblico a passare alla "superlinea". Nell'annuncio si dice testualmente: "Per quanto riguarda Internet, potrai collegarti con un provider ISDN fino alla formidabile velocità di 128 Kbit al secondo. Un modem ISDN è, infatti, fino a otto volte più rapido di quelli su linee tradizionali: ma poiché su una superlinea ISDN gli scatti non costano neanche una lira in più, otterrai quello che vuoi in meno tempo e risparmiando".

Peccato che un modem ISDN non sia "fino" a otto volte più rapido di un modem normale: in realtà, poiché la banda ISDN è fissa a 64 (usando una linea) o 128 kbps (usando le due linee), la velocità effettiva è più elevata di "almeno" due o, rispettivamente, quattro volte circa quella nominale offerta dai più diffusi modem analogici a 33,6 kbps. Ma siccome le connessioni analogiche avvengono spesso a velocità più basse di quelle nominali, un modem ISDN arriva "fino a X volte" la velocità di un modem tradizionale. A parte l'imprecisione tecnica, nell'annuncio c'è un'affermazione che può trarre in inganno il consumatore: infatti a 128 kbps non è vero che l'interconnessione non costa "neanche una lira in più", costa esattamente il doppio. E' o non è "pubblicità ingannevole"?

Per finire, c'è una notizia che riguarda l'imminente calo delle tariffe della teleselezione e una nuova revisione della suddivisione del territorio. Il Sole 24 Ore del 29 maggio riferisce le affermazioni del sottosegretario Lauria, secondo il quale dalle attuali 1.500 aree di dimensioni piuttosto ridotte si dovrebbe arrivare a una struttura simile a quella della Germania (140 aree) o della Francia (dove le aree sono definite su una base di un'utenza di 150 mila unità e comprendono anche le zone confinanti).

I conti non tornano. A parte il fatto che i criteri di suddivisione del territorio in Germania e Francia sono molto diversi, e si può quindi scegliere il modello tedesco o quello francese, ma non tutti e due, a noi risulta che le aree in Italia sono 696. Questo ha affermato Telecom all'inizio dell'anno, presentando come un regalo all'utenza l'accorpamento dei precedenti 1.399 settori telefonici. Peccato che, con il nuovo assetto, gli abbonati "distrettuali" di un tempo (i numeri che iniziano con il "9"), che pagavano una tariffa di poco superiore alla TUT, ora si trovino a chiamare il capoluogo in teleselezione, e per di più, in molti casi, nella seconda fascia, quella oltre 15 chilometri. E questo grazie a un altro "artificio": la distanza è calcolata tra i centri di settore, sicché quando il settore è grande, come nel caso di Roma, la distanza è sempre superiore ai 15 chilometri. In cifre, si tratta di 229 lire al minuto nella fascia oraria alta, cioè circa 5,5 volte la TUT, che è pari a circa 41,5 lire al minuto, IVA compresa.

Una mazzata. Ma, nella lettera inviata insieme alla prima bolletta del '98, il monopolista uscente informava il "Gentile Cliente" che "grazie a questo intervento, alcune chiamate che prima erano soggette a tariffa interurbana ora sono considerate urbane".

Chi ci salverà dal prossimo "calo" delle tariffe?

Back Forward Reload Home Search Guide Print Security Stop

Bookmarks Locations http://www.interlex.com/

InterLex
DIRITTO TECNOLOGIA INFORMAZIONE
Anno II - N. 54 - 11 giugno 1998

ITORmedia
SOLUTION PROVIDER

Non esiste una norma che imponga ai provider di identificare gli abbonati

I rischi di Internet, società anonima

Va avanti il DDL sulla pedofilia "anche per via telematica", ma non si pensa al più efficace strumento di prevenzione dei reati commessi via Internet. A chi giova?

Argomenti

- Attualità
- InBox
- La legge 675/96
 - Dal Garante
- Firma digitale e commercio in rete
- Le regole di Internet
- Il diritto di accesso
- La riforma delle telecomunicazioni
- L'informazione su Internet

- Per la sicurezza della Rete si deve vietare l'anonimato totale (M. Cammarata)
- Ma i "log" non bastano per rintracciare i presunti malfattori (P. Nuti)
- "Offerta convenienza"
 - La voce della Rete
- Autoregolamentazione
 - "Carta delle garanzie di Internet" (La proposta di InterLex)
 - Il dibattito
- Fonti normative e documenti - Leggi, disegni di legge e altro
- Il diritto in rete - Guida a oltre 350 link di interesse giuridico
- Tesi e ricerche - Per chi studia il diritto delle tecnologie

I numeri precedenti ➔ **Indice sistematico**
 Ricerche sui testi ✉ **Scrivi a InterLex**
 Per essere aggiornato, abbonati (gratis) a InterLex

FORUM MULTIMEDIALE
LA SOCIETÀ DELL'INFORMAZIONE

MC-link

Technimedia s.r.l. - Direttore responsabile Manlio Cammarata
 Il indica i contenuti nuovi o aggiornati in questo numero

© InterLex, 1998 - Informazioni sul copyright

Su InterLex (<http://www.interlex.com>) ci sono molti articoli sui temi trattati in queste pagine.

categoria può liberamente aderire al codice. Questa impostazione ha suscitato vivaci critiche: da più parti si afferma che l'obbligo di uniformarsi a un qualsivoglia sistema di norme non può derivare che da una disposizione di legge (è il caso del "codice forense" degli avvocati o del codice deontologico dei giornalisti in materia di protezione della vita privata, imposto dalla legge 675/96). Una seconda e altrettanto importante questione riguarda se sia possibile l'adozione di codici diversi da parte di diverse associazioni, o se il codice debba essere uno solo, vincolando tutti gli operatori.

Una prima risposta si ricava dai più recenti documenti dell'Unione europea, che assegnano un ruolo di primo piano all'autoregolamentazione, e soprattutto dalla direttiva 95/46 sulla tutela dei dati personali, che prevede espressamente i codici deontologici. L'ordinamento italiano ha recepito questa disposizione con l'articolo 31, comma 3, lettera h) della legge 675/96, che indica tra i compiti del Garante quello di *promuovere nell'ambito delle categorie interessate, nell'osservanza del principio di rappresentatività, la sottoscrizione di codici di deontologia e di buona condotta per determinati settori, verificarne la conformità alle leggi e ai regolamenti anche attraverso l'esame di osservazioni di soggetti interessati e contribuire a garantirne la diffusione e il rispetto.*

Si parla dunque di "settori" e si fa riferimento al "principio di rappresentatività". Significa che i codici devono riguardare le "categorie interessate" e di conseguenza è difficile che possa essere accettata la coesistenza di codici diversi nell'am-

bito della stessa categoria. Quanto all'obbligatorietà dell'osservanza dei codici, è evidente che non possono essere di applicazione facoltativa le norme delle quali il Garante deve verificare "la conformità alle leggi e ai regolamenti". Che senso ha prevedere dei codici deontologici e porli sotto la sorveglianza di un organo dello Stato, se il rispetto di questi codici non è obbligatorio?

Tuttavia si può sollevare l'obiezione che, anche quando fosse accettata l'obbligatorietà dei codici previsti dal citato passaggio dell'articolo 31, questa obbligatorietà sarebbe limitata alla protezione dei dati personali e non alle altre materie contemplate nelle diverse proposte di autoregolamentazione. Si giungerebbe così alla strana conclusione di un codice vincolante solo in parte, oppure alla necessità di predisporre due diversi codici, uno obbligatorio per la protezione dei dati personali e uno facoltativo per le altre materie. Il che non favorisce la chiarezza del quadro normativo e non facilita la sua applicazione.

In ultima analisi, tra i tanti vuoti normativi che il legislatore dovrebbe colmare al più presto, c'è anche quello relativo alla validità e all'efficacia dei codici di autoregolamentazione.

Anonimato protetto? A parole...

E ce n'è un altro, ancora più grave, relativo all'obbligo di identificare con un ragionevole grado di sicurezza il titolare di un abbonamento a Internet. La questione, dibattuta da tempo, si è imposta all'attenzione degli operatori per un caso significativo, avvenuto pochi mesi fa.

Un signore si è abbonato a Telecom Italia Net affermando di chiamarsi Sauro Dino e aggiungendo una serie di dati anagrafici inventati. L'abbonamento è stato attivato senza neanche l'elementare verifica dell'esistenza del sedicente Dino Sauro (!), il quale ha svelato la disinvoltura del provider con alcuni messaggi inviati a un *newsgroup* della stessa TIN. L'animale preistorico non aveva intenzioni criminali, ma voleva solo dimostrare come l'inosservanza di una elementare regola di sicurezza possa causare gravi danni. Sotto la falsa identità accettata dal provider avrebbe potuto far circolare messaggi diffamatori, attaccare sistemi altrui, diffondere contenuti pornografici e compiere altre azioni riprovevoli, con buone possibilità di farla franca.

La questione è delicatissima, perché coinvolge il problema della responsabilità per i contenuti immessi in rete. Responsabilità che qualcuno, come abbiamo visto anche nell'articolo precedente, vorrebbe attribuire ai fornitori di accesso. Chiunque consideri il problema con cognizione di causa non può negare che l'unica responsabilità che può essere attribuita ai provider consiste nell'identificazione dei nuovi abbonati, attraverso l'esibizione di un documento di riconoscimento, fermi restando sia la facoltà dell'abbonato di presentarsi on-line con uno pseudonimo, sia l'obbligatorietà

go per il provider di mantenere riservata l'identità reale di chi utilizza il servizio.

Ma Telecom Italia, che pure richiede l'esibizione di un documento a chi stipula un abbonamento al servizio telefonico, ha prima adottato e poi abolito questa procedura per chi si abbona a Internet, provocando due danni in un sol colpo: ha ridotto la sicurezza della Rete e ha aumentato le difficoltà di raccolta di abbonamenti a quei pochi provider che chiedono l'esibizione di un documento di identità prima di consentire a un nuovo abbonato di immettere qualsiasi contenuto. Infatti, eliminando la presenta-

zione del documento, si può completare on-line tutta la procedura, con un evidente vantaggio per l'aspirante internauta, che non è costretto a spostarsi fisicamente per esibire l'attestazione delle proprie generalità o farsi autenticare la copia di un documento, da spedire poi per posta.

Il nodo della questione resta dunque il controllo dell'identità degli abbonati da parte dei fornitori di accesso. Nessuna persona di buon senso sostiene più l'anonimato "assoluto", il diritto di nascondersi sotto pseudonimi e assumere "identità virtuali" al di fuori di qualsiasi controllo. I problemi della sicurezza della Rete, l'uso che di Internet fa la criminalità organizzata, l'allarme sociale destato da tanti fatti di cronaca, rendono indispensabile il controllo dell'identità degli abbonati. E' necessario che si possa sempre risalire, nei limiti del possibile, alla persona che ha messo in rete contenuti illegali.

La soluzione del contrasto tra il diritto alla riservatezza e le esigenze della giustizia è stata trovata nella formula "anonimato protetto", che significa semplicemente che il provider deve esigere l'esibizione di un documento da parte di un nuovo abbonato e quindi, se l'abbonato stesso lo richiede, mantenere assolutamente segreta questa informazione, tranne che di fronte a un provvedimento dell'autorità giudiziaria. Insomma, è una soluzione simile a quella della targa delle automobili, che non dice chi è il proprietario della vettura, ma consente di rintracciarlo se è necessario. L'anonimato protetto che viene proposto per Internet assicura una riservatezza ancora maggiore, perché non c'è un pubblico registro a disposizione di chiunque voglia consultarlo, come avviene per le automobili. Naturalmente sono sempre possibili sostituzioni di persona e imbrogli vari, tanto più che la mancanza di una regolamentazione internazionale lascia sempre la possibilità di stipulare il contratto con un provider che risieda in uno stato in cui non c'è l'obbligo di identificare gli abbonati: in questo momento praticamente tutti, Italia compresa.

Una norma è necessaria. Basta ricordare le pa-

Dove trovare la documentazione

Per approfondire gli argomenti trattati in questo articolo si può trovare su Internet un'ampia documentazione. Il codice di autodisciplina dell'ANFoV è alla URL http://www.anfov.it/fr_codice.html, mentre quello dell'AIP si trova a <http://www.aiip.it/codice.htm>. La proposta di InterLex è alla pagina <http://www.interlex.com/testi/carta41.htm>.

Su InterLex si possono trovare anche diversi articoli sull'autoregolamentazione, sui problemi dell'anonimato e sulle "offerte" di Telecom Italia. Basta partire dagli indici delle sezioni relative alle regole di Internet e alla riforma delle telecomunicazioni, le cui URL sono, rispettivamente, <http://www.interlex.com/tegoles/indice.htm> e <http://www.interlex.com/tlc/indice.htm>.

Per quanto riguarda le offerte per Internet (e non solo), occorre un po' di pazienza per trovarle sul sito di Telecom Italia: si parte da <http://www.telecomitalia.it>, poi dal link sulla sinistra della home si raggiunge la pagina "at home", alla fine della quale si trova il link alla "formula convenienza", poi bisogna fare clic sulla formula che interessa, poi ancora sul link che porta al modulo (per qualcuno che non avesse ancora capito la... convenienza).

role del Ministro di grazia e giustizia al convegno "Internet e privacy": *si tratta di assicurare l'identificabilità di coloro che contribuiscono al sito, fornendo la relativa documentazione, in vista della tutela di taluni soggetti deboli, penso ad esempio ai minori, penso a tutte le tematiche che sono particolarmente sentite in Italia, e non solo in Italia, sul tema del rapporto tra pornografia e sfruttamento dei minori. E lo stesso Rodotà, nella sua relazione introduttiva, ha detto: qui si pone un problema, come voi tutti sapete, molto delicato: arrivare al soggetto che immette in rete informazioni che possono violare la privacy altrui. Problema delicato perché incide con la questione dell'anonimato, pone il problema di quali siano gli obblighi del provider, se deve accertare in ogni caso l'identità di coloro i quali si servono della rete; come e con quali garanzie di segretezza deve conservare questa informazione su chi, essendo stato identificato all'ingresso, poi si manifesta in modo anonimo, con un nome di fantasia in rete e in quali casi è legittimo superare il segreto, per quali esigenze e in base all'intervento di chi. Evidentemente una soluzione può essere quella di ritenere che solo con esplicito provvedimento dell'autorità giudiziaria e in presenza di rischi per la privacy o altri tipi di rischi per l'organizzazione sociale l'anonimato possa essere superato.*

In attesa di un atto legislativo che sancisca la fine dell'anonimato assoluto, la soluzione dell'anonimato protetto è stata inserita nelle tre proposte di autoregolamentazione che ho citato. Non solo in quella di InterLex, ma anche in quella dell'ANFoV, che però fino alla metà di giugno non ha assunto alcuna iniziativa per richiamare il suo associato Telecom Italia all'osservanza delle regole che ha sottoscritto. E in quella dell'AIP, che fa circolare da più di un anno la sua bozza, ma sembra che non abbia alcuna fretta di trasformarla in regole applicabili. Forse perché, se i suoi associati dovessero osservarle, alcuni di loro dovrebbero abbandonare la comoda e redditizia politica degli accessi senza controllo.

MG