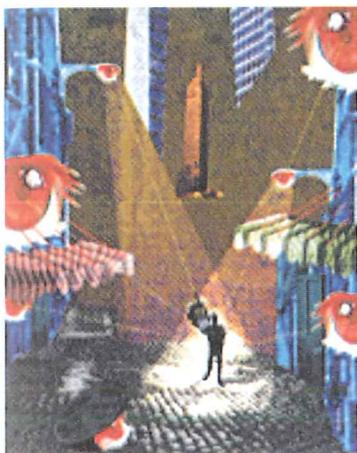


Sotto Sorveglianza: privacy e nuove tecnologie MLS



Questo il titolo di un editoriale arrivato in redazione tramite una delle liste di discussione dei gruppi di ricerca sulle tecnologie definite come Mobile Location Services, che veniva pubblicato sul portale di CRN Media (Newsweekly For Builders of Technology Solution). Il tema nello specifico sta animando gli animi soprattutto negli USA, dove la privacy è tenuta in forte considerazione.

Il tutto è partito dalla decisione delle autorità sulle telecomunicazioni di imporre ai provider di telefonia mobile l'implementazione di un sistema di localizzazione dei terminali con la finalità di rendere più efficiente il sistema denominato E-911 (sistema per la richiesta di soccorso) né più né meno di come si sta programmando in Europa con il servizio denominato E-112. Uno stato dell'arte di cui abbiamo parlato in molte occasioni sulle nostre pagine (GEOmedia 2/99, 4/99), e soprattutto parlando delle soluzioni GPS Based adottate dai costruttori di apparati di telefonia mobile (GEOmedia 5/2000 pag. 8). A ragion del vero le soluzioni GPS Network Based adottate prima da SnapTrack ('99) e successivamente ('2000) da Trimble, nascono proprio dalle esigenze scaturite dal problema posto dalle autorità USA sul tema dell'E-911.

Riportiamo quindi la traduzione di questo editoriale, perché per molti versi anticipa e pone sul piatto della bilancia un problema che prima o poi dovrà essere affrontato anche in Italia, sperando che il Garante della Privacy non ignori il problema e organizzi per tempo le dovute norme necessarie sia agli utenti, che alle aziende che potranno investire in nuove soluzioni da proporre agli oltre 25 milioni di utenti di telefonia mobile. Infatti già alcune aziende ci stanno pensando, e anche se il servizio non è ancora attivo, provate a vedere cosa offre la DS Data attraverso il portale www.trovaitalia.it con il servizio "people", probabilmente ignorando i problemi legati alla privacy che invece negli USA preoccupano notevolmente le aziende del settore.

Under Surveillance Location-based wireless technology raises privacy concerns for solution provider

"Immaginate di trovarvi a camminare nei pressi di un bar e di sentir suonare improvvisamente il vostro telefono cellulare; rispondendo non sentirete la voce di qualche parente o amico, ma quella di un messaggio registrato che vi propone uno sconto in caso di sosta nel bar in questione per un caffè. Potrebbe anche accadere che una volta, trovandovi per strada, il vostro cellulare vi indirizzi verso un grande magazzino che, proprio lì vicino, sta praticando particolari offerte.

Vi sembrano ipotesi ancora remote? Ricredetevi: simili situazioni non sono poi così lontane.

Gli avanzamenti all'interno delle tecnologie wireless stanno permettendo alle compagnie di telecomunicazione di tenere sotto controllo gli utenti di telefoni mobili; sulla stessa linea si trova la sorveglianza adottata verso i consumatori e i dipendenti da parte delle società e le compagnie a loro interessate.

Nonostante ciò, questa sorta di libertà sta cominciando a far drizzare i capelli degli avvocati addetti alla tutela della privacy, senza contare l'imbarazzo che la situazione sta creando tra gli stessi fornitori di soluzioni che vedono troppi potenziali ostacoli legali ed etici all'interno del filone d'oro dell'industria wireless.

"Avete costruito un sistema di sorveglianza in cui la gente non è in grado di tutelare il proprio anonimato" - afferma Deborah Pierce, procuratore legale dell'EFF (Electronic Frontier Foundation), gruppo di tutela della e-privacy con base a San Francisco attivo dalla prima era di internet.

Il motivo scatenante questa nuova guerra sulla privacy, è stata l'introduzione delle nuove regole del governo federale che prevedono l'implementazione da parte dei provider di telefonia mobile di specifiche tecnologie di localizzazione da adattarsi alle nuove esigenze del E-911, in grado di localizzare automaticamente la provenienza di chiamate d'emergenza effettuate con telefoni cellulari. Proprio poco tempo fa, tra l'altro, le società che dovrebbero occuparsi dei lavori hanno dovuto incontrare i garanti della privacy al fine di esplicitare nel dettaglio i limiti delle loro azioni.

La Sprint, la Alltel e la Nextel prevedono di soddisfare le richieste del progetto E-911 basando il tutto sulla funzionalità di dispositivi portatili dotati di chip GPS. Mentre la Verizon e la Qwest, opteranno per soluzioni basate sulle tecnologie standard (TDA e TDO) di triangolazione in grado di localizzare i terminali mobili ma con molta meno precisione. Il provider Voice-Stream pensa invece di impiegare una soluzione ibrida che utilizza i dispositivi portatili e le celle della rete, e al posto di chip GPS saranno impiegati innovativi software e che sfruttando la rete sono in grado di determinare la posizione dell'utente.

Per alcuni, purtroppo, i problemi nascono proprio assieme alle soluzioni stesse. I protettori della privacy vedono nascere con lo sviluppo delle tecnologie wireless una serie infinita di problematiche di difficile soluzione.

"Questo è solo uno dei tanti metodi che il governo utilizza per tener conto dei movimenti delle persone, senza che necessariamente essi lo sappiano" - dice la Pierce. A detta degli avvocati, inoltre, questo tipo di informazioni, effettivamente, potrebbe essere utilizzato dalla legge per localizzare e osservare le persone. Analogamente, i dati ottenuti in questo modo, potrebbero essere utilizzati all'interno di processi civili; un procuratore legale alle prese con una pratica di divorzio, per esempio, potrebbe utilizzare il telefono cellulare di un coniuge e creare eventuali appigli legali.

"La sensazione che provoca il Grande Fratello, in grado di sapere sempre dove sei, non è da condannare. Questo, in un

certo senso, dimostra l'interesse del governo nei tuoi confronti..." - afferma Larry Ponemon, partner maggiore e leader globale della pratica sulla privacy della PricewaterhouseCoopers - "...ma se questa informazione, ipotizzando, dovesse cadere in mano ad un'organizzazione terroristica, questo sì, sarebbe molto rischioso". Aggiunge Ponemon: "Il fatto di non selezionare e proteggere informazioni del genere implica ogni sorta di conseguenza etica e sociale".

Ma già molte compagnie in ogni caso, stanno desiderando ardentemente di possedere tecnologie di localizzazione in grado di favorire i loro bisogni pubblicitari e i loro nuovi servizi. Il mercato per i servizi basati sulle tecnologie di questo genere si aggira, secondo una ricerca IDC, dai 595 milioni di dollari del 2001, fino a una previsione di 5 miliardi di dollari nel 2004. Tutti questi risultati, tuttavia, implicheranno una decisa invasione della privacy.

"Io non voglio che qualcuno abbia la possibilità di sapere dove mi trovo, influenzando su cosa compro o sulla destinazione che devo prendere" - dice Ponemon.

Al momento, la gente è legalmente protetta nei confronti di contenuti indesiderati e pubblicità, secondo quanto affermato dalla Commissione Federale sulle Comunicazioni; il problema nasce nel momento in cui ci si trova ad affrontare tecnologie nuove, per le quali non sono state ancora stabilite delle leggi.

Un portavoce della Commissione Federale sulle Comunicazioni afferma che si potrebbe offrire più privacy all'utenza semplicemente permettendo alle persone di poter scegliere quando utilizzare le tecnologie di localizzazione; basterebbe installare sui dispositivi un bottone che attiva l'E-911; i dispositivi che non permettono di disabilitare questa funzione, infatti, tengono sempre sotto controllo gli utenti, favorendo la crescita delle implicazioni etiche all'interno della questione.

Lo stesso punto di vista è espresso anche da Richard Smith della Privacy Foundation di Denver: "Quando si parla di rilevamento della posizione, si intende ottenerla nella maniera più rispettosa della privacy; l'introduzione di un tasto che permetta di disabilitare tale funzione potrebbe essere una soluzione".

Mentre questi servizi pongono problematiche per un futuro prossimo, Smith trova che al momento esiste un problema più grave: il troppo sfruttamento a scopo pubblicitario dei telefoni in grado di ricevere messaggi di testo; "Di questo passo - egli intravede - il nostro telefono potrebbe fare bip-bip tutto il giorno; e questo sarebbe molto scoccante".

Le società si stanno impegnando per bilanciare le tecnologie di localizzazione con le istanze della privacy, ma in realtà si poggiano sull'utente per spingere oltre i nuovi contenuti che devono lanciare.

La Wireless Advertising Association, un consorzio di provider di telecomunicazioni, di costruttori di dispositivi e di agenzie pubblicitarie, promuove una politica che rispetti le scelte dell'utente riguardo tali tecnologie; l'associazione non tiene ad impugnare le varie leggi al riguardo, ma punta più a sensibilizzare le compagnie ed a renderle partecipi della sua politica.

DePriest non trova che il futuro di queste nuove tecnologie sia da associare all'aspetto pubblicitario della questione, ma che invece esso sia direttamente connesso con quello dell'E-911.

"Prima di tutto, questa tecnologia non è stata creata per inviare pubblicità - afferma DePriest -. In secondo luogo i provider non credo abbiano intenzione di investire tempo e denaro per seguire ad ogni passo qualcuno tutto il giorno".



Il sito della CRN all'URL www.crn.com per chi volesse leggere il testo originale.

Korak Mitra della Airflash afferma che i providers di servizi di localizzazione offrono informazioni solamente se l'utente ne richiede l'utilizzo. Tutti i servizi sono controllati dall'utenza stessa e non seguono automaticamente i movimenti delle persone.

"Noi della Airflash pensiamo che sia compito del provider quello di mantenere segrete le informazioni - aggiunge Mitra -. Noi non le utilizziamo mai a scopo di marketing o per qualche altro fine".

Un centro commerciale nei pressi di New York qualche mese fa ha introdotto la possibilità per i clienti di iscriversi ad un servizio che fornisce messaggi pubblicitari vocali o di testo tramite apparecchi wireless o tramite posta elettronica. L'intero progetto di marketing è stato sviluppato dalla GeePS.

"Il marketing via wireless è solo la naturale estensione del tentativo di essere leader nel mercato di oggi; - afferma John Mott, direttore del centro commerciale in questione - è un modo di utilizzare Internet e le tecnologie wireless per favorire sia i commercianti, sia le persone che abbiano un minimo di dimestichezza con le nuove tecnologie, a compiere delle scelte più efficienti ed oculate".

Il servizio, che secondo quanto afferma un portavoce della GeePS, potrebbe basarsi sulle tecnologie di localizzazione è una base di partenza importante, senza ciò implicare il fatto che qualcuno venga controllato a vista.

Al di là dei benefici economici, la comunicazione wireless continua a lasciare insoluta la disputa sulla questione della privacy.

Secondo Rebecca Whitener, vice presidente esecutivo della Fiderus, una società con base a New York che offre servizi di sicurezza e privacy, quest'ultima ha a che fare con la capacità dei providers di telefonia mobile di mantenere segreti i dati. La riservatezza diventerà di importanza critica e necessiterà di una codifica end-to-end e di ulteriori termini di sicurezza."

Estratto da "Under Surveillance - Location-based wireless technology raises privacy concerns for solution provider" a cura di Marcia Savage & Amanda Stirpe - CRN

(fonte: redazionale)

Note

1) Il vantaggio della tecnologia GPS rispetto a questo problema è evidente, infatti mentre con le tecnologie standard TDA e TDO l'utente è localizzato dal provider di telefonia, e quindi la sua privacy è più vulnerabile, con il GPS è l'utente a conoscere la sua posizione e ad inviarla al centro di soccorso quando è necessario.