

Bombardamenti indesiderati

Lo spazio disponibile concesso alla nostra mailbox dal provider non è illimitato: se non viene consultata spesso, può benissimo rifiutare la nuova posta in arrivo, per cui diventa fondamentale difenderla dall'aggressione pubblicitaria che, seguendo le ferree leggi del marketing più spietato, comincia a farsi progressivamente più insistente. Vediamo come nasce il fenomeno e, soprattutto, come ci si può difendere.

Gli americani lo chiamano "spamming". Indica qualunque forma non richiesta di comunicazione pubblicitaria che ci arriva per via elettronica (per email o SMS), il più delle volte senza la nostra autorizzazione. A titolo di curiosità spicciola, il nome deriva da una marca di carne in scatola che ha raggiunto una distribuzione pressoché ubiquitaria in terra USA. Allo stesso modo, questo fenomeno ha raggiunto in breve tempo un livello di diffusione molto elevato anche fra gli utenti di Internet grazie soprattutto all'enorme facilità con cui è possibile inviare copie multiple di uno stesso messaggio a centinaia (o anche migliaia) di utenti differenti con un semplice click del mouse.

Come per lo spamming cartaceo, anche quello elettronico necessita della creazione di un archivio di indirizzi cui rivolgere le proprie attenzioni "pubblicitarie"; su Internet questo procedimento viene velocizzato e semplificato da un elemento

fondamentale: la relativa facilità con cui, spesso inconsapevolmente, diffondiamo il nostro indirizzo di posta elettronica. I mezzi attuati da coloro che cercano clienti da "colpire" (spesso aziende, ma anche semplici utenti desiderosi di pubblicizzare il loro sito Internet) non sempre rientrano fra i più leciti, mascherando abilmente questa finalità: basta un semplice passaggio su di un sito Internet appositamente predisposto oppure una risposta ad un falso appello creato ad arte e il gioco è fatto. Personaggi senza molti scrupoli si creano archivi di centinaia di migliaia di indirizzi "attivi" da rivendersi al migliore offerente.

In Italia il fenomeno ha perfino smosso le attenzioni del Garante per la protezione dei dati personali che, sulla base di quanto afferma la Legge sulla privacy (657/96), ha stabilito che è illegale rastrellare su Internet indirizzi email da utilizzare per l'invio di messaggi commerciali o propagandistici. Questo perché l'email rappresenta un dato personale di cui può disporre soltanto l'intestatario, che risulta quindi decisivo per l'utilizzo di tale dato su qualunque sistema di comunicazione. Questo con-

petto non è tanto scontato se si considera, ad esempio, che gli stessi provider che ci forniscono connettività gratuita in realtà ci hanno già catalogato: se si prova a leggere con maggiore attenzione le famigerate "condizioni di utilizzo" che si è costretti ad accettare, si scoprirà non solo che la nostra navigazione viene attivamente monitorata (in gergo marketing si chiama "profilazione di utenza"!), ma che abbiamo anche autorizzato il provider ad inviarci materiale pubblicitario in relazione a tale attività.

Fortunatamente esistono numerosi mezzi per difendersi. Il primo consiglio, forse il più banale, è quello di avere una email supplementare (tipicamente quella fornita da un provider gratuito) da mandare allo sbaraglio, riservando ad usi più riservati e/o professionali il nostro indirizzo vero e proprio. Il secondo passo sarà quello di imparare ad utilizzare i "filtri" di cui è dotato il nostro programma di posta elettronica, che quindi si occuperà di smistare i messaggi in arrivo sulla base dell'indirizzo utilizzato. Chi invece volesse utilizzare strategie tecniche più evolute può ricorrere ad appositi software predisposti per questo scopo (un esempio è quello distribuito al sito www.sampade.org o al sito pam-assasin.taint.org), oppure predisporre opportune denunce presso il Garante. Per approfondire l'argomento, si consiglia la consultazione del sito di Paolo Attivissimo, un vero esperto della rete, al link www.attivissimo.net ♦

