

**AUDIZIONE DI CONFINDUSTRIA DIGITALE,
PRESSO LA VIII COMMISSIONE DEL SENATO DELLA REPUBBLICA**

SU

TRACCIABILITÀ DEGLI AUTORI DI CONTENUTI SULLE RETI SOCIAL

28/06/2017

Premessa

Confindustria Digitale è la Federazione di rappresentanza industriale, nata con l'obiettivo di promuovere lo sviluppo dell'economia digitale, a beneficio della concorrenza e dell'innovazione del Paese.

Sono associate in Confindustria Digitale: Assotelecomunicazioni-Asstel, l'associazione della filiera delle imprese di telecomunicazioni, Assinform che rappresenta le imprese dell'Information Technology, Anitec che rappresenta le imprese produttrici di tecnologie ICT e Consumer Electronics, Aiip che rappresenta gli Internet Provider, Assocontact che rappresenta le imprese di Contact e Call Center, Asso.IT che rappresenta le imprese operanti nel Document Management & Printing.

Confindustria Digitale esprime quindi la rappresentanza industriale dell'ICT nazionale e in questa veste espone alcune considerazioni sul ddl AS 2575 in esame.

Il perimetro di riferimento dell'iniziativa in esame

Il ddl in esame prevede un'ampia delega al Governo per definire norme atte ad assicurare la tracciabilità dell'identità degli autori di contenuti sulle reti sociali, anche per rendere possibile l'intervento delle autorità nel caso di reati commessi tramite Internet.

Così definito, l'ambito di applicazione della normativa delegata dovrebbe essere confinato alla identificabilità degli utenti delle reti sociali, dal momento in cui pubblicano contenuti in rete.

Tale finalità viene ritenuta necessaria a causa del principio di anonimato insito nel funzionamento della rete Internet, che non richiede necessariamente l'identificazione puntuale degli utenti, né consente l'identificazione degli stessi a partire dai contenuti presenti in rete.

Anonimato in rete: identificazione degli utenti

Quanto questo anonimato caratterizzi effettivamente il funzionamento delle diverse piattaforme di reti sociali è però un elemento fortemente variabile da piattaforma a piattaforma: le principali piattaforme associate a Confindustria Digitale (Facebook, i servizi di Google, quelli di Microsoft per citarne alcuni) si basano in realtà su una cultura del nome reale per l'accesso ai propri servizi: ad ogni profilo deve corrispondere un singolo individuo, il quale deve utilizzare il suo nome e cognome reale. Obiettivo di questa scelta è responsabilizzare le persone rispetto alle attività svolte sulle piattaforme, come avviene nel mondo offline.

Il rispetto di questo approccio viene verificato in due modi:

- i. Attraverso i meccanismi di reputation e segnalazione, tali per cui si attiva la segnalazione da parte di un altro utente, che viene rivista dagli esperti di sicurezza interni alle piattaforme
- ii. Attraverso strumenti di Intelligenza Artificiale che lavorano sui segnali caratteristici dei profili fake – spam, creazione di svariati profili dallo stesso indirizzo IP, scelte di nomi, pochi amici e pochi post, ecc.

Nel primo caso, gli addetti alla sicurezza potranno disattivare il profilo potenzialmente falso finché la persona che lo gestisce non invierà un documento che consenta di identificarla e di giustificare l'identità utilizzata; nel

secondo caso, la rimozione del profilo non avverrà automaticamente, ma verranno identificate le potenziali irregolarità, che dovranno poi essere riviste da una persona reale che deciderà se procedere con la disattivazione del profilo e la richiesta dell'identificativo.

Per un'analisi dettagliata, ad esempio, della policy di Facebook segnaliamo un articolo del Chief Security Officer di FB, Alex Stamos, "facebook and information operations"¹.

Accesso ai contenuti vs. accesso ai dati identificativi dell'utente

Altro aspetto della tracciabilità degli utenti è relativo all'identificabilità dell'utente a partire dai contenuti presenti in rete.

Gli operatori di servizi "social" di regola non forniscono accesso ai propri sistemi a Governi o altre Autorità o Organizzazioni.

Il rapporto tra esigenze di indagine e sicurezza e tutela della riservatezza delle comunicazioni, dei dati personali e della libertà di espressione è un tema centrale nel dibattito sull'ambiente digitale e sui principi cui la sua disciplina debba essere orientata, quindi non sembra questa la sede adatta per illustrarne tutti gli aspetti, che chiamano in causa un bilanciamento necessario tra diritti fondamentali dell'individuo su cui tutto il mondo occidentale si sta interrogando da tempo.

Basti qui dire che le imprese del settore ritengono necessario che siano identificati principi chiari, improntati alla ricerca del giusto equilibrio tra la

¹ <https://fbnewsroomus.files.wordpress.com/2017/04/facebook-and-information-operations-v1.pdf> (vedi in particolare pag. 10)

tutela della sicurezza delle persone, da una parte, e la riservatezza dei dati personali e della libertà di espressione dall'altra.

Tali principi potrebbero riguardare:

- i. Regole precise che delimitino la possibilità per le autorità di raccogliere informazioni sugli utenti,
- ii. Responsabilità e controllo delle autorità che raccolgono informazioni a fini di indagini,
- iii. Trasparenza sulle richieste di accesso da parte delle autorità.
- iv. Rispetto della libera circolazione delle informazioni
- v. Gestione dei conflitti (anche di giurisdizione) tra i governi dei vari paesi

Il ddl in esame

Il ddl in esame appare molto generico nella sua formulazione, quindi non esprimiamo valutazioni specifiche, solo una raccomandazione, che vale sempre quando parliamo di digitale: il digitale nasce globale.

Pensare di introdurre norme prescrittive a livello nazionale è una strada sicuramente poco efficace per regolamentare effettivamente i fenomeni che si osservano nell'ecosistema di Internet.