



Mobile business: il Garante della Privacy disciplina l'uso degli MMS

Premessa

Gli MMS (Multimedia Messaging Service)

Nel mese di maggio 2001 la GSM (Global System for Mobile Communication) Association (GSM-A) ha emanato una serie di linee guida per lo sviluppo di nuovi servizi per l'utenza mobile (i cosiddetti "M-Services").

Pertanto, i maggiori operatori di telefonia mobile europei si sono accordati tra loro per tracciare delle linee comuni di sviluppo (non si tratta di uno standard in quanto la GSM-A non è un ente di standardizzazione) per offrire agli utenti, indipendentemente dal tipo di cellulare utilizzato, degli innovativi servizi di telefonia.

Cavallo di battaglia e fiore all'occhiello dei M-Services sono i messaggi MMS (Multimedia Messaging Service) ovvero messaggi multimediali che possono arrivare anche ad una dimensione di 30 kb: permettono, infatti, di inviare immagini, testo e musica, tutto tramite cellulare.

I nuovi cellulari consentono di scattare foto digitali, di inviarle sia a numeri telefonici che ad indirizzi e-mail ed ormai sia i principali operatori di telefonia, nazionali ed internazionali, sia i maggiori produttori di telefoni cellulari hanno reso questa tecnologia una realtà accessibile a chiunque: le "battaglie" pubblicitarie sono già iniziate da tempo ed il termine MMS non è più così ignoto ai più.

Le previsioni degli analisti di mercato

Secondo Sony Ericsson tra il 2002 ed il 2005 vi sarà la transizione completa dagli SMS agli MMS, infatti nel 2001 si stima siano stati inviati circa 103 milioni di SMS (146 nel 2002) mentre quest'anno se ne prevedono 168, dopodiché dovrebbe assistersi ad una parabola discendente degli SMS a favore degli MMS.

Si sposta di un anno, invece, la previsione del boom degli MMS secondo uno studio condotto da Frost & Sullivan (www.frost.com), i quali lo collocano nel 2006: le revenue generate dagli MMS dovrebbero arrivare a 68 milioni di dollari nel 2002, mentre nel 2006 potrebbero raggiungere i 26,9 miliardi di dollari.



Fattori critici di successo saranno rappresentati sia da terminali che supportino in maniera adeguata gli MMS sia dalla presenza di reti adatte, nonché dall'offerta dei servizi a prezzi ragionevoli e dalla semplificazione delle procedure di fatturazione dei servizi stessi.

Garantite le precondizioni di cui sopra, lo studio prevede che gli MMS rappresenteranno, nel 2006, il 66,3% del mercato globale della messaggistica mobile.

L'intervento del Garante

Nella newsletter n.162 del mese di marzo u.s. si dà notizia che il Garante della Privacy è intervenuto (parere del 12 marzo 2003, consultabile all'indirizzo: <http://www.garanteprivacy.it/garante/doc.jsp?ID=29816>) per dettare una serie di linee guida circa gli MMS, il tutto su impulso di alcuni cittadini preoccupati, in particolar modo, dalla diffusione di immagini attraverso i nuovi dispositivi mobili.

Le segnalazioni concernevano la richiesta della verifica della conformità alla normativa in materia di protezione dei dati personali da parte dei nuovi telefoni mobili che consentono di raccogliere, registrare e comunicare rapidamente a terzi immagini e suoni tramite tecnologia GPRS (General Packed Radio Service) nonché filmati attraverso la rete UMTS (Universal Mobile Telecommunications System).

La preoccupazione principale riguardava la tutela della riservatezza, della sfera privata e della dignità di coloro che si sarebbero potuti trovare ad essere fotografati attraverso i nuovi terminali.

Sostanzialmente il Garante ha ribadito alcuni concetti che già, da lui stesso, erano stati chiariti, in precedenza, circa l'interpretazione della legge sulla Privacy (L. n. 675 del 1996) ed altri che sono da sempre contemplati dal codice civile e dalla legge sul diritto d'autore (L.n. 633 del 1941, come modificata dalla legge n. 248 del 2000).

Premesso che le immagini, i suoni ed i filmati trasmessi tramite MMS possono contenere informazioni di carattere personale relative ad un interessato identificato o identificabile ed in particolare a persone fisiche (art.1, comma 2, lett. c) L.n. 675/1996, che riguarda *"qualunque informazione relativa a persona fisica, persona giuridica, ente o associazione, identificati o identificabili, anche indirettamente, mediante riferimento a qualsiasi altra informazione, ivi compreso un numero di identificazione personale"*):



-
- nulla vieta di scattare foto, tramite il proprio apparecchio cellulare, per un **uso esclusivamente personale** e qualora tali foto rimangano in un ristretto ambito di conoscenze (si intendono parenti ed amici) senza che *"siano destinate ad una comunicazione sistematica o alla diffusione"* non si applica la legge 675/96 in quanto trattasi di raccolta e comunicazione di dati personali **in via occasionale**. Tuttavia le immagini vanno conservate con le dovute precauzioni (artt. 3, comma 2, e 15 L. 675/1996) e v'è l'obbligo di risarcire eventuali danni arrecati alle persone ritratte (artt. 18 L. 675/1996 e 2050 c.c.);
 - qualora, invece, le immagini o i filmati siano **sistematicamente** diffusi ad un'ampia pluralità di soggetti, siano oggetto di "catene" di divulgazione o pubblicati su internet, in tal caso è necessario darne comunicazione ai soggetti ritratti e richiedere ed ottenere il loro consenso ;
 - discorso a parte per coloro che svolgono la professione di giornalisti: non vi sono le limitazioni di cui sopra per quanto attiene al consenso nei limiti del rispetto, comunque, della legge sulla Privacy e del codice deontologico professionale (pubblicato in G.U. 3 agosto 1998, n. 179, con provvedimento del Garante del 29 luglio 1998: rispetto dei limiti del diritto di cronaca ed in particolare "dell'essenzialità dell'informazione riguardo a fatti di interesse pubblico", informativa semplificata, ecc...)

A quanto detto finora va aggiunto che il codice civile all'articolo 10 (Abuso dell'immagine altrui) e la legge sul diritto d'autore (art. 96) prevedono il consenso della persona ritratta, ad eccezione dei casi in cui la riproduzione dell'immagine sia giustificata:

- da notorietà o ruolo pubblico svolto dal soggetto fotografato;
- dalla necessità di giustizia o di polizia;
- da scopi scientifici, didattici o culturali;
- quando la riproduzione è collegata ad avvenimenti di interesse pubblico o svoltisi in pubblico.

Sempre la legge sul diritto d'autore vieta l'esposizione o la messa in commercio di foto nel caso in cui queste rechino pregiudizio all'onore, alla reputazione o anche al decoro della persona ritratta.

Il diritto penale, da parte sua, disciplina tutta una serie di altre ipotesi:



-
- indebita raccolta, rivelazione e diffusione di immagini relative alla vita privata prese a distanza nelle dimore private (art. 615-bis c.p.);
 - tutela dei minori riguardo al materiale pornografico (artt. 600-ter c.p.; L. n.269/1998);
 - reato di ingiuria in caso di messaggi inviati per offendere l'onore o il decoro del destinatario (art. 594 c.p.);
 - pubblicazioni oscene (art. 528 c.p.)

Il Garante non ha tralasciato di richiamare l'attenzione anche sul ruolo svolto da coloro che rendono possibile l'utilizzo di tali tecnologie ovvero gli operatori di telefonia (assieme ai produttori di terminali mobili).

Pertanto, per i fornitori di servizi telefonici v'è l'obbligo di tutelare la libertà e la segretezza delle comunicazioni telefoniche, garantite dalla Costituzione, con il divieto, per questi ultimi, tutelato anche penalmente, di conservare il contenuto dei messaggi MMS fuori dei casi legati a particolari servizi chiesti dagli abbonati interessati (sulla base di un' adeguata informativa e consenso) e di accedervi a qualunque titolo tramite propri incaricati.

Sempre per i fornitori di servizi telefonici v'è l'obbligo di vigilare sulla possibilità, offerta agli utenti, di rendere accessibili via Internet i messaggi Mms a destinatari che non dispongano di apparecchi mobili in grado di riceverli: la conservazione temporanea dei messaggi deve cessare una volta che sia avvenuta la lettura da parte del destinatario.

Degna di nota e con un suo portato di innovatività non trascurabile la raccomandazione, da parte del Garante, ai gestori di determinati luoghi aperti al pubblico o ad accesso selezionato (ad esempio palestre, circoli sportivi, club) affinché inibiscano o sottopongano opportunamente a determinate cautele l'utilizzo di MMS all'interno dei propri locali.

Tutte le raccomandazioni di cui sopra, contenute nel parere pronunciato dal Garante, sono state segnalate ai fornitori dei servizi di telecomunicazioni ed inviate, in copia, per opportuna conoscenza, all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni ed al Ministero per le comunicazioni.

di Pietro Morelli
ICT Business Analyst
Autore del sito "Strategia sul Web" (www.strategiaweb.info)