

Antonino Siino
Dottorando in Sociologia
nell'Università di Palermo

SPAM

Per SPAM si intende una comunicazione non richiesta, generalmente un messaggio di posta elettronica, che pubblicizza un bene o un servizio. Non è strettamente rivolta al singolo destinatario che la riceve, ma viene inviata in serie a un insieme vasto ed eterogeneo di destinatari.

Il nome proviene da un tipo di carne in scatola (dalla contrazione di *spiced pork and ham*) citato in uno *sketch* del gruppo comico inglese dei Monty Python in cui il cameriere di un ristorante la propone ossessivamente agli avventori come accompagnamento di ogni portata.

Lo *spamming*, cioè l'invio di SPAM, è il flagello della posta elettronica e dei gruppi di discussione su Internet. È un'interferenza che sottrae risorse agli utilizzatori e ai fornitori di servizi, senza risarcimento e senza autorizzazione. Nel mese di gennaio 2005, secondo la società specializzata Postini, lo SPAM ha rappresentato il 79% del volume complessivo delle *e-mail* inviate nel mondo. I Paesi da cui parte il maggior numero di *e-mail* di SPAM sono gli Stati Uniti, la Cina e la Corea del Sud.

Tipologia e costi

Lo SPAM più noto intasa milioni di caselle di posta elettronica ogni giorno. Viene indicato anche come UCE (*Unsolicited*

Commercial E-mail: e-mail commerciale non richiesta) e UBE (*Unsolicited Bulk E-mail: e-mail non richiesta in grandi quantità*). Gli indirizzi di posta elettronica vengono raccolti, spesso da programmi appositi, sui siti Internet, sui *newsgroup* e sui *forum* che li riportano. Il contenuto del messaggio è pubblicitario oppure diffonde una sorta di «catena di S. Antonio» e riporta una richiesta di ulteriore diffusione. I beni e servizi più comunemente proposti sono medicine, *software*, gioco d'azzardo, prestiti e accesso a siti a contenuto pornografico. In alcuni casi per l'invio dei messaggi vengono utilizzati i *computer* di utenti ignari vulnerabili ad accessi esterni.

Una pericolosa variante è lo *scam*, in cui il messaggio mette in pratica una vera e propria truffa (che è appunto il significato del vocabolo) poiché il mittente promette grossi guadagni inesistenti in cambio di somme di denaro da anticipare.

Lo SPAM si presta anche a veicolare messaggi che portano gli utenti su siti fittizi per estorcere il numero della carta di credito e altre informazioni personali (c.d. *phishing*). Esso si diffonde anche attraverso altri strumenti di comunicazione elettronica oltre alla posta, come i *forum*, i *guestbook*, i *news-group*, le *chat*, i programmi di mes-

saggistica (*instant messenger*) e i *blog* (in genere i commenti, ma anche i *trackback*, cioè il segnale che avvisa di un *link* a un *blog* o della comparsa di un commento, e i sistemi di monitoraggio degli accessi), ma anche i meccanismi di posizionamenti sui motori di ricerca (c.d. *link SPAM*).

La pratica dello *spamming* comporta dei costi (economici e sociali) che ricadono sulla comunità degli utilizzatori di Internet. Il servizio di smistamento di posta elettronica viene sovraccaricato dall'invio di tali messaggi, la banda a disposizione per il transito dei dati viene così sottratta a usi più utili, i *server* dei destinatari impiegano tempo di elaborazione e spazio per immagazzinamento e i destinatari sono costretti a distinguere i messaggi utili dallo SPAM. Diversamente dal *mailing* tradizionale, i costi dell'invio ricadono soltanto minimamente sul mittente (risulta molto economico inviare milioni di messaggi): lo SPAM trasferisce i costi pubblicitari dall'inserzionista ai destinatari.

Alcune ripercussioni riguardano anche la privazione di risorse per l'invio di *e-mail* in un primo momento messe a disposizione di tutti su Internet e poi disattivate dai fornitori di servizi perché utilizzate per l'invio di SPAM piuttosto che per gli scopi originari per cui erano state predisposte. Ciò ha fatto sì che i servizi di posta elettronica siano accessibili solo agli utenti dei *provider*.

Uno studio effettuato per conto della Commissione Europea (*Unsolicited Commercial Communications and Data Protection*) nel gennaio 2001 ha stimato in dieci miliardi di euro all'anno il costo globale dello scaricamento di messaggi pubblicitari relativamente alla sola frazione di costo che viene sostenuta dagli utenti direttamente.

SPAM e legislazione

In materia di SPAM i legislatori si sono mossi spesso in ritardo rispetto alle esigenze dell'utenza.

Negli Stati Uniti è in vigore dal 1991 una legge federale sull'abuso dei fax, la *junk fax law*. Tale legge vieta l'invio di fax indesiderati dal destinatario: il fatto che qualcuno tenga acceso un fax con ricezione automatica non autorizza nessuno ad approfittarne per inviargli pubblicità o altro. Può essere anche notevole il danno arrecato a una azienda qualora, tenendole impegnato il fax, le si impedisca di fatto di ricevere messaggi importanti. La *junk fax law* non era però automaticamente applicabile a Internet, quindi si costituì un'associazione apposita, la CAUCE (*Coalition Against Unsolicited Commercial E-mail*, Coalizione contro l'*e-mail* commerciale non richiesta). Nel 2003 venne promulgata una legge federale, il *CAN-SPAM Act*, che non concede agli utenti alcun diritto di agire in giudizio contro gli *spammer*; tale facoltà è invece riservata ai *provider*, alla Federal Trade Commission e agli *Attorney General* degli Stati (questi ultimi sono le figure istituzionali a cui spetta la rappresentanza legale degli Stati e la tutela dei loro interessi in sede giudiziaria). La legge regola l'invio basandosi su un modello di cosiddetto *opt-out*, ovvero l'invio di messaggi è consentito finché il destinatario non chiede di essere estromesso dalla lista dei destinatari. Vengono inseriti alcuni divieti (con pene anche piuttosto severe) per gli SPAM di natura fraudolenta, come per esempio quelli con intestazioni falsificate o trasmessi per mezzo dell'abuso di computer altrui allo scopo di nascondere la vera provenienza.

Anche in Europa il processo per giungere a una normativa comunitaria è stato

lungo e travagliato. Il 12 luglio 2002 si è giunti alla Direttiva 2002/58/CE del Parlamento europeo e del Consiglio che stabilisce l'obbligo per gli Stati membri di varare norme basate sul principio dell'*opt-in*, ossia del preventivo consenso da parte del destinatario per la ricezione di messaggi.

In Italia lo SPAM era da ritenersi illecito già prima della direttiva UE per i profili attinenti alla *privacy*. L'indirizzo *e-mail* è un dato personale a tutti gli effetti e non può essere utilizzato senza un esplicito consenso. L'Autorità Garante per la protezione dei dati si era già pronunciata in tal senso l'11 gennaio 2001 relativamente a un invio di SPAM a contenuto politico. Il punto principale di tale pronunciamento riguarda il fatto che, in mancanza di esplicito consenso da parte degli interessati, l'utilizzo di indirizzi *e-mail* prelevati dalla rete è illegittimo, in quanto le aree in cui si trova l'indirizzo, pur essendo liberamente accessibili, non sono soggette ad alcun regime giuridico di piena conoscibilità da parte di chiunque. Il fatto che un indirizzo sia pubblicato *on-line* non autorizza, quindi, a utilizzarlo per l'invio di messaggi indesiderati. In tal senso andava anche il *D.Lgs. 22 maggio 1999, n. 185, Attuazione della direttiva 97/7/CE relativa alla protezione dei consumatori in materia di contratti a distanza*. La materia è attualmente regolamentata in Italia dal *D.Lgs. 30 giugno 2003, n. 196, Codice in materia di protezione dei dati personali*. In particolare gli articoli a cui fare riferimento sono il 130 e il 167.

Purtroppo, spesso coloro che inviano SPAM agiscono da Paesi che non hanno ancora regolamentato la materia e l'assenza di una legislazione comune di livello internazionale offre loro grandi possibilità di giocare ai confini della legge.

Difendersi dallo SPAM

Difendersi dallo SPAM è difficile. È comunque possibile mettere in pratica alcuni accorgimenti.

I fornitori di servizi Internet utilizzano programmi che applicano tecniche di bloccaggio e di filtraggio. Si possono bloccare messaggi di posta elettronica provenienti da alcuni *server* che notoriamente diffondono SPAM e filtrare i messaggi analizzando in modo automatico il contenuto ed eliminando quelli che contengano alcune parole o espressioni ricorrenti nello SPAM. Quest'ultimo criterio, purtroppo, comporta il rischio di eliminazione di messaggi che non sono SPAM ma che accidentalmente contengono gli elementi in base ai quali viene operata la selezione.

Un altro metodo di filtraggio usa criteri probabilistici per predire se un messaggio è SPAM o no. L'applicazione di tale metodo consente di valutare se un messaggio è da respingere o no rispecchiando il giudizio degli utenti con un elevato grado di probabilità. Si selezionano quei messaggi che probabilmente essi riterrebbero SPAM in base ai loro giudizi precedenti. Tra l'altro questi sistemi sono in qualche modo in grado di «apprendere» e migliorare la propria efficacia man mano che li usa

È altamente sconsigliato rispondere ai messaggi di SPAM. Le risposte confermano ai mittenti che il messaggio raggiunge l'obiettivo di essere letto. Anche il tentativo di essere rimossi dalla lista di destinatari effettuato cliccando sui collegamenti proposti a tal fine conferma la lettura e spesso sortisce come effetto la ricezione di quantità di SPAM ancora maggiori.

Gli utenti possono «mascherare» l'indirizzo che pubblicano sui siti. Ad esem-

pio si può scrivere <nomeutenteNO SPAM@fornitoredelservizio.it> al posto del reale indirizzo <nomeutente@fornitoredelservizio.it>. Il programma che raccoglie automaticamente gli indirizzi dalle pagine *web* verrà ingannato, mentre gli utenti che vorranno inviare posta al destinatario toglieranno dall'indirizzo la parte superflua. Questa tecnica è denominata *address munging*.

Può essere utile segnalare al proprio fornitore di servizio la ricezione di messaggi SPAM; quasi tutti i *provider* hanno un indirizzo a cui segnalare irregolarità.

Infine, è bene riflettere anche sui nostri invii di messaggi elettronici. A volte girare un messaggio contenente una catena o un'informazione commerciale a uten-

Per saperne di più

<www.euro.cauce.org/it>, Coalizione europea contro l'*e-mail* commerciale non richiesta.

<www.fastnet.it/schede/networksecurity/calcolareicostidellospam.asp>, *SPAM cost calculator*.

<www.spamlaws.com>, raccolta di legislazione in tema di SPAM (in inglese).

<www.theincrediblespammuseum.com>, Museo dello SPAM (in inglese).

ti che potrebbero essere non interessati può essere ricompreso nel fenomeno dello SPAM. È quindi opportuno tenere un comportamento rispettoso *in primis* dei contatti della nostra rubrica.