



ARTICOLO DI PUNTOSICURO

Anno 2 - numero 39 di martedì 01 febbraio 2000

Bugie per difendere la privacy

Interessi e gusti dei consumatori sono divenuti 'merce preziosa'. L'invasione di alcune aziende ha spinto i clienti a rispondere a domande indiscrete con dati fasulli. Gli USA puntano sulla crittografia.

Gli utenti della rete sono spesso subissati da quesiti, apparentemente innocui, riguardanti dati anagrafici, interessi e gusti. Tutte queste informazioni costituiscono un bene prezioso per le aziende che, in base alle analisi di questi dati, calibrano i propri prodotti per migliorare i servizi offerti.

Talvolta le richieste di dati inoltrate all'utente sono eccessive e poco discrete ed accade frequentemente che le informazioni fornite divengano merce di scambio tra le aziende, incrinando così il fondamentale rapporto di fiducia tra cliente e fornitore.

L'invasione delle aziende ha spinto alcuni utenti a rispondere fallacemente ai quesiti che venivano loro proposti, rendendo inaffidabili i database.

L'utente si sente spiato in ogni suo passo sulla rete.

Per garantire la sicurezza delle transazioni commerciali e riservatezza nelle comunicazioni, si fa sempre più frequente l'utilizzo di sistemi di crittografia, ed è significativo il fatto che l'amministrazione Clinton abbia autorizzato l'utilizzo e l'esportazione di sofisticati software di crittografia.

www.puntosicuro.it