

ARTICOLO DI PUNTOSICURO

Anno 7 - numero 1198 di martedì 08 marzo 2005

Niente schedature per i telespettatori

Dal Garante della privacy un provvedimento sui servizi di tv a pagamento e tv interattiva.

Pubblicità

I gusti e le abitudini dei telespettatori non devono essere schedati. Dopo la tutela delle abitudini di acquisto, espressa in un provvedimento generale sui programmi di fidelizzazione di supermercati e di aziende di servizi, il Garante della privacy detta ora le regole per i gestori di servizi forniti tramite la tv.

Il provvedimento, al quale i gestori televisivi dovranno adeguarsi entro il 15 maggio 2005, è finalizzato a prevenire forme invasive di controllo su gusti e abitudini dei telespettatori.

Due, in sintesi, i principi fondamentali che dovranno essere rispettati: ridurre al minimo l'utilizzo delle informazioni relative ad abbonati e utenti identificabili (privilegiando l'uso di dati anonimi) ed evitare le informazioni che non sono strettamente necessarie (es: per le pay-tv che forniscono film a pagamento, nella fatturazione il titolo del film acquistato non dovrà comparire).

Il Garante ribadisce che non è lecito trattare dati personali relativi a tempi di connessione, visioni di programmi ed eventi, fasce orarie di utilizzazione del mezzo televisivo, interruzioni di ascolto, cambi di canale ed analisi del comportamento in presenza di spazi pubblicitari. Per l'eventuale monitoraggio delle scelte o profilazione dell'abbonato, è necessario il consenso dell'interessato, che non può essere una condizione per stipulare il contratto relativo agli altri servizi televisivi. Il consenso può essere espresso anche via telecomando.

E' di regola vietato il trattamento di dati sensibili (quelli relativi a salute, sesso, convinzioni politiche, filosofiche o religiose). In casi eccezionali il Garante può ammettere tale uso, con il consenso scritto o via telecomando dell'interessato; nel caso vengano trattati dati sensibili è necessario l'uso di una password.

Il Garante ritiene insufficienti le informazioni che i gestori televisivi danno agli abbonati e che non tengono conto del fatto che gli utilizzatori dei nuovi servizi tv possono essere, nell'ambito della famiglia o di una comunità, persone diverse dall'abbonato. Le informative dovranno essere chiare e complete e, prima di ogni acquisto o altro tipo di rapporto interattivo, dovrà apparire una schermata in video (del tipo "Ecco come sono utilizzati i tuoi dati personali") che informi sull'uso dei dati che l'utente sta per fornire.

In caso di fatturazione degli acquisti (ad esempio di partite o film), l'abbonato deve avere la possibilità di non ricevere una fatturazione dettagliata. Gli acquisti devono essere indicati per importo totale, data e costo, mentre solo su richiesta verranno forniti i "titoli" specifici.

Ogni informazione sugli abbonati può essere conservata solo per un determinato periodo di tempo, indicato nel contratto. La regola generale è che ogni dato deve essere cancellato o trasformato in forma anonima al più presto. I dati dettagliati sugli acquisti non possono essere conservati per più di 12 mesi e, in caso di cessazione del rapporto, dopo 3 mesi tutto deve essere cancellato.

Precise disposizioni per garantire la tutela degli utenti sono dettate anche riguardo a decoder e schede prepagate. Queste ultime garantiscono l'anonimato degli utenti. In questo caso anche l'acquirente del decoder può essere anonimo. Al massimo si potrà prender nota del nome solo per evitare che qualcuno non goda più volte del relativo contributo statale. Diverso è ovviamente il caso di un rapporto contrattuale con un abbonato identificato. Illecite sono poi da ritenere "eventuali banche dati di titolari di

antenne televisive o satellitari" (il cosiddetto catasto delle antenne).

In caso di televoto, spesso associato a trasmissioni televisive, deve essere adottata una tecnica che separa il voto espresso dal nominativo di chi ha partecipato al sondaggio. Lo stesso vale per le ricerche di mercato e altre ricerche campionarie, per le quali va nettamente esclusa ogni eventuale comunicazione a terzi dei dati personali.

www.puntosicuro.it