

// ANDREA BARCHIESI //



# LA TENTAZIONE del' **OBLIO**

Vuoi subire o costruire la tua identità digitale?

FRANCOANGELI

## Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.





I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: [www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it) e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità.

**// ANDREA BARCHIESI //**

# **LA TENTAZIONE dell'OBLIO**

**Vuoi subire o costruire la tua identità digitale?**

**FRANCOANGELI**

Progetto grafico di copertina di Elena Pellegrini

Copyright © 2016 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

*L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito [www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it)*

# Indice

<b>Prefazione, di <i>Francesco Sclafani</i></b>	<b>pag.</b>	<b>9</b>
<b>1. L'oblio, l'lo Reale e l'lo digitale</b>	»	13
1.1. Le tre chiavi della porta dell'oblio	»	14
1.2. La prima chiave: cos'è l'identità digitale	»	15
1.3. La seconda chiave: il tempo nell'era digitale	»	18
1.4. La terza chiave: la memoria	»	20
1.5. Il grande cambiamento sociale	»	24
1.6. C'era una volta Blockbuster	»	26
1.7. Il movimento di "resistenza analogica"	»	29
1.8. La privacy e Babbo Natale: tra dieci anni punterei sul secondo	»	31
1.9. La stretta di mano digitale	»	34
1.10. L'identità digitale: il nuovo biglietto da visita	»	38
1.11. Dall'identità digitale alla reputazione	»	40
1.12. Spettro relazionale del soggetto: l'identità è immersa in un ecosistema di identità	»	43
1.13. Identità digitale nulla	»	46
1.14. La forza invisibile	»	48
1.15. L'ultima frontiera della memoria	»	49
1.16. Verso la Reputation Economy	»	51
1.17. Principali cause di una lesività reputazionale	»	53
1.18. Identità digitali rubate	»	59
1.19. Omonimia digitale	»	62
1.20. Autolesionismo digitale	»	64
1.21. Le tre regole: monitorare, monitorare, mo- nitorare	»	67

<b>2. Cos'è il diritto all'oblio</b>	pag.	71
2.1. Definizione del diritto all'oblio	»	71
2.2. Il diritto all'oblio su Internet	»	73
2.3. Gli altri attori: Privacy, diffamazione e diritto di cronaca	»	74
2.4. Interventi legislativi nel passato: confusione tra oblio, privacy e diffamazione	»	79
2.5. Casi e sentenze internazionali	»	84
2.6. La sentenza della Corte Europea apre l'era dell'oblio su Internet	»	85
2.7. Oblio, privacy, cronaca, reputazione: un bilanciamento necessario	»	88
2.8. Tutela del singolo si scontra con la tutela della collettività	»	89
2.9. La complessità del problema: assenza di linee guida	»	91
2.10. Il fattore tempo, quando un contenuto è obsoleto	»	92
2.11. Il diritto all'oblio: un'anomalia tutta europea	»	92
2.12. ... ma i dati Europei finiscono in America	»	95
2.13. Il motore di ricerca elevato a garante del bilanciamento	»	97
<b>3. Google e il diritto all'oblio</b>	»	99
3.1. Motori di ricerca: perché sono nati e come funzionano	»	100
3.2. Google non è Internet, è piuttosto le sue pagine gialle	»	102
3.3. Deep Web: la parte invisibile del web	»	103
3.4. Gli attori dei media prima dell'era digitale	»	105
3.5. Con l'era digitale nasce il contenuto on line	»	106
3.6. Contenuti on line: gli attori principali dalla produzione alla diffusione (catena PPDI)	»	107
3.7. Il quinto attore: il soggetto trattato nel contenuto	»	109
3.8. Il motore di ricerca è solo uno degli attori	»	110
3.9. Fattori da non trascurare: completamento automatico, ricerche correlate, instant	»	114

3.10.	La rimozione dei contenuti prima dell'Oblio	pag.	116
3.11.	La reazione di Google alla sentenza	»	118
3.12.	Com'è cambiato lo scenario dopo la sentenza	»	120
3.13.	Come richiedere la rimozione dei contenuti su Google: una procedura semplice solo in apparenza	»	122
3.14.	La richiesta di rimozione su Bing	»	125
3.15.	Cinque ragioni per cui non è facile per Google rispondere alle richieste	»	127
3.16.	Le richieste più frequenti degli utenti	»	129
<b>4.</b>	<b>Reazioni, conseguenze e contraddizioni</b>	»	133
4.1.	Considerazioni strategiche: l'oblio arriva nel mezzo di una intricata partita a scacchi	»	133
4.2.	Google e l'Unione Europea, le ragioni di un rapporto complicato	»	135
4.3.	Ma anche l'UE ha bisogno dei giganti della Silicon Valley	»	138
4.4.	L'attacco Kamikaze degli editori spagnoli	»	139
4.5.	Le reazioni degli opinion leader	»	141
4.6.	Facebook si oppone al diritto all'oblio	»	142
4.7.	Avvistamenti digitali	»	144
4.8.	Prime reazioni della rete: nascita di directory parallele	»	145
4.9.	Il diritto alla privacy si scontra con il diritto all'informazione	»	146
4.10.	Problema etico: la pericolosa deriva verso il caso limite	»	148
4.11.	Considerazioni sul caso Vallanzasca	»	149
4.12.	Il paradosso del padre dell'oblio	»	150
<b>5.</b>	<b>L'oblio è davvero la soluzione?</b>	»	153
5.1.	Perché l'oblio non risolve praticamente il problema: 8 ragioni fondamentali	»	154
5.2.	Richiedere o non richiedere il diritto all'oblio: possibilità di accoglimento, efficacia e rischio correlato. Metodo della rilevanza pubblica equivalente (RPE)	»	158

5.3.	Occorre distinguere: Personal Reputation ed Executive Reputation	pag.	165
5.4.	Executive Reputation: Stima dell'esito e riduzione dei rischi	»	166
5.5.	Executive: quando il singolo evento cambia una carriera e una vita	»	167
5.6.	Il 70% dei casi in Italia viene respinto	»	169
5.7.	Analisi di alcuni casi che hanno portato alla rimozione dei contenuti e altri che invece sono stati rifiutati	»	171
5.8.	Un esempio di risposta negativa	»	174
5.9.	Quanti dei link rifiutati da Google approdano poi al Garante?	»	176
5.10.	Quali sono i domini più toccati dalle rimozioni?	»	178
<b>6.</b>	<b>Un approccio più completo: Ingegneria Reputazionale</b>	»	181
6.1.	Le forze che agiscono sull'identità digitale. L'oblio agisce per sottrazione	»	182
6.2.	Cosa avviene quando si agisce per sottrazione	»	184
6.3.	Verso una soluzione completa: dall'oblio allo sviluppo dell'Io digitale	»	186
6.4.	Ingegneria reputazionale: un approccio nuovo	»	187
6.5.	Precetto primo: mai mentire	»	190
6.6.	Precetto secondo: mai usarla come arma	»	192
6.7.	Precetto terzo: non esistono scorciatoie	»	193
6.8.	L'ingegneria reputazionale non ha solo funzione correttiva	»	196
6.9.	Potenza, Robustezza e Resilienza reputazionale: Tre coordinate importanti	»	198
6.10.	Come potrebbe evolvere l'applicazione del diritto all'oblio	»	200
6.11.	Una possibile proposta di come migliorare l'attuale gestione del diritto all'oblio	»	203
6.12.	La tentazione dell'oblio	»	213
	<b>Glossario</b>	»	217
	<b>Bibliografia</b>	»	219

# Prefazione

Con una sentenza del 13 maggio 2014 la Corte di Giustizia dell'Unione Europea ha riconosciuto il diritto di tutti i cittadini di chiedere la rimozione dal motore di ricerca dei contenuti inadeguati, non pertinenti o non più pertinenti alla loro immagine attuale. Una sentenza storica, che ha costretto Google ad aprire la strada verso il diritto all'oblio attivando una procedura che consenta di inviare le richieste di rimozione dei contenuti lesivi dal motore di ricerca.

Il caso ha prodotto più di 250.000 richieste di rimozione in tutta Europa, ha diviso l'opinione pubblica e ha costretto Google a una serie di confronti internazionali. Il 58,2% delle richieste è stato respinto. Tale pronuncia ha evidentemente un forte impatto sul diritto di cronaca, tant'è che il Garante della Privacy ha stabilito che possono essere accolte solo le richieste di rimozione di contenuti che, non essendo d'interesse pubblico, non coinvolgono la libertà di informazione.

In gioco però non c'è solo il diritto di cronaca ma anche il ruolo e la stessa fisionomia del web, basato sulla centralità del contenuto di valore, sulle relazioni che si generano intorno a questo contenuto e in definitiva sul più ampio concetto di identità digitale.

La presente trattazione ha il merito di inquadrare il problema proprio nel quadro dell'identità digitale, ovvero di quell'identità personale che è il riflesso del nostro comportamento sul web e che rappresenta oggi il primo biglietto da visita per cia-

scuno di noi, ciò che in maniera molto efficace viene qui definito come stretta di mano digitale. Ogni nostro incontro, ogni nostra relazione, professionale o privata, è oggi preceduto da una verifica delle informazioni sui motori di ricerca, lo strumento più semplice e immediato per avere un identikit della persona prima di conoscerla.

In uno scenario così complesso, come il web, è sempre più difficile tutelare la propria identità, anzi, ci troviamo costretti a ridefinire i concetti stessi di privacy e di identità personale perché noi stessi, in molti casi, siamo autori dei contenuti che mettono a repentaglio la nostra immagine.

Il diritto all'oblio non solo porta con sé molte domande, che spaziano dall'etica al diritto, ma rappresenta un elemento di discontinuità in vista del riassetto socioculturale che il mondo digitale ha davanti a sé. Tra le questioni sul tappeto, questo libro affronta la più pragmatica: l'approccio metodologico all'oblio, nella sua attuale definizione, è in grado di eliminare i contenuti indesiderati? Soprattutto è in grado di tutelare l'identità violata?

L'idea dell'autore è che finora siamo stati condizionati da una visione limitata del fenomeno, che porta a pensare alla cancellazione del contenuto come unica via per tutelare l'identità sul web e che un foglio bianco sia una soluzione accettabile. Il foglio bianco (la rimozione dei contenuti), come viene spiegato nell'ultima parte della trattazione, equivale a una identità digitale nulla, cosa ben lontana dall'essere una soluzione soddisfacente. Serve, quindi, uno strumento più completo e articolato che vada oltre la mera eliminazione del contenuto lesivo.

Innanzitutto è necessario analizzare come funziona un motore di ricerca per capire quali sono le difficoltà di applicazione dell'oblio su Internet. Difficoltà che non dipendono solo dalla condotta dei motori di ricerca ma, prima ancora, dal funzionamento stesso della Rete, poiché un contenuto non esiste in un unico punto dal quale è sufficiente rimuoverlo per rimuovere il problema.

Il motore di ricerca è solo uno degli attori in gioco, responsabile dell'indicizzazione dei contenuti, perché ci sono almeno altri tre protagonisti che sono responsabili della produzione, della pubblicazione e della diffusione del contenuto. Infine c'è il soggetto trattato nel contenuto che può anche coincidere con

chi l'ha prodotto. Queste relazioni tra contenuti e soggetti coinvolti generano un quadro di estrema complessità dal punto di vista tecnico, giuridico, etico e sociale.

Inoltre, anche la questione economica non è da sottovalutare. Google, infatti, si trova al centro di un'intricata partita a scacchi con diversi giocatori: i suoi competitor diretti, gli altri motori di ricerca, i suoi competitor indiretti come i social network, ed infine l'Unione Europea rispetto alla quale c'è più di una questione aperta (copyright, questione fiscale, privacy, antitrust). Il diritto all'oblio arriva quindi nel bel mezzo di questa complessa partita, tra numerosi interessi da difendere e fette di mercato da conquistare.

Non bisogna poi dimenticare che la rete ha un fortissimo senso della sua libertà costitutiva, che spesso può produrre anche dei casi limite, e per questo ha reagito con forza alla sentenza considerando il diritto all'oblio come uno strumento di censura.

Dopo la richiesta di rimozione di alcuni contenuti che avevano un interesse per la collettività (come casi relativi a vicende giudiziarie) i siti coinvolti (spesso testate giornalistiche) hanno denunciato di aver subito una forte limitazione al loro diritto-dovere di cronaca, denuncia che si è estesa a macchia d'olio con il paradossale effetto di amplificare la diffusione del contenuto rimosso e quindi l'effetto lesivo per l'interessato.

Non v'è dubbio quindi che la tutela del diritto all'oblio debba essere ponderata attentamente in base alle circostanze e ai molteplici attori coinvolti ed è per questo che l'autore del volume suggerisce un approccio metodologico, piuttosto che una soluzione standardizzata.

La rimozione dei contenuti che ledono ingiustamente l'identità personale non può essere l'unica soluzione, ma deve essere parte di una strategia più ampia in cui l'identità rappresenta un valore da tutelare anche in via preventiva e soprattutto da promuovere nella sua complessità, quindi non solo ex post attraverso la cancellazione di una macchia.

*Avv. Francesco Sclafani*

“Avvocatura dello Stato, già Segretario Generale AGCOM  
Autorità per le garanzie nelle comunicazioni”



# 1. L'oblio, l'Io Reale e l'Io digitale

**“Reputazione on line? Non ne ho bisogno, chi mi conosce sa chi sono”.**

Mi capita di sentire questa frase. Purtroppo da Manager di livello. Denota una tale non comprensione del presente che avrei più fortuna cercando di spiegare l'uso del telefono cellulare ad un capo tribù della Nuova Guinea.

L'umanità nella sua storia ha da sempre lottato contro l'oblio, minaccia della civiltà e del progresso. L'era digitale ha però cambiato tutto, compreso il senso del dimenticare. Per accedere al nuovo significato è necessario usare tre chiavi: identità, tempo e memoria in un percorso che li collega profondamente.

In questa fase storica tutto si ridefinisce e i concetti a volte diventano semplicemente irrilevanti, prigionieri di un'epoca che non esiste più. Cambiano radicalmente anche i ruoli, nel 2006 il “Times” metteva in copertina come personaggio dell'anno “You”, fotografando perfettamente il cambiamento sociale che ci ha travolto con l'ingresso dirompente di Internet nelle nostre vite.

“Tu” è l'uomo comune che diventa protagonista del suo mondo e del suo tempo, ha un'identità estesa oltre le mura della sua casa, oltre il suo lavoro, oltre le uscite con i suoi amici.

Siamo all'alba dell'Io digitale, stiamo scrivendo assieme una delle più importanti pagine della storia dell'umanità e sicuramente una di quelle dalle conseguenze sociali, psicologiche ed economiche più imprevedibili.

Pirandello in *Uno, nessuno e centomila*, pur non potendo immaginare fino a che punto, è stato incredibilmente profetico:

*Mi si fissò invece il pensiero ch'io non ero per gli altri quel che finora, dentro di me, m'ero figurato d'essere.*

Disegna perfettamente questa scissione tra essere e percezione di cui l'identità digitale è oggi inarrestabile agente.

L'io digitale è la nostra rappresentazione in rete ed è riflesso del nostro io reale. Le barriere tra i due mondi sono sempre più sottili e il mondo on line estende e condiziona sempre di più la nostra vita di tutti i giorni. Non si tratta di una doppia identità dunque, ma di un'identità estesa e sempre co-presente, che può rivelarsi un'opportunità o una minaccia a seconda di come e quanto la controlliamo. Il punto di partenza e di arrivo è dunque l'identità digitale.

### 1.1. Le tre chiavi della porta dell'oblio

Il 13 maggio 2014 sembrava inizialmente un giorno ordinario. Poi è accaduto qualcosa. In apparenza una questione circoscritta al diritto, come mille altre con poco impatto pratico nelle nostre vite, ma in realtà questa volta non è stato affatto così. La Corte di Giustizia dell'Unione Europea ha stabilito che è nel diritto dei cittadini europei richiedere ai motori di ricerca, tra cui spicca Google, l'eliminazione dalle loro pagine dei risultati di eventuali link che rimandino verso "contenuti non più rilevanti" che li riguardano. Di fatto è stato portato alla ribalta il diritto all'oblio con importanti implicazioni etiche e sociali. Non parliamo quindi di impatti accademici nei manuali di diritto o nella giurisprudenza ma di effetti molto pratici nella vita di tutti i giorni. Ma cos'è l'oblio? Perché solo oggi diventa una tematica centrale? Che conseguenze può avere nel quotidiano?

Per rispondere a queste domande, semplici solo in apparenza, dovremmo fare un passo indietro e considerare il tema nelle sue costituenti fondamentali. L'oblio è connaturato all'uomo e al suo modo di relazionarsi con il mondo. Per questa ragione il concetto si è evoluto lungo i secoli. Oggi è una sorta di porta molto antica che può essere aperta solo attraverso tre chiavi:

- **Identità** – l'identità è il punto nodale del tema che stiamo trattando, il luogo dove la sentenza si propone di agire

in modo selettivo. Un oblio mirato su ciò che non si ritiene adeguato. Ma il concetto di identità si è evoluto, non è più né quello della notte dei tempi né quello del '900. Nasce l'identità digitale e tutto cambia.

- **Tempo** – Non può esserci oblio senza il concetto di tempo. In un infinito presente cosa si può dimenticare? Anche il tempo però è radicalmente mutato nel corso dei secoli. Negli ultimi anni ha subito addirittura uno stravolgimento concettuale.
- **Memoria** – L'oblio è rimuovere dalla memoria, ma oggi di che memoria parliamo? Non è sicuramente la stessa dell'era predigitale.

Entreremo ora in dettaglio nelle tre chiavi evidenziando la sottile relazione che le lega e come ridefiniscono in modo radicale il concetto di oblio.

## 1.2. La prima chiave: cos'è l'identità digitale

La sentenza tocca un concetto molto concreto che è quello di identità del soggetto.

L'identità ha radici ancestrali, nasce con le prime relazioni ed è alla base della complessa interazione umana. Si è evoluta di pari passo con l'uomo portando con sé progressivamente sempre maggiori informazioni. Con la nascita della parola si è cominciato a concettualizzare il mondo circostante e a riferirsi alle entità anche se non presenti fisicamente. L'interazione tra i soggetti non faceva eccezione e da questa necessità di relazione sono nati i nomi, una sorta di proto-identità. Il nome era inizialmente semplice ma, al crescere delle organizzazioni sociali, si dimostrava troppo ambiguo per cui si sono affiancati anche i cognomi. Il nome, prima struttura di identità, cresceva di complessità portando con sé non solo la famiglia di appartenenza ma implicitamente altre informazioni quali il luogo di provenienza (toponimi) o la professione o il titolo nobiliare o molti altri attributi in funzione della lingua e della cultura. Con l'evoluzione sociale la relazione è diventata progressivamente più complessa e a fianco del nome vengono associate delle infor-

mazioni relative al soggetto. Nasce così un'identità strutturata che porta con sé una storia riguardante le azioni passate della persona, il comportamento nei confronti degli altri, la sua affidabilità, la sua etica. Nasce la reputazione del soggetto. Questa ha un valore di grande importanza e concretezza nella vita di tutti i giorni poiché rappresenta la previsione dell'esito della relazione con un soggetto. Se un promotore finanziario avesse nomea di truffatore, gli affidereste il vostro denaro? Certamente no e lo escludereste a prescindere, senza aver sperimentato di persona l'esperienza di essere truffati. Per il semplice fatto che se è un truffatore probabilmente vi trufferà. La reputazione è previsione del possibile esito della relazione.

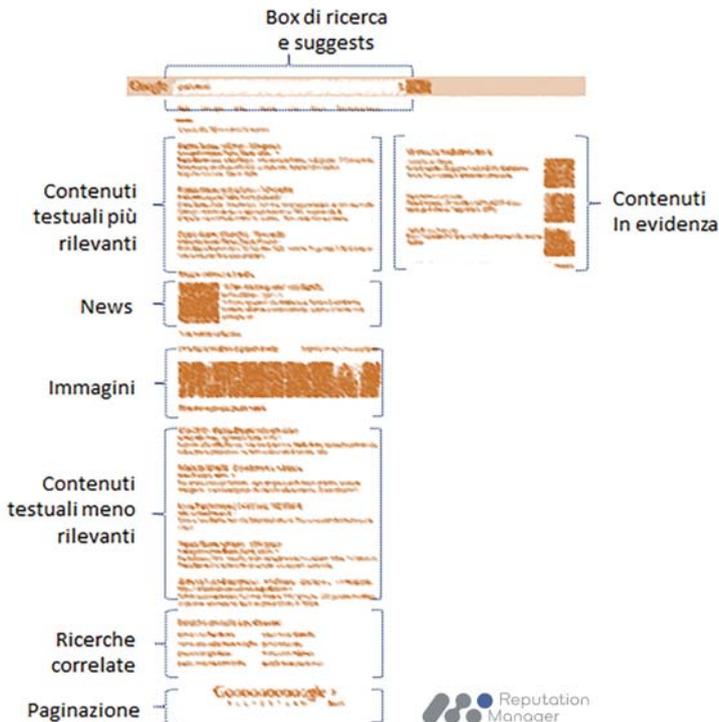
Quindi quello che chiamiamo reputazione è in realtà un meccanismo innato, estremamente sofisticato, di analisi del rischio e valutazione decisionale in situazioni incerte o in presenza di dati incompleti e indiretti. Una funzionalità avanzata scritta dall'evoluzione nel nostro DNA e non, come potrebbe apparire a una riflessione troppo frettolosa, il frutto comportamentale di una convenzione sociale. Questo fatto cambia radicalmente il quadro: parlando di identità non stiamo facendo dissertazioni astratte ma ci stiamo occupando di un driver decisionale primario. Fino ad ora abbiamo parlato implicitamente di passaparola fisico tra le persone. L'era digitale ha evoluto ulteriormente il concetto di identità. Oggi possiamo avere informazioni su qualsiasi soggetto senza averlo mai conosciuto né direttamente né indirettamente. Il passaparola fisico diventa improvvisamente lento e polveroso, nasce l'identità digitale. Questa non ha confini né geografici né temporali, possiamo ricercare su Google qualsiasi nome e cognome e ottenere istantaneamente delle informazioni più o meno dettagliate su un soggetto.

L'identità digitale è il riflesso in rete della nostra identità off-line, ricostruita ed interpretata attraverso le informazioni disponibili, soprattutto quelle più accessibili e visibili. Riguarda quindi ogni tipo di contenuto, da quelli testuali alle immagini, dai video fino alle clip audio.

Tornando all'esempio del promotore finanziario la sua vita nell'era digitale è molto più difficile perché prima era sufficiente cambiare città e andare dove nessuno lo conoscesse per ri-

partire con le truffe, oggi, dovunque vada, con una semplice ricerca on line per nome e cognome verrebbero trovati commenti sulla sua attività illecita vanificando ogni tentativo di relazione. In pratica oggi nuclei sociali geograficamente distanti e senza contatti significativi condividono informazioni come se fossero all'interno dello stesso nucleo. Una rivoluzione culturale e sociale senza precedenti. Il diritto all'oblio si inserisce in questo contesto e afferma il diritto del singolo di eliminare informazioni, sotto determinate condizioni, dalla memoria condivisa della comunità. In pratica il nostro promotore finanziario potrebbe richiedere di eliminare dai motori di ricerca i link inerenti alle sue attività illecite.

## Ricerca di Google



Esempio di identità digitale

L'identità digitale è una sorta di mosaico di tutto quello che ci riguarda e che restituisce parti della nostra vita.

Negli ultimi dieci anni sempre più persone utilizzano il Web per reperire informazioni su aziende e persone. Diventa quindi chiara l'esigenza e la necessità di un'adeguata corrispondenza tra profili offline e online.

I motori di ricerca giocano un ruolo principe nella fase di raccolta delle informazioni e negli ultimi anni anche i social network hanno assunto un'importanza sempre più rilevante nelle fasi di coinvolgimento e diffusione delle informazioni in rete. L'identità digitale è quindi una nuova entità che ha preso sostanza negli ultimi anni e ha subito assunto un grande valore in termini di utilizzo e utilità. Allo stesso tempo è un fenomeno che ha colto tutti di sorpresa, dalla giurisprudenza alla società civile sono ancora tutti impreparati e non hanno ben chiaro come andrebbe gestito e regolato. Il diritto all'oblio va considerato, in tal senso, come uno dei primi tentativi di dare regole.

### **1.3. La seconda chiave: il tempo nell'era digitale**

L'oblio, come abbiamo anticipato, è strettamente collegato al concetto di tempo. Dai primi albori della storia l'uomo ha lottato contro l'oblio con ogni mezzo per non dimenticare il suo sapere e il suo percorso, una battaglia impari contro i secoli che tendevano a rendere opaco ogni ricordo tramandato per via orale. I miti e molti fondamentali scritti sono stati tramandati per generazioni oralmente e solo dopo sono stati trascritti. Il tempo era il principale agente di oblio. Con l'avvento della stampa a caratteri mobili ad opera di Gutenberg il mondo cambiò radicalmente aprendo le porte alla conservazione massiva di dati ed eventi. Questo fatto ci porta direttamente al '900 dominato dai giornali e dalle notizie da ogni parte del mondo. In un giornale è assolutamente chiaro a che data si riferisce un contenuto, il più diffuso è sicuramente il quotidiano che non lascia alcuna ambiguità anche se ripreso a distanza di anni. L'oblio, nonostante questa grande evoluzione, continua nei fatti la sua azione poiché per le masse l'accesso alle informazioni passate era

sempre praticamente molto complesso. Provate a immaginare di fare una ricerca negli anni '60 relativa a un personaggio nell'archivio dei giornali degli ultimi dieci anni. Un'impresa titanica solo il recuperarli e il rileggerli. Il sapere collettivo era un sapere mediato da alcune classi di intellettuali e, a ben riflettere, non era così diverso nell'antica Grecia. L'era digitale ha cambiato tutto e con il suo avvento ha in pochi decenni fatto saltare schemi che per millenni avevamo dato per scontati. Il riferimento temporale è sicuramente uno di questi. Molti istintivamente collegano il concetto di Internet a quello delle news dell'ultimo minuto sempre aggiornate e sempre più real time. Quindi quello di una polarizzazione verso l'istante che stiamo vivendo. Questo è sicuramente un aspetto caratterizzante, ma è sicuramente minoritario, per comprenderlo è sufficiente fare una ricerca su Google su un qualsiasi tema: i contenuti classificati come "news" rappresentano in genere un solo risultato tra i primi dieci, spesso non sono affatto presenti. Quindi in media siamo in un punto tra lo 0% e il 10% in funzione dell'argomento. Il motore di ricerca ha una sezione ben distinta che si occupa delle ultime notizie, questo fatto spiega in modo eloquente la struttura delle informazioni su Internet. Il mondo digitale non è quindi fatto di news ma di una massa di informazioni spesso senza alcun riferimento temporale esplicito. I contenuti online restituiti dal motore di ricerca riguardo un determinato tema non sono i più recenti ma i più pertinenti. Queste ultime parole sembrano innocue ma hanno inferto all'oblio un colpo che tutte le scoperte dell'uomo assieme non erano mai riuscite a infliggere. I contenuti pertinenti non hanno necessariamente un riferimento temporale chiaro o esplicito nella pagina web. Non hanno una data impressa in alto come in un quotidiano. Non è sempre possibile capire quando è stato fatto un post su un blog, un video o un commento. Il concetto di tempo nel mondo digitale perde spesso di senso e importanza, a favore della rilevanza informativa in una sorta di flusso indistinto eterogeneo da ogni punto di vista. Definire un tempo per un contenuto è diventato inoltre anche concettualmente un esercizio diabolico poiché il contenuto stesso può mutare per una revisione o per un commento che viene inserito o per un nuovo collegamento.