



# NAPOLI

Cerca nel sito



METEO

Home

Cronaca

Sport

Foto

Ristoranti

Video

## “Vite distrutte dal web, ma il diritto all’oblio non è sempre garantito: Tiziana è stata inghiottita in un mondo virtuale di colossi”



Andrea Barchiesi

Parla Andrea Barchiesi, tra i più rinomati esperti nazionali di Web Reputation

di PAOLO DE LUCA

06 novembre 2016

Il diritto all’oblio c’è ma, di fatto, è un’utopia. Soprattutto per casi limite come quello di **Tiziana**. Che in Italia sono centinaia. Sono più di 123mila, infatti, i link “scomodi” da rimuovere, segnalati in 38 mila richieste da maggio 2014. Ma solo il 32 per cento delle domande ha riscontro positivo.

“Quando la viralità di un video in internet raggiunge numeri impossibili da gestire, non si potrà mai avere la sicurezza di una rimozione totale”, parola di Andrea Barchiesi, ingegnere elettronico, tra i maggiori esperti in Italia di “reputazione digitale” e web intelligence. Autore del libro “La tentazione dell’oblio” (edito da **Franco Angeli**), nel 2004 ha fondato la “Reputation Manager”, società che gestisce proprio le identità online, ricostruendo la reputazione di persone danneggiate dall’eco del web. Che la rete non perdoni e che non dimentichi è cosa risaputa, ma come ci si può difendere da post e video che mutilano la propria privacy? “L’importante è agire subito - spiega Barchiesi - e arginare al massimo il danno. Denunciare alle autorità competenti e rivolgersi immediatamente ad un team di professionisti. Più passa il tempo, più sarà complicato intervenire”.

**Barchiesi, quindi per Tiziana la privacy era ormai un’utopia? Così come**

CASE MOTORI LAVORO

**CERCA UNA CASA**

Vendita  Affitto  Asta Giudiziarla

Provincia

**TrovaRistorante** a Napoli

Scegli una città

Scegli un tipo di locale

**per tutti noi?**

“In questa epoca, siamo noi stessi a distruggerla. È, purtroppo l'ingenuità nell'utilizzo di certi strumenti apparentemente innocui come i social network ad esporci, se amministrati male. La privacy della povera Tiziana è stata distrutta primamente da se stessa. Senza volerlo, naturalmente, senza aspettarsi una simile eco, così tragica. E, purtroppo, il suo, non è un caso isolato”.

**Quanti casi tratta la sua azienda?**

“Numerosissimi, da tutta Italia. Non tutti sono estremi come quello di Tiziana: a volte si tratta di rimodellare un'identità digitale, altre volte dobbiamo intervenire per rimuovere contenuti infanganti. E in queste trappole digitali cadono anche molti minorenni. Nonostante siano sicuramente più padroni degli strumenti telematici, continuano a non essere consapevoli del mezzo. È come se fossero ottimi piloti al comando di un bolide, senza però conoscere il Codice della strada”.

**Tornando indietro, cosa avrebbe dovuto fare Tiziana per evitare questa lunga gogna?**

“Innanzitutto, agire subito, denunciando alle autorità. Poi, cercare subito un professionista se non una società intera (noi siamo in 35) che si occupi proprio di questo. La parola chiave, ripeto, è rapidità: il web è veloce quasi quanto il pensiero e i contenuti si espandono in tutto il mondo in minuti. Dovendo agire in pochissimo tempo per bloccarli, è necessaria anche una squadra che sia esperta nella tecnologia digitale e negli aspetti legali, che contatti i singoli domini. E che, soprattutto, lavori a contatto coi motori di ricerca. Google per antonomasia: unico vero demiurgo di queste istanze”.

**E se i motori di ricerca o i social network si rifiutano in un primo momento di cancellare i contenuti?**

“È quella la faccenda spinosa: un social network come Facebook, con 1.7 miliardi di utenti, è multinazionale. A quale Stato risponde? All'America, dove non esiste il diritto all'oblio? All'Italia, dove ha soltanto una sede commerciale? Il percorso è estremamente lungo. Per questo la via legale è importante ma non è la strada maestra”.

**In che senso?**

“È fondamentale che la giustizia e le autorità vengano interpellate, ma non si possono attendere i loro tempi fisiologici. Se la sentenza di un tribunale di rimuovere un video da cinque siti arriva dopo un mese, il tipo è breve per la vita reale ma, nel frattempo, il link in questione su internet sarà stato già duplicato centinaia di volte, se non migliaia. E si tornerà punto e accapo”.

**Non si può intervenire a monte, con una politica di autotutela?**

“Facebook ha già una policy propria, che rigetta contenuti porno. Ma il traffico di dati è talmente immenso, che non si può controllare tutto quotidianamente. Basti pensare a quel che sta succedendo in Germania in questi giorni, dove Mark Zuckerberg, fondatore e amministratore di Facebook, sia stato accusato di agevolare il razzismo sul suo social network. Anche Google ha dovuto prendere provvedimenti. Nel 2007, il suo algoritmo, che indicizza i contenuti della rete, è stato equiparato dalla Corte europea alla figura di un editore. Quindi è tenuto a rispondere a tutte le richieste di valutazione di un singolo link. In pochi mesi l'azienda ha dovuto mettere insieme uno squadrone multilingue per filtrare tutto. Una cosa quasi impossibile, se si pensa che in due anni ha dovuto vagliare più di un milione settecentomila url”.

**È qui che nasce la figura del reputation manager?**

“Sostanzialmente sì. Quella di reputation manager è una nuova professione, specializzata nel gestire le identità digitali di persone, di aziende e di servizi. Ogni cosa, oggi, ha una sua identità sul web: dai ristoranti agli hotel, dai medici

TUTTI

Inserisci parole chiave (facoltativo)

Cerca

**NECROLOGIE**

Per pubblicare un necrologio chiama il numero verde

Numero Verde  
**800 700800**

ATTIVO DA LUNEDÌ  
A DOMENICA DALLE  
ORE 10 ALLE ORE 21

[Ricerca necrologi pubblicati »](#)

**ILMIOLIBRO**



**Spedizione free su 30 mila libri**

Pubblicare un libro | Corso di scrittura

agli studenti, fino agli avvocati e alle multinazionali. Ormai si verifica tutto su Google. Se cerchiamo un fast food per la sera, leggiamo le recensioni degli utenti, se abbiamo bisogno di un ostello, valutiamo le stelline di feedback. E, in base ai contenuti che leggiamo, decidiamo se affidarci o meno ad un servizio. Questo ha sia un sfaccettatura positiva in fatto di trasparenza, che negativa, in ripercussioni”.

#### **Come?**

“Perché il web è un gigantesco pentolone dove nulla sparisce, ma tutto galleggia.

I contenuti legati a tutti noi, sono indicizzati sui motori di ricerca non in base al curriculum, ma in base ai fatti che più ci rappresentano in viralità. Se per esempio sei un ottimo studente, ma su Facebook gira una tua foto pubblica, vecchia ma iper-cliccata, in cui sei a divertirti e a bere con gli amici, quell'immagine sarà il primo contenuto che il motore di ricerca restituirà. E poco importa se il tuo status sia eccellente: la foto certamente peserà. Ed è qui che interveniamo noi: ricostruiamo e 'ripuliamo' le identità digitali per meriti, non per gossip o fatti imbarazzanti. Senza mentire, senza pubblicare cose false: semplicemente trasmettiamo ai server di ricerca le corrette informazioni.

Un'identità va gestita responsabilmente. Da qui viene lo stesso concetto di diritto all'oblio, nato quando un imprenditore spagnolo non riusciva più a crearsi una vita di lavoro perché anni prima aveva dovuto affrontare un pignoramento della propria casa. Col tempo si era ampiamente ripreso, ma ogni volta che provava a stipulare affari, i partner ritrovavano puntualmente sul web quella storia. E la sua reputazione, immediatamente calava”.

#### **E qual è la percentuale di successo di un reputation manager? Tiziana avrebbe potuto ricostruirsi un'identità digitale?**

“Le percentuali sono buone, risolviamo la maggior parte dei casi. Ma per questioni apicali come quello di Tiziana, la riuscita non è mai al cento per cento. Un video, magari, circolerà sempre, in maniera introvabile, su chissà quale server. La cosa fondamentale da fare, però, è staccare il proprio nome e cognome da un contenuto. Così, le ricerche su Google non collegheranno più un contesto all'altro. Questo però non vuol dire, attenzione, che i video indesiderati saranno cancellati ovunque. In sintesi, non saranno più indicizzati con tale facilità. E questo si può fare. La povera Tiziana, purtroppo, è stata inghiottita da un mondo di colossi, in cui si è sentita persa”.

#### **A tal proposito lei ha aperto uno sportello online, vero?**

“Sì, lo sportello 'web reputation': è un'iniziativa gratuita, diamo supporto a chiunque ci segnali un caso di reputazione digitale compromessa, o, semplicemente ci chieda consigli. Il servizio è attivo per Abruzzo, Lazio e Marche. Speriamo di diffonderlo anche nel resto d'Italia, d'intesa con gli enti locali”.

#### **Cosa consiglierebbe ad un giovane per la sua attività “social”?**

“Di essere tranquillo e sereno, ma di ricordarsi sempre che Facebook non è il salotto di casa propria. Tutt'altro: è un luogo pubblico, dove ogni stanza comunica con le altre. E quando un domani cercherà un lavoro, le aziende controlleranno tutto. Soprattutto la sua reputazione in rete. E una goliardata postata con tanto di foto o video, potrebbe risultare compromettente. Basta semplicemente un po' di discernimento. Avere un'identità digitale significa saper essere trovati in maniera giusta. Non averla, nel mondo d'oggi, sarebbe una cosa senza senso. Occorre dunque gestirla con la stessa cura con cui tuteli le nostre informazioni personali o documenti”.

---

 [diritto all'oblio](#) [social](#) [facebook](#) [tiziana](#)

© Riproduzione riservata

06 novembre 2016