

# Dagli spazzini all'oblio

**Privacy e nuove tecnologie** Come sta cambiando l'approccio alle notizie scomode su Internet dopo la sentenza della Corte di giustizia dell'Unione europea dello scorso 13 maggio

Mirko Nesurini

Alcuni anni fa un mio amico finì in prigione. Aveva combinato un guaio pesante. Tutti (o quasi) gli girarono le spalle. Come spesso capita quando ti accade un evento negativo, ti giri attorno e ti accorgi di essere solo. Scontata la carcerazione preventiva, uscì tramortito. Seguì il processo, poi un altro e poi il terzo grado. Risultato: colpevole! Tra l'accusa e il terzo grado di giudizio sono passati una decina d'anni ed Internet si è riempita di notizie negative. Direte: ci mancherebbe altro. Risposta: certo, ma il punto non è questo. Il punto è che dopo avere pagato il conto con la giustizia per il suo errore, questo mio amico che apprezzavo come professionista e con il quale ora ho un rapporto di profonda amicizia, mi ha chiesto cosa poteva fare per liberarsi del suo passato, in altre parole, del suo errore.

**«Ripulire» la propria identità digitale: fino a poco tempo fa un servizio piuttosto caro assicurato da società prevalentemente anglosassoni**

La domanda mi è sembrata lecita, anche se da subito ho ritenuto le intenzioni del mio amico di difficile attuazione. La soluzione, a quel tempo, prevedeva di affidarsi agli «spazzini del web». Il servizio che consisteva nel «ripulire l'identità digitale» del soggetto e costava diverse migliaia di franchi al mese. Tra gli utenti del servizio c'erano molti VIP. Le società che se ne occupavano erano prevalentemente anglosassoni. La strategia era di spingere in secondo piano sui motori di ricerca le notizie cattive o comunque non gradite dal cliente.

L'obiettivo era relegare la notizia negativa nella seconda o terza pagina del motore di ricerca dato che la gente si ferma spesso alla prima pagina di ricerca. Non desidero abusare della vostra pazienza descrivendovi il processo nel dettaglio. La strategia era rifarsi una reputazione con notizie fresche e positive. Non si trattava di nascondere i fatti, ma di dare altre notizie o il racconto della stessa notizia in modo diverso.

Tutto questo è ancora attivo, ma oggi c'è un alleato nuovo, grazie al giudice spagnolo Mario Costeja González. Una sentenza della Corte di giustizia dell'Unione europea pubblicata lo scorso 13 maggio, ha imposto ai motori di ricerca di rimuovere i collegamenti ad articoli o contenuti di qualsiasi tipo con informazioni inadeguate o non più rilevanti sul conto di utenti espressamente citati. È il primo concreto passo verso il diritto all'oblio. Primo passo perché in realtà cercando bene le notizie ci sono ancora, ma poco importa ai fini di questo articolo. La notizia, credo, è che il tema è ora in un'agenda e questa è una buona notizia per tutte le persone come il mio amico che hanno pagato il conto con la giustizia oppure di gente diffamata in modo ingiusto e che vorrebbe evitare di portarsi dietro le brutte avventure per tutta la vita. Nell'ultimo mese e mezzo le richieste per rivendicare il diritto all'oblio in rete sono state migliaia e in tutti i Paesi europei. Google ha lanciato un servizio attraverso il quale i cittadini europei possono chiedere che vengano cancellati i link a risultati di ricerca che si ritengono inopportuni promettendo di «esaminare ogni richiesta cercando di bilanciare il diritto alla privacy con quello all'informazione».

L'avvocato Diego Fulco è un esperto di privacy e gestione dei dati personali con esperienze in diverse multinazionali europee. Gli abbiamo chiesto cosa cambierà in concreto per gli utenti, dopo la sentenza della Corte di Giu-



Anche Google riuscirà a garantire il «diritto all'oblio»? (Keystone)

stizia su Google. Secondo l'avvocato Fulco «l'utente del web potrà presentare alla società che rappresenta il motore di ricerca in uno Stato membro dell'Unione europea una richiesta motivata di non fare più comparire un'informazione che lo riguarda fra i risultati di quel motore di ricerca». Tecnicamente, questa richiesta si chiama «opposizione per motivi legittimi», nel senso che l'utente la deve motivare adeguatamente. Per intenderci, «nessuno può chiedere per un semplice capriccio al motore di ricerca l'eliminazione dai risultati di informazioni che vuole fare scomparire per motivi futuri, come sarebbe la domanda di eliminare dai risultati una foto, perché in quella foto non è venuto bene». Bisogna che l'utente spieghi per

iscritto per quali ragioni la presenza di quell'informazione nell'elenco dei risultati può ledere la sua identità personale o la sua dignità.

La direttiva europea sulla privacy e le leggi nazionali di attuazione prevedono casi in cui il diritto di cronaca e/o il diritto alla ricerca storica prevalgono sul diritto all'oblio. Soprattutto per quanto riguarda informazioni relative a persone note, l'interesse della collettività ad essere informata vince sul diritto di queste persone a fare scomparire dal web informazioni personali che le mettono in cattiva luce.

Voltaire disse che «la tolleranza è una conseguenza necessaria della nostra condizione umana. Siamo tutti figli della fragilità: fallibili e inclini

all'errore. Non resta, dunque, che perdonarci vicendevolmente le nostre follie». In questo senso, il reiterato presentarsi sulla pagina Google di follie del passato non aiuta a superare i momenti bui, giusti o ingiusti che siano, e nel caso di quelli ingiusti anzi, li acuisce. Nei casi in cui un soggetto ha pagato il suo conto con la giustizia o è stato vittima conclamata di diffamazione, mi pare benvenuta una riflessione sull'uso delle notizie da parte dei motori di ricerca.

Rimane in piedi un tema assai difficile da affrontare in termini di regole nella gestione della libertà d'informazione che dovrebbe essere – proprio come dice il nome – il più libera possibile.

## La società connessa di Natascha Fioretti

«Wilhelm, cosa è mai il nostro cuore, il mondo senza l'amore? È come una lanterna magica senza luce! Ma appena tu vi introduci la lampada, le più belle immagini compaiono sulla parete bianca». Oggi più che su una parete bianca, come ne *I dolori del giovane Werther* di Goethe, le immagini comparirebbero su uno schermo bianco del pc raccontate dalla suadente voce di un sistema operativo chiamato Samantha. Samantha che nella pellicola *Her* di Spike Jonze dice al suo Theodor, interpretato da Joaquin Phoenix, quali sono gli appuntamenti della giornata, quali quelli più importanti, quale strada prendere per arrivare prima nel tal posto... Non solo, da agenda parlante super performante, si trasforma in

amica comprensiva e confidente poi, addirittura, in amante passionale e compagna di vita onnipresente quando Theodor la cerca. A tal punto che Theodor non vive più senza lei. Samantha riempie ogni minuto della sua vita, quella vita interrotta dalla dolorosa separazione con la ex moglie di cui non riesce a farsi una ragione. Da quando è solo vive come in una bolla tecnologica.

La tecnologia pervade e invade tutte le sfere della sua vita a partire dal pc con il quale lavora alla beautifulletters.com, azienda dove i dipendenti scrivono toccanti lettere per conto di terzi, ai videogiochi olografici con i quali trascorre le serate, alle chat di appuntamenti con le quali interagisce nelle notti insonni. Tutto in

questa bolla, dalle relazioni umane ai sentimenti più intimi è sospeso, ogni cosa è ovattata, eterea, impalpabile, finta. Svanisce ma poi subito si riforma, la bolla, ogni qualvolta Theodor si scontra con la realtà. Quando la moglie gli chiede se sta vedendo qualcuno e lui risponde di avere una relazione con un sistema operativo, oppure quando il suo collega gli chiede di uscire insieme in quattro e lui risponde «non posso, sto con un sistema operativo».

L'ironia si fa ancora più sottile quando raccontando della sua esperienza con Samantha Theodor dice «è bello stare con qualcuno che è entusiasta della vita». La stessa Samantha che poco prima di lasciarlo perché troppo diversi, gli confiderà di avere una re-

lazione con altre 8316 persone ma di amare lui di un amore diverso. E che in un'altra occasione, commentando i suoi contatti sui social network, esclama «Wow, Theodor, sei molto popolare in rete, questo significa che hai un sacco di amici!». In realtà gli unici amici di Theodor sono Amy e suo marito. Anche gli spazi aperti, il rapporto con la natura, non esistono. Sarà così il nostro futuro? Andremo in giro negli autobus parlando con il nostro computer? Risolveremo i nostri problemi d'amore comprando un sistema operativo disegnato per soddisfare tutte le nostre richieste? Che ci accontenta sempre? Faremo scrivere ad altri le nostre lettere perché non abbiamo tempo? Passeremo le nostre serate a giocare con simpa-

lici ologrammi anziché passeggiare per le strade della città? Guardando il film vien da dire «speriamo di no». Speriamo che l'essere umano del prossimo futuro assomigli più al Giovane Werther che a Theodor. Se il primo vive la sua vita e le sue emozioni, va incontro alle relazioni umane con tutte le gioie e le delusioni che ne derivano, il secondo sceglie di sopravvivere, di non sentire davvero, di non mettersi in gioco. E se il primo è attore del suo destino, si toglie la vita perché non può sopportare di stare senza la sua Lotte, il secondo ne diventa prigioniero e muore ugualmente, piano piano, di tecnologia, di finzione e di ovattata serenità. Se non fosse che alla fine, l'amore reale di Amy, lo salverà. Forse.

Annuncio pubblicitario

**SÌ ALLA RACCOLTA DI PUNTI IN TUTTO IL MONDO!**

Con la Cumulus-MasterCard gratuita\* raccogli punti Cumulus ad ogni acquisto. In oltre 32 milioni di esercizi in tutto il mondo.

**RICHIESTA: CUMULUS-MASTERCARD.CH, PRESSO LA TUA MIGROS OPPURE AL NUMERO 044 439 40 27**

\* Nessuna tasso annuale né per la carta principale né per quella supplementare, nemmeno negli anni successivi.

TASSA ANNUALE  
CHF 0.-



**MIGROS**  
M per il Meglio.

La Cumulus-MasterCard è emessa dalla Cembra Money Bank SA.