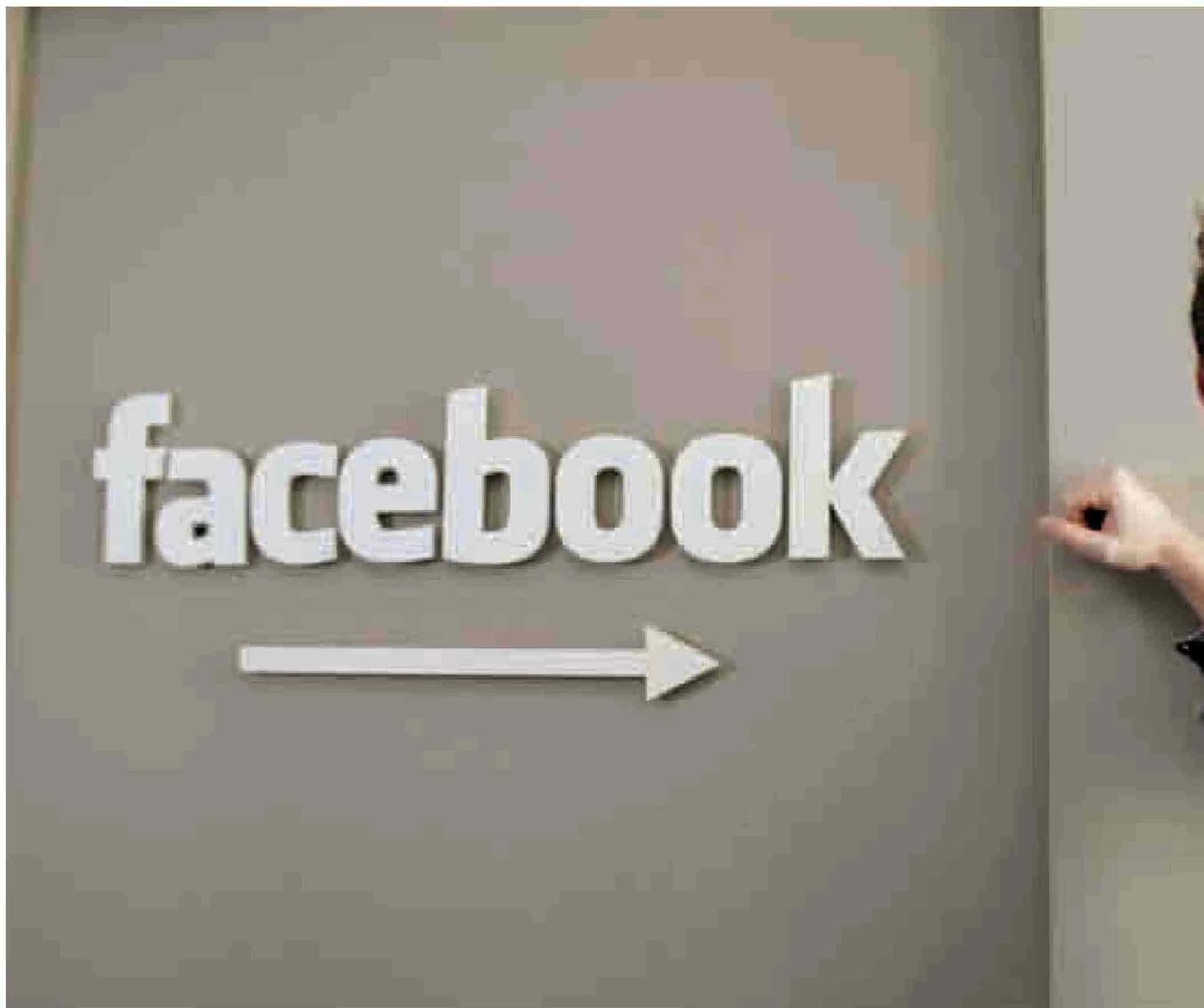


CULTURA

LA QUESTIONE VIRTUALE



# Non sorridere sei su facebook

Piano con gli account, i post e i tag. Chissà che non ci sia un giudice o un avvocato (o un amico) pronto a inchiodarti agli errori del tuo Io digitale. E poi perché un'azienda che prospera sui dati degli utenti dovrebbe difendere la tua privacy?

*«Questo paese non somigliava a nessun altro paese del mondo. (...) Nelle strade, un'allegria, un chiasso, uno strillio da levar il cervello! Pinocchio, Lucignolo e tutti gli altri ragazzi si ficcarono subito in mezzo alla gran baronada, diventarono gli amici di tutti. Chi più felice, chi più contento di loro? Intanto era già da cinque mesi che durava questa bella cucagna, quando una mattina Pinocchio, svegliandosi, ebbe, come si suol dire, una brutta sorpresa che lo mise proprio di malumore...».*  
(Carlo Collodi, Le Avventure di Pinocchio)

**P**AOLA È UNA RAGAZZINA COME TANTE: più o meno diligente, mediamente annoiata, frequenta la seconda liceo scientifico a Bologna. Lì c'è Maria, una bidella di mezz'età che un po' consola gli studenti quando vengono spediti dal preside, un po' li rimprovera se fumano in bagno, e si

SEAN PARKER, IL COFONDATORE SCONOSCIUTO

Il lato oscuro della forza (del network)

**Sean Parker è considerato un oracolo del web.** Ombroso, sfuggente, geniale, refrattario ai giornalisti. Non viene istantaneamente associato a quello che oggi è il più importante social network del mondo, eppure ha avuto un ruolo cruciale nella sua creazione. David Fincher lo ha inserito nel film *The Social Network*. È impersonato da Justin Timberlake (scelta curiosa, dato che l'attore somiglia più a Mark Zuckerberg che a lui). Parker capita su Facebook nel 2004, per caso, e capisce che quello è il futuro. Scrive un'e-mail all'ideatore, Zuckerberg, e inizia una collaborazione molto proficua. *Vanity Fair* nell'edizione Usa di ottobre ha tracciato un lungo ritratto di Sean. Matt Cohler, vicepresidente di Facebook, spiega a *Vf* che «Napster (uno dei primi programmi per lo scambio di file tra utenti, ndr) e Facebook sono tra le più importanti imprese della storia del web, e in entrambi i casi Parker le ha scovate prima di chiunque altro, capendone il potenziale meglio di chi le aveva inventate». Parker è stato costretto a lasciare Facebook dopo essere stato arrestato per possesso di cocaina. Una storia mai chiarita, che lo ha gettato nell'ombra. Oggi collabora ancora con Zuckerberg, ma in veste informale, conservando una quota percentuale dell'azienda. La piccola quota di allora è oggi un grosso patrimonio. Chiosa *Vf*: «Se non avesse aderito all'idea di Zuckerberg, nell'estate del 2004, quando la neonata Facebook aveva solo cinque mesi, il servizio quasi certamente non sarebbe il colosso che è oggi». [cs]

I fondatori di Facebook Sean Parker (a destra) e Mark Zuckerberg (a sinistra)



THE SOCIAL NETWORK L'epopea di Mark Zuckerberg

*The Social Network* è il film sulla storia di Facebook e del suo inventore Mark Zuckerberg che sarà nelle sale italiane dal 12 novembre. Mark Zuckerberg non ha voluto incontrare lo sceneggiatore Aaron Sorkin: si è limitato a leggere il testo quando era già finito e a riconsegnarlo pieno di appunti e annotazioni.



dispiace se a quindici anni non sono in grado di farsi una fotocopia da soli. Un martedì mattina Maria è chinata sul pavimento, in una posizione buffa: Paola prende il cellulare e scatta una foto. Poi la pubblica su Facebook e fonda il gruppo "Tutti quelli che odiano la bidella Maria". In classe è un modo di passare il tempo: il gioco si trasforma in una gara di battute. Mano a mano aderiscono studenti in tutta la scuola e la bacheca dell'ignara bidella si riempie di commenti tipicamente adolescenziali: alcuni scherzosi, altri pesanti. «Ma se Maria va su internet e ci scopre?», azzarda qualcuno. «Ma va', figurati se ha l'Adsl e sa usare il computer...». Dopo una settimana, una madre infuriata sventola una raccomandata e un avviso di giacenza: l'odiata bidella ha mandato una richiesta di risarcimento danni tramite il suo avvocato, e minaccia

una querela. Diffamazione aggravata, punibile con la reclusione fino a tre anni o una multa non inferiore a 516 euro.

«Per una persona comune, il danno derivante da una diffamazione a mezzo internet può sfiorare anche i cinquemila euro, ma la cifra può essere superiore se l'offesa è grave e visibile a una pluralità di persone». Come, ad esempio, i 500 milioni di iscritti al più grande social network del mondo. «Le nostre regole hanno faticato a prendere le misure con le nostre nuove identità vitaminizzate dall'informatica, persino la buona educazione o la distinzione tra il lecito e l'illecito (prima che sia reato) hanno dovuto aggiornarsi in fretta, mentre le leggi e le sentenze imparavano a declinarsi nel nuovo mondo. Perché l'assenza di materialità non coincide affatto con l'assenza di responsabilità: anche nel mondo intangibile della rete

si finisce per farsi, o fare, del male». L'avvocato Marisa Marraffino ha seguito diversi tra i primi casi in Italia in cui i comportamenti digitali si sono tradotti in conseguenze penali per i loro autori. Da queste esperienze è nato *Come non perdere il lavoro, la faccia e l'amore al tempo di Facebook (Cantagalli)*, un vademecum per chi non ha mai solcato l'aula di un tribunale, ma entra in Facebook tutti i giorni. C'è la ragazza che all'insaputa della madre clona con le amiche il profilo del suo cantante preferito e finisce querelata. C'è il quarantenne in crisi che per sentirsi ancora giovane si inventa un profilo fittizio e intreccia nuove amicizie virtuali, ma alla lunga finisce per tradire davvero ed essere scoperto dalla moglie. C'è la dipendente che viene licenziata perché pizzicata a svagarsi con social network e chat nei giorni di permesso per malattia. ▶

CULTURA LA QUESTIONE VIRTUALE

TUTTO IL MONDO È PAESE, ANCHE IL WEB

Intanto il "popolo della rete" si è dissolto

**Catalogare per tendenze politiche** la galassia di Facebook è complicato. Ad aiutare in questa impresa è la Swg di Trieste, che a fine 2009 conduce una ricerca (citata nel libro-inchiesta *I nemici della rete*) su motivazioni e comportamenti dei frequentatori italiani dei social network, scoprendo una serie di fatti sorprendenti e non ininfluenti. Il 76 per cento degli iscritti intervistati dalla Swg dice di usare «molto» o «abbastanza» Facebook e gli altri social network per «condividere informazioni». Cosa significa? Lo sa bene chi ha parecchi contatti: spesso gli iscritti non postano solo i pensieri personali («che sonno», «non ho voglia di lavorare») ma anche articoli di giornali online e blog che trovano in giro per la rete. Risultato: se una persona ha "amici" coi suoi stessi interessi, aprendo la pagina di Facebook si trova pronta una sorta di rassegna stampa, una selezione di articoli e video adeguata a quel "consumo playlist" che è proprio della generazione di internet, con in più la possibilità di commentare e discuterne con gli altri. Nel mare delle informazioni, insomma, i propri contatti sul social network svolgono una funzione di filtro e selezione, e quindi, indirettamente, di opinion marketing. Ancora più interessante è scoprire che, alla fine, tra gli iscritti a Facebook, in Italia, il 39 per cento si definisce di destra o di centrodestra, il 37 per cento di sinistra o centrosinistra. Sono più o meno le percentuali che escono dalle urne. A conferma che il presunto "popolo della rete" scollato dal paese non esiste più. [cs]

L'INDAGINE



**I NEMICI DELLA RETE**  
A. Di Corinto  
A. Gilioli  
Rizzoli  
11,50 euro



VADEMECUM



**COME NON PERDERE... AL TEMPO DI FACEBOOK**  
M. Marraffino  
Cantagalli  
13,50 euro

Qui sopra e sotto, due schermate di Facebook. Il più famoso social network del mondo conta ormai oltre mezzo miliardo di iscritti. Non a caso scrittori e registi hanno iniziato a metterlo al centro delle loro storie



CATFISH

La comunicazione e le sue trappole

Presentato al Sundance Film Festival 2010 e realizzato con un microbudget, in sole tre settimane ha già incassato oltre un milione e mezzo di dollari. *Catfish* è un originale mix tra documentario e thriller. Obiettivo? Mostrare come i social network possono generare seri difetti di comunicazione. La regia è di Henry Joost e Ariel Schulman.

► Le querele sporte per colpa di Facebook sono numerosissime. Poche sfociano in una sentenza, ma i procedimenti aperti sono centinaia. E anche i giudici, racconta la Marraffino a *Tempi*, stanno imparando termini come "taggare" (la funzione etichetta che gli utenti possono apporre sulle fotografie pubblicate) dato che in tribunale si ritrovano come prove e-mail intercettate, schermate web, dialoghi in chat. Occorre quindi attrezzarsi con molta, molta prudenza. Perché gli amici possono, all'occorrenza, trasformarsi in nemici. «Immaginiamo per un attimo di avere sedici anni e di uscire una sera: fotografiamo un nostro amico ubriaco e "postiamo" la foto su Facebook. Se tra dieci anni il nostro amico non sarà assunto (o sarà licenziato) proprio a causa di quella foto, potrebbe citarci per danno d'immagine». Assurdo? Lo è. Eppure è capitato qualcosa del genere lo scorso anno. Due amici non proprio adolescenti passano la serata in un night club, ma uno dei due, per evitare discussioni, evita di dirlo alla moglie. L'amico goliardo pubblica su Facebook una foto ricordo della serata. E la moglie dell'al-

tro avvia le pratiche per il divorzio. La regola d'oro? «Evitare di apparire eccessivamente». Non pubblicare foto di bambini. Non scrivere mai l'indirizzo di casa, se non si vuole finire come una coppia di Monza che, dopo aver pubblicato un album intitolato "La nostra nuova casetta", ha annunciato, sempre via social network, l'imminente partenza per due settimane di vacanza. Al ritorno, la sorpresa: "la nostra nuova casetta" era stata completamente svaligiata.

Programmini che rubano le identità

Il problema della privacy, delicatissimo, va ovviamente oltre il penale e chiama in causa la coscienza tecnologica di un'intera generazione. Anche perché quando ci si iscrive a un social network si sottoscrive un vero e proprio contratto d'uso: si dichiara di essere personalmente responsabili dei contenuti messi in rete. Soprattutto, si concedono ai signori del network una serie di licenze, come quella di utilizzo e gestione dei dati sensibili volontariamente inseriti nel portale. Quei dati vengono utilizzati non a fini divulgativi, ma commerciali: è il modo in cui Facebo-

ok si finanzia, è il motivo per cui il suo fondatore è miliardario. Fa parte del gioco, e lo si deve accettare dall'inizio.

Più grave è quando questi dati circolano liberamente non solo all'interno di Facebook, ma anche al di fuori, tramite applicazioni (giochi, test) ospitate dalla piattaforma, ma di cui la piattaforma non si ritiene penalmente responsabile. Recentemente il *Wall Street Journal* ha scoperto che parte delle 550 mila applicazioni di Facebook inviano illegalmente dati personali dei loro iscritti (anche quelli con account impostati al massimo livello di privacy) ad agenzie pubblicitarie e società di raccolta dati internet. Interpellato dal quotidiano americano, un portavoce di Facebook ha ammesso l'esistenza del problema e ha promesso che l'azienda cercherà di contenerlo introducendo nuove tecnologie. La questione non è nuova, ma ha fatto scalpore perché la normativa sulla privacy era già stata resa, nelle intenzioni, più garantista.

Quali sono le misure di sicurezza adottate dal social network per il trattamento dei dati? Al momento, bisogna accontentarsi di ciò che c'è scritto sulla pagina ufficiale dell'iscrizione: «Facciamo il possibile per proteggere le tue informazioni». Ma per ora non basta neanche cancellare l'account: i motori di ricerca infatti rilevano il materiale immesso in rete anche dopo il "suicidio" del proprio profilo. E il Garante della privacy può intervenire soltanto qualora il motore di ricerca abbia una sede anche in Italia. Di fatto non esiste, a oggi, nemmeno una piena tutela del diritto all'oblio.

Chiara Sirianni