

Ma anche se la accoglie, la notizia non cessa di esistere: al massimo sparisce il link all'articolo del quotidiano che ha raccontato il vostro furto, nei motori di ricerca europei. Ma chiunque può consultare la voce che vi riguarda nell'archivio del quotidiano, in una biblioteca pubblica oppure, più semplicemente, in un sito americano, o cinese, o australiano. E allora?

Tutte queste cose, e molte altre ancora, le apprendiamo nell'accurato e utilissimo 'La tentazione dell'oblio', scritto da Andrea Barchiesi e pubblicato da Franco Angeli. Sottotitolo: 'Vuoi subire o costruire la tua identità digitale?'. Tesi di fondo: l'oblio è una strategia difensiva frettolosa e di corto respiro, un po' come nascondere lo sporco sotto il tappeto. Meglio, per i personaggi pubblici, per le aziende e per le istituzioni (ma anche per noi comuni mortali), usare la Rete in maniera consapevole e con molto autocontrollo, monitorare con costanza i dati che ci riguardano e, soprattutto, affidarci all'ingegneria reputazionale.



Non c'è oblio nella Rete

Mettiamo che, un tempo, vi sia capitato di rubare la marmellata. Mettiamo che qualcuno vi abbia sorpreso con le dita nel barattolo. Mettiamo che, crescendo, abbiate fondato ospedali nei Paesi in via di sviluppo, creato multinazionali, vinto il Nobel per la pace. Quel furto giovanile di marmellata però resta. Oggi, in base alla normativa europea, potete appellarvi al diritto all'oblio e chiedere che vengano rimossi dal web i dati pregiudizievoli alla vostra reputazione. È una strada praticabile? Fino a un certo punto: se c'è di mezzo il diritto di cronaca, potete fare poco o niente. Comunque sta al motore di ricerca, Google e simili, decidere se accogliere la vostra richiesta.

Andrea Barchiesi sa di che cosa parla: ingegnere elettronico prestato al marketing e alla comunicazione, è uno dei massimi esperti in Italia di analisi e gestione della reputazione digitale e web intelligence. E dal 2004 con Reputation Manager, la società di cui è fondatore e ceo, ha gestito centinaia di profili di personaggi pubblici, istituzioni, aziende e prodotti. A questa attività imprenditoriale Barchiesi affianca la direzione scientifica del primo master italiano in reputation management dell'università Iulm di Milano, la consulenza per la comunicazione digitale al ministero della Salute e l'ideazione del programma di Sky 'Reputescion. Quanto vali sul web'.