

COSÌ SI COSTRUISCE UNA NUOVA REPUTAZIONE

Sempre più diffusi i database, come World-Check, che raccolgono articoli su persone chiave per tagliare ogni relazione rischiosa. E il 'credito' acquisito diventa licenza per operare

La reputazione è da sempre una licenza morale ad operare nella società civile. Prima locale nelle comunità, poi globale con il digitale. Chi perde la reputazione, sia essa una persona o una società, perde la possibilità di operare. Pensate a Credit Suisse, o ad una banca in generale, nel momento in cui si diffonde la percezione che sia a rischio avviene la fuga di capitali e la speculazione finanziaria. Ed ecco che si avvera la profezia. O il caso Johnny Depp: appena viene accusato dalla moglie Amber Heard di violenze, in un attimo perde ogni contratto e possibilità futura. Diventa letteralmente impresentabile. Il suo lungo processo giudiziario mediatico non era per vincere un risarcimento ma per riabilitare la propria reputazione, per riavere la licenza morale. E per questo doveva essere necessariamente mediatico.

Detto ciò, oggi, siamo di fronte a una nuova evoluzione: da licenza morale (quindi concettuale) sta diventando licenza fisica (strutturale). Che cosa significa tutto questo in pratica? Sono nati sistemi che registrano i contenuti online e a beneficio di banche e aziende riportano eventuali problemi reputazionali. Chi ci finisce, persona o azienda, potrebbe veder chiusa ogni possibilità di rapporto. Per anni. La frase va riletta con calma per capirne l'impatto nel mondo reale. Immagino possa sembrare assurdo o che non abbiate sentito nulla di tutto ciò. Questo per una ragione molto semplice, è il tipico fenomeno di cui ti accorgi solo se finisci nel suo radar. E quando accade le conseguenze sono devastanti.

Perché sono nati questi sistemi? Perché è la società che è cambiata e con essa le sue sensibilità, pensiamo ad esempio all'attenzione ai valori Esg. Le regole si sono fatte più stringenti e così anche le normative. Questo porta a un cambio di paradigma: la fisicità della reputazione. Nascono così per rispondere a questi nuovi livelli di sensibilità etica i database di profilazione e risk intelligence. Ne esistono decine in tutto il mondo. Il loro obiettivo è mappare e tracciare tutte le informazioni uscite su aziende, politici, executive,

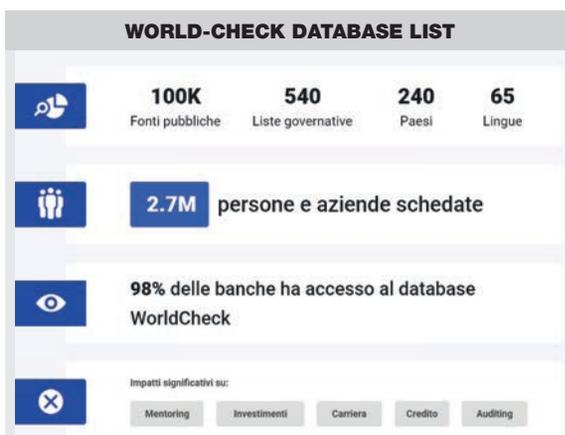
personaggi pubblici, chiunque entri nei media. Questi sistemi però operano automaticamente e senza appello. La reputazione quindi diventa licenza fisica e non più solo morale.

Uno dei più conosciuti, diffuso in tutto il mondo, è World-Check. È la più grande banca dati al mondo, nata dopo l'attentato alle Torri Gemelle, e contiene informazioni di oltre 2 milioni di persone. World-Check estrapola e aggrega contenuti su 100mila fonti in 240 Paesi nel mondo e in 65 lingue diverse. Tutte queste informazioni, che possono andare dalle notizie di cronaca a sensibili informazioni finanziarie, costituiscono la fonte dati per elaborare un indice di rischio, messo a disposizione di banche, aziende, agenzie private ma anche governi e servizi di intelligence. World-Check non è l'unico strumento di questo tipo: LexisNexis, Aida, Lextenso, Experian sono alcuni nomi, ognuno con una specializzazione geografica

o tematica. LexisNexis supporta le agenzie governative nella creazione di dossier su frodi, dati sanitari e furti di identità. Sanction Scanner invece si occupa di anticiclaggio. Gli ambiti sono diversi, la conseguenza la stessa: la presenza del proprio nome in queste banche dati può chiudere ogni relazione. Rappresenta un fattore di rischio non indifferente. Da un giorno all'altro,

un'azienda potrebbe trovare i propri conti bancari bloccati. Società importanti non possono operare all'estero per degli articoli presenti in Rete.

A complicare il tutto ci sono due grossi problemi legati a questi nuovi sistemi. Il primo: i dati non sono verificati e non sono aggiornati. Sono articoli. Una notizia di indagine o un'accusa restano per molti anni senza traccia di un eventuale nulla di fatto. Il secondo: i database hanno sede in Paesi diversi, ognuno con le proprie regole. Il Gdpr non si applica alle aziende svizzere, ad esempio. Ad oggi, anche se sussistono i requisiti per il diritto all'oblio, è difficile che World-Check accetti la rimozione di un contenuto. E il diritto all'oblio non si applica per le aziende ma solo per le persone. Il comunicatore è chiamato quindi a nuove sfide, a gestire queste realtà complesse in cui una crisi resta per sempre e non basta più passare la nottata. Questi sistemi non dimenticano. Che fare? Analizzare la Rete perché quella è la fonte, verificare i fornitori, anticipare il problema avendo un quadro chiaro e smontare tutto quello che può essere smontato prima che diventi un blocco. Benvenuti nella quarta dimensione della comunicazione.



di ANDREA
BARCHIESI