

PERCHÉ SPARIRE È QUASI IMPOSSIBILE

JUAN CARLOS DE MARTIN

IL WEB è un luogo strano. Porzioni considerevoli, infatti, scompaiono quotidianamente a causa di domini non rinnovati, siti che cadono in disuso, cancellazioni accidentali. In ambito giuridico, per esempio, oltre il 70% dei link citati dalla importante rivista scientifica *Harvard Law Review* non funzionano più e la stessa cosa vale per circa il 50% del link inclusi nelle sentenze dalla Corte Suprema americana. Allo stesso tempo, però, il web può avere una memoria eccezionalmente persistente: alcuni contenuti, infatti, possono rimanere online anche quando ci sono motivi gravi e pressanti a favore della loro rimozione, come nel tragico caso di Tiziana.

Come è possibile che i contenuti online possano essere in alcuni casi molto inclini a scomparire anche quando sono informazioni utili e importanti e in altri casi così persistenti da indurre una persona a commettere addirittura il suicidio?

Dipende innanzitutto dagli esseri umani: se alcuni contenuti restano online nonostante tentativi fondati di rimozione è perché ci sono persone che — per morbosità, superficialità o ignoranza — continuano a ripubblicarli. E allo stesso tempo se contenuti utili e importanti spariscono è perché non ci sono più persone che se ne prendono cura: l'azienda è fallita, il professore ha cambiato università, il progetto è finito, e non c'è più nessuno che aggiorni il software, che faccia copie di sicurezza, che si assicuri che il computer sia acceso.

A questo dato di fondo — la volontà di esseri umani — si aggiunge poi un dato tecnico: la differenza tra il web, ovvero i siti web tradizionali, e le piattaforme, come Facebook e YouTube. I contenuti online che scompaiono sono in genere siti web tradizionali e i siti richiedono una cura costante. A partire dal nome di dominio (come, per esempio, *www.repubblica.it*), che qualcuno deve ricordarsi di rinnovare sistematicamente ogni anno, per arrivare all'aggiornamento del software e dell'hardware del computer dove risiede fisicamente il sito. Inoltre pubblicare sui siti tradizionali, benché oggi sia molto più intuitivo che in passato, non è comunque facile e immediato come nel caso delle piattaforme.

I contenuti che si vorrebbe rimuovere sono invece spesso ospitati dalle piattaforme. Le piattaforme sono centralmente gestite

da grandi aziende che garantiscono elevate prestazioni, grande affidabilità e ottima facilità d'uso. Quindi ripubblicare un contenuto è molto facile, molto spesso basta un clic, anzi, è deliberatamente progettato affinché basti solo un clic: è la pubblicazione di contenuti da parte degli utenti, infatti, la linfa che fa vivere piattaforme come Facebook. Quindi da una parte è molto facile pubblicare, ma dall'altra parte per rimuovere un contenuto occorre per forza rivolgersi al proprietario della piattaforma, il quale — se attento alla libertà di espressione — dovrà porsi il problema di determinare se la richiesta di rimozione è legittima, allungando così i tempi.

Una combinazione molto favorevole, purtroppo, alla permanenza online — soprattutto a causa delle ripubblicazioni — di contenuti che dovrebbero invece legittimamente scomparire.

Una prima soluzione al problema potrebbe essere tecnologica: i contenuti digitali, infatti, possono essere riconosciuti da una sorta di impronta digitale elettronica. Le piattaforme usano già algoritmi in grado di riconoscere le impronte digitali di *file* audio e video per tutelare il diritto d'autore. La stessa tecnologia potrebbe essere utilizzata per bloccare immediatamente anche altri tipi di contenuti dichiarati illegittimi da un giudice, come i video del caso di Tiziana. L'efficacia sarebbe probabilmente limitata alle principali piattaforme, che sono tecnologicamente più avanzate, ma sarebbe comunque un passo in avanti.

Ma non possiamo accontentarci della tecnologia. Come abbiamo detto, infatti, sono gli esseri umani la causa ultima sia del web che si inabissa, sia di quello che rimane ostinatamente — e dolorosamente — online.

E allora dobbiamo concentrarci sulla educazione delle persone, in particolare per far capire a tutti che pubblicare implica assumersi delle responsabilità. Può sembrare un semplice clic, ma dietro ci può essere una persona, con una famiglia, degli amici, un lavoro. Riusciamo a vederla, quella persona? Riusciamo a immaginare cosa le stiamo facendo con quel clic? In parte è una questione di educazione digitale, certo. Ma alla fine è soprattutto questione di educazione e basta, senza aggettivi.