

# “INGEGNERIA REPUTAZIONALE”: LA REPUTAZIONE “FALSA” CHE SI COMPRA E SI VENDE, SPESSO A NOSTRA INSAPUTA, CON RISCHI STRAORDINARI

...

- A. **La proliferazione – sia online, sia offline – della cosiddetta “ingegneria reputazionale”** cioè la reputazione gonfiata (a proprio favore) o depressa (in danno altrui) ad arte, su misura e su ordinazione, per fini illeciti che, ostacolando la ricostruzione della vera identità personale, costituisce una forma di **“riciclaggio identitario della persona”**. Ciò è quanto risulta – a mero titolo esemplificativo e non esaustivo – dall’[articolo La Repubblica.it Recensioni false, Amazon fa causa a più di 1.000 utenti](#) *Commenti ingannevoli e non autentici a pagamento da parte di utenti anonimi che postavano col nome John Does.*

Di seguito si trascrivono alcune frasi estratte dal citato articolo: ... *Il gruppo di Jeffe Bezos ritiene che la reputazione del suo marchio sia stata danneggiata da “recensioni false, ingannevoli e non autentiche” pagate da venditori per cercare di rendere più attraenti i propri prodotti. ... Nella denuncia Amazon chiama in causa 1.114 “John Does”, l’equivalente dei nostri “Mario Rossi”: persone anonime che si sarebbero fatte pagare un minimo di 5 dollari per ogni finta recensione. ... “Sebbene in piccolo numero, queste recensioni rischiano di minare la fiducia che i clienti e la stragrande maggioranza di venditori e produttori ripongono in Amazon offuscando in questo modo il marchio” della società. Il problema non riguarda solo Amazon, ma coinvolge diversi big di internet ... Uno fra tutti TripAdvisor, che proprio per questo a fine 2014 si è visto comminare una multa da mezzo milione di euro dall’Antitrust italiano, poi annullata dal Tar ....*

- B. **La proliferazione, sia online, sia offline, incontrollata di rating reputazionali falsi** – intesi quali dati diversi dai dati sensibili e giudiziari che presentano rischi specifici per i diritti e le libertà fondamentali, nonché per la dignità degli interessati ex art. 17, comma 1, Codice in materia di protezione dei dati personali – risulta (a mero titolo esemplificativo e non esaustivo) da **due articoli pubblicati nella medesima data del 20 febbraio 2016** relativi a due diversi episodi assolutamente emblematici.

Nel primo [articolo D, supplemento al quotidiano la Repubblica intitolato Pensieri positivi per non cedere al trolling](#) Federico Rampini scrive: *Sul web le calunnie hanno vita facile.* Di seguito si trascrivono alcune frasi estratte dal citato articolo: ... *La diffamazione è un meccanismo malefico ... Noi ne abbiamo moltiplicato la potenza grazie a Internet, ai social media. Quella che segue è una storia vera e spaventosa accaduta a un collega che ammiro. Fareed Zakaria ... è uno dei più autorevoli editorialisti di geopolitica ... collabora con Cnn, Time, Washington Post. Quello che gli è accaduto lo ha raccontato in un articolo sul Post. “Tutto cominciò”, scrive Zakaria, “quando un sito per me sconosciuto pubblicò un testo intitolato “Il conduttore della Cnn Fareed Zakaria incita allo stupro delle donne bianche nel nome della jihad ... Disgustoso. Talmente eccessivo che un simile castello di bugie sarebbe crollato da solo, giusto? Sbagliato. Ecco cos’è successo dopo. Centinaia di persone hanno cominciato a segnalare quel blog, a twittarlo, a ritwittarne il link aggiungendovi dei commenti troppo volgari e razzisti perché io possa ripeterli. Alcuni siti dell’estrema destra hanno ripubblicato la cosa pari pari come una notizia accertata. Ad ogni nuovo ciclo il livello d’isteria cresceva, c’è chi chiedeva il mio licenziamento, la mia deportazione, la mia uccisione. Se provavo a dimostrare che la storia era*

*falsa, confermavo la teoria per cui stavo manovrando per insabbiare tutto. ... A un certo punto l'intimidazione digitale si trasferì nel mondo reale: arrivarono telefonate di minacce a casa ... Il danno però è fatto, forse incancellabile. Pensate a un'altra montatura celebre, e che forse credete sbugiardata per sempre: ancora oggi un quarto degli americani, e quasi la metà degli elettori repubblicani, pensano che Barack Obama sia mussulmano. È falso. Ma è diventato impossibile estirpare la convinzione dentro una fetta della società americana. Chi è attaccato così non può fare molto per difendersi. Rivolgersi alla magistratura? Le forze dell'ordine fanno fatica ad aggiornarsi all'era digitale, spesso non colgono la gravità di queste aggressioni. ... Chi deve difendere la propria reputazione ha di fronte una fatica enorme, deve perdere tempo, spendere soldi in avvocati. Finisce comunque per fare pubblicità alla calunnia stessa, proprio come accade a Obama: lui smentiva, e la leggenda della sua adesione all'Islam guadagnava notorietà ...*

A riguardo, vale la pena ricordare come – sempre per contrastare le false affermazioni circa la sua ineleggibilità in quanto non sarebbe nato negli USA – in occasione della candidatura alla rielezione per il secondo mandato, il 27 aprile 2011 sul sito web della Casa Bianca è stato diramato il comunicato [Whitehouse.gov - President-Obamas-long-form-birth-certificate](http://Whitehouse.gov - President-Obamas-long-form-birth-certificate) e pubblicato il [Birth Certificate Barack Obama](#); insomma, il Presidente Obama ha fatto esattamente ciò che avrebbe fatto un Socio dell'Associazione CROP NEWS interessato a “documentare” il proprio profilo reputazionale.

Il secondo [articolo del quotidiano la Repubblica.it Diffamarono ristorante su Tripadvisor, il sito americano si rifiuta di dare i nomi dei clienti criticoni](#) pubblicato, come detto sopra, il 20 febbraio 2016 non necessita di commenti perché nel titolo dice tutto: *Diffamarono ristorante su Tripadvisor, il sito americano si rifiuta di dare i nomi dei clienti. Il Pubblico Ministero “Ignorate tutte le richieste di notizie inviate in Massachussets”. I magistrati costretti a rinunciare alle indagini sui responsabili di una sequela di insulti rivolti a un ristorante di Milano.*

Ma a richiamare l'attenzione sull'ampliamento dell'orizzonte in tema di *rating reputazionali falsi* soccorre l'[articolo del Corriere della Sera: Peeple, l'app recensisce le persone come fossero alberghi su Tripadvisor](#) pubblicato l'8 marzo 2016 di cui si trascrivono di seguito alcuni stralci: ... *Inutile limitarsi alla recensione di locali e divertimenti, con la Rete anche le persone possono diventare oggetto di commento. E fa paura. Dopo un anno di gestazione, Peeple è sbarcata su los con la sua idea innovativa e carica di interrogativi: l'app consente di esprimere pareri sulle persone dandogli un voto in tre aree, professionale, personale e dating, ovvero appuntamenti galanti, completo di commento. Come se fossimo un ristorante, una discoteca o un cellulare, anche noi umani con Peeple diventiamo oggetto delle opinioni altrui, con recensioni dettagliate che indicano se e quanto siamo bravi oppure quali sono le nostre carenze. «Siamo una realtà che non è mai stata realizzata prima in uno spazio digitale», si legge nella descrizione dell'applicazione, e l'idea è di trasformare il carattere e l'indole di una persona in una sorta di moneta che dà valore a chi ci sta intorno, permettendoci di gestire la nostra reputazione ma anche di conoscere chi ci sta intorno.*

- C. Scrivere false recensioni è reato: <https://www.studio-gabrielli.it/blog/scrivere-false-recensioni-su-tripadvisor-e-reato/>
- D. [Huffingtonpost.it: «Sos, ho perso la faccia sul web» Viaggio tra le fabbriche della reputazione](#)
- E. [Il Messaggero: Gli smacchiatori del web](#)
- F. **Contrastare l' “ingegneria reputazionale”** che deprime la reputazione altrui, ad arte, su misura e su ordinazione, per finalità illecite (es. concorrenza sleale), costa molto tempo e tanto denaro, senza offrire risultati certi. Ognuno di noi infatti può essere vittima di macchinazioni più o meno sofisticate

ma che hanno come obiettivo qualcosa di estremamente pericoloso: creare – come nel famoso film del 1956 *L'invasione degli Ultracorpi* – delle repliche di noi stessi, simili in tutto e per tutto alle nostre generalità e alla nostra identità, ma virate al negativo. Nel film di Don Siegel gli umani potevano salvarsi dalla mutazione solo restando svegli: allo stesso modo oggi noi tutti possiamo evitare questi furti di identità e queste manipolazioni in negativo della nostra immagine pubblica solo restando bene all'erta e facendo opera di prevenzione. E l'unico antidoto sicuro – al momento – è rappresentato dalla REPUTAZIONE DOCUMENTATA CROP NEWS, elaborata dall'**ALGORITMO UMANIZZATO (trasparente, inclusivo e imparziale) MEVALUATE**, che previene e ripara la condizione di **SVANTAGGIO SOCIALE** in cui tutti noi versiamo di fronte alla violenza subdola e agli inganni della web reputation. Ecco alcune **PROVE di anonime e non documentate recensioni negative** che colpiscono gli operatori economici privati della possibilità di difendersi:

- i. [HOST BOOKING vittime di recensioni anonime negative](#)
  - ii. [Commercialista Luca COLAROSSÌ](#), con recensione anonima «PESSIMO» pubblicata sulla piattaforma *Ricerca imprese*
  - iii. [Avvocato Pasquale BLASI](#), con recensione anonima «ZERO PROFESSIONALITÀ, ZERO SERietà, PESSIMO» pubblicata sulla piattaforma *36Avvocati.com*
  - iv. [NCTM Law Firm](#), con recensione anonima «SPIACEVOLE ESPERIENZA, NO COMMENT» pubblicata sulla piattaforma *Google My Business*.
- G. [Musa Informatica: Vittoria di Google contro professionisti e aziende, prima sentenza a Roma](#)
- H. [TG1–TV7 La banca della reputazione \(8 minuti\) Il servizio della giornalista Barbara Carfagna](#)