

## LETTURE DI DIRITTO

**Autore** - Alessandra B. Fossati

**Titolo** - *Reputazione e social network*

**Casa editrice** - MCP - Munari Cava-  
ni Publishing, Milano, 2019, pp.128

**Prezzo** - Euro 14

**Argomento** - La reputazione, della  
persona, della marca, di un Paese, è  
uno dei beni più preziosi. Lo erano



in passato, lo sono forse ancor di più oggi. Basti pensare all'integrazione che i social network hanno creato, ponendo tutti sotto gli occhi di tutti. Con conseguente possibili eccessi in quella che, sulla carta, resta

un'attività comunque lecita: la critica, purché pertinente e costruttiva. Bene, nel mondo dei social come proteggersi da quelli che sembrano sempre più attacchi pianificati alla propria reputazione. L'utilizzo sempre maggiore ed esteso dei social network va oltre i confini dell'informazione «istituzionalmente» intesa (ovvero come cronaca o notizia di un qualche evento) e rende ragione delle crescenti preoccupazioni e perplessità che li circondano, in considerazione del loro uso generalmente inconsapevole delle relative conseguenze. Il libro dedica un capitolo al tema dei profili processuali e risarcitori e, in particolare, ai rimedi che il nostro ordinamento appresta a tutela della reputazione. Senza dubbio per il caso di lesione della reputazione perpetrata online la tempestività della reazione all'offesa è fondamentale.

Si può pertanto agire in via cautelare di urgenza per la rimozione dei contenuti pregiudizievoli e, addirittura, ove ne ricorrano i presupposti, chiedere il sequestro della pagina internet «incriminata». Esistono più profili di responsabilità che concorrono alla lesione della reputazione. La Rete offre a chiunque la possibilità di concorrere alla realizzazione e alla condivisione di contenuti digitali, facendo degli utenti una parte integrante del sistema, che non solo viene utilizzato, ma addirittura plasmato sulla base delle loro interazioni. Oltre all'autore materiale del messaggio (sia esso uno scritto, un'immagine, un like o un retweet), talvolta nascosto dall'anonimato o dall'uso di pseudonimi, possono incorrere in responsabilità anche i c.d. intermediari digitali, ovvero sia i provider, nonché i titolari e i gestori delle piattaforme e dei motori di ricerca e gli aggregatori, come i social network.