autore
SANDRA SCAZZINO

materia
Diritto

Benvenuti su Facebook. Ma la privacy?

obiettivi

- descrivere e inquadrare il fenomeno Facebook, rappresentativo del dilagare del social networking
- fornire dati e informazioni sulla gestione e la tutela della privacy sul sito facebook.com
- invitare alla prudenza gli utenti di social network, per evitare abusi e utilizzi inappropriati dei propri dati

proposte didattiche

- si consiglia al gruppo classe di aprire un profilo sul sito, alternando gli studenti nella sua gestione
- analizza le normative sulla privacy contenute nel sito e cerca di individuare gli elementi di rischio che sono insiti nella gestione dei dati da parte di Facebook

Il fenomeno Facebook

Facebook (inizialmente noto con il nome di *Thefacebook*) è un popolare sito di social network ad accesso gratuito.

Per capire meglio quale sia il suo ruolo è sufficiente leggere lo slogan che compare nella pagina di accesso: "*Facebook ti aiuta a mantenere e condividere i contatti con le persone della tua vita*".

Il nome del sito si riferisce agli annuari (*facebook*) con le foto di ogni singolo membro che alcuni college statunitensi pubblicano all'inizio dell'anno accademico e distribuiscono ai nuovi studenti e al personale della facoltà, come mezzo per conoscere le persone del campus.

Secondo i dati forniti dal sito stesso, nel 2009 il numero degli utenti attivi ha raggiunto i 200 milioni in tutto il mondo.

Breve storia

Facebook è nato il 4 febbraio 2004 a opera di Mark Zuckerberg, all'epoca studente diciannovenne presso l'Università di Harvard, con l'aiuto di Andrew McCollum e Eduardo Saverin.

Alla fine del mese più di metà della popolazione universitaria di Harvard era registrata al servizio.

Nei mesi successivi Facebook si estese all'Università di Stanford, alla Columbia University e all'Università Yale. Il suo successo dilagante, nell'aprile del 2004, ne provocò l'espansione al resto della Ivy League, al MIT, all'Università di Boston e al College di Boston.

Il dominio attuale, facebook.com, venne registrato soltanto in seguito, tra l'aprile e l'agosto 2005. Con il tempo, tutte le persone con un indirizzo di posta elettronica con dominio universitario acquisirono i requisiti per aderirvi. Quindi, il 27 febbraio 2006, Facebook si estese alle scuole superiori e alle grandi aziende. Dall'11 settembre 2006, chiunque abbia più di 13 anni può iscriversi. Gli utenti possono fare parte di una o più reti partecipanti, come la scuola superiore, il luogo di lavoro o la regione geografica o la nazione di appartenenza.

Quindi, se lo scopo principale iniziale di Facebook era quello di agevolare i contatti tra studenti di università e licei di tutto il mondo, adesso è diventata una rete sociale che abbraccia trasversalmente tutti gli utenti di Internet.

Il sito, le funzioni, le statistiche

Il sito è gratuito per gli utenti e trae guadagno dalla pubblicità.

Gli utenti creano profili che spesso contengono foto e liste di interessi personali, scambiano messaggi privati o pubblici e fanno parte di gruppi di amici. Gli iscritti possono scegliere di aggregarsi a una o più reti, organizzate per città, posto di lavoro, scuola e religione. Facebook include alcuni servizi come la possibilità di caricare contenuti video e musicali, ricevere e rispondere ai messaggi, mandare e ricevere poke e scrivere sulla bacheca personale di ogni singolo utente per organizzare una serata, accordarsi su un appuntamento o commentare una foto pubblicata da un amico. La visione dei dati dettagliati del profilo è ristretta a utenti della stessa rete o ad amici confermati.

Secondo alcune statistiche circa l'85% degli studenti delle scuole superiori e delle università occidentali ha un profilo sul sito. Degli iscritti, il 60% accede al sito quotidianamente, circa l'85% almeno una volta a settimana, il 93% almeno una volta al mese. Secondo Chris Hughes, il portavoce di Facebook, le persone iscritte passano mediamente circa 19 minuti al giorno sul sito.

Dal settembre 2006 al settembre 2007 la posizione nella graduatoria del traffico dei siti è passata dalla sessantesima alla settima posizione. Dal luglio 2007 figura nella Top 10 dei siti più visitati al mondo ed è il sito numero uno per foto negli Stati Uniti, con oltre 60 milioni di foto caricate settimanalmente.

In Italia, nel 2008, c'è stato un vero e proprio boom: nel mese di agosto si sono registrate oltre un milione e trecentomila visite, e ora figura in testa alla lista dei paesi con il maggiore incremento del numero di utenti.

Socializzare su Facebook

Il numero medio di amici per ogni utente del sito è pari a 120.

Le donne sono mediamente più attive degli uomini: questi in media rispondono solo a 7 dei loro amici con commenti alle foto, messaggi di status o sulla bacheca, mentre le donne rispondono con messaggi a 10 dei loro amici. Quando si parla di comunicazione a due sensi, come la chat o le e-mail, gli uomini socializzano con 4 amici, mentre le donne con 6.

Anche quando l'utente raggiunge una lista di 500 amici, esiste un ragguardevole scarto tra questo numero e l'effettiva socializzazione: un uomo invia commenti a 17 amici e si intrattiene in chat con 10 di loro; una donna è mediamente un po' più socievole e invia commenti a 26 amici e chatta o scambia messaggi di posta elettronica con 16 contatti.

In uno studio condotto da un'azienda americana specializzata, Facebook è stato classificato come la seconda cosa più *in* tra gli studenti universitari, dopo l'iPod e alla pari con la birra e il sesso.

Le regole del social network

Facebook consente di condividere informazioni con altre persone e di scegliere con quali persone condividere tali informazioni.
Con Facebook è possibile:

1. *Avere il controllo sulle proprie informazioni personali.* Facebook permette di scegliere quali informazioni inserire nel profilo, inclusi dati di contatto e informazioni personali, foto, interessi e gruppi a cui ci si iscrive. Naturalmente, si può controllare con quali utenti condividere le informazioni attraverso le impostazioni sulla privacy.
2. *Avere accesso alle informazioni che gli altri vogliono condividere.* Tali informazioni aumentano di giorno in giorno ed è possibile essere informato sulle notizie che riguardano gli amici e le persone che si conoscono.

E la privacy?

Agendo opportunamente sulle impostazioni del profilo è possibile limitare la diffusione dei dati personali.

In particolare, nel menù *Impostazioni* è disponibile la voce *Impostazioni sulla privacy*, dalla quale è possibile agire livello di:

- profilo (controllo su chi può visualizzare il tuo profilo e le tue informazioni personali);
- ricerca (controllo su chi può cercarti e come puoi essere contattato);
- notizie e bacheca (controllo su chi può cercarti e come puoi essere contattato);
- applicazioni (controllo su quali informazioni sono disponibili per le applicazioni che usi su Facebook).

Non esiste un controllo minuto di chi-può-vedere-cosa e l'opzione *nessuno* non è contemplata tra le scelte possibili su chi possa accedere alle informazioni: quasi sempre la scelta possibile è solo tra *amici* e *amici di amici.*

La normativa sulla privacy di Facebook afferma che la scelta di pubblicare contenuti sul sito Internet è a rischio dell'utente, perché nonostante abbia la possibilità di impostare le opzioni sulla privacy per limitare l'accesso alle proprie pagine, nessuna misura di sicurezza è perfetta e impenetrabile.

La normativa afferma che non è possibile controllare le azioni degli utenti con cui si è deciso di condividere le pagine e le informazioni e che quindi non si garantisce che i contenuti pubblicati sul proprio profilo non vengano visualizzati da persone non autorizzate.

L'utente deve accettare inoltre il fatto che, anche dopo la rimozione del proprio profilo dal sito, molti dati potrebbero rimanere visibili nella cache o nelle pagine archiviate. Infatti secondo le condizioni di iscrizione a Facebook, i contenuti pubblicati dagli iscritti (come fotografie, video e commenti) sono proprietà del sito, che è libero di rivenderli e trasmetterli a terzi, e di conservarli anche dopo la cancellazione del profilo. Quindi non si ha una vera e propria cancellazione: Facebook consente solo di disattivare l'account in modo che non sia più visibile.

Dall'inizio del 2008 è possibile far cancellare permanentemente i propri dati facendone richiesta. Infatti per il Codice italiano della protezione dei dati personali, l'utente ha comunque il diritto di chiedere informazioni in merito ai propri dati personali posseduti da terzi e al loro trattamento, e può vietarne la pubblicazione e rendere definitiva la cancellazione dal sito.

Attualmente, però, sembra che Facebook, a seguito della richiesta di rimozione di un contenuto dalla propria piattaforma, si limiti a sospendere l'indicizzazione del contenuto medesimo in abbinamento al profilo dell'utente, ma conservi i dati e le informazioni. Sarebbe quindi auspicabile un intervento del Garante per il trattamento dei dati personali al fine di richiamare al rispetto della privacy il gigante del social network.

Per ora il Garante è intervenuto mettendo a punto nel maggio 2009 una guida operativa, che mette in guardia dai rischi e fornisce consigli per un uso consapevole del social network.

Diversi problemi sono sorti riguardo all'uso di Facebook come mezzo di controllo e come miniera di dati. Per esempio, due studenti del MIT sono riusciti a scaricare più di 70.000 profili di Facebook utilizzando uno *shell script* automatico. Nel 2008 un programma della BBC ha inoltre mostrato che era possibile sottrarre i dati personali di un utente e dei suoi amici con semplici applicazioni.

Facebook è inoltre soggetto al fenomeno di creazione di falsi profili di personaggi famosi. Per esempio, il 5 febbraio 2009 è stato segnalato un falso profilo di Alessandro Del Piero riconducibile a un'associazione nazista; Pierluigi Bersani, Ministro del passato Governo Prodi, ha inoltre chiesto e ottenuto dai gestori del sito la rimozione di un falso profilo creato con il suo nome, dopo che l'autore aveva richiesto amicizia al suo staff.

Alla luce di queste considerazioni, appare consigliabile un utilizzo responsabile di Facebook, per evitare abusi e violazioni della propria privacy da parte degli utenti.