

SOCIAL DA MANICOMIO**Denuncia i bulli di Facebook: la buttano fuori**di **SELVAGGIA LUCARELLI**

a pagina 15

SELVAGGIA LUCARELLI

■ ■ ■ Bisogna ammettere che quel Mark Zuckerberg ha davvero un animo sensibile. Ha finalmente dichiarato che in effetti il sistema di controllo dei contenuti su facebook non è esattamente efficacissimo e che vedrà di migliorare le misure di sicurezza. Ovviamente, lo scrupolo nasce da un forte problema di coscienza: dopo la protesta furiosa di varie associazioni femministe, alcune grosse aziende americane hanno deciso di bloccare gli investimenti sul social finché non saranno certe del contenuto delle pagine in cui finirà la loro pubblicità. Insomma, finché qualche utente giocherellone suggerisce di stuprare l'amica del liceo o si lanciano campagne su fb per riaprire i forni crematori va tutto bene, ma se la bibita gassata investe su yahoo anziché su facebook Zuckerberg è emotivamente toccato. E allora anche io ho deciso di toccare le corde più sensibili di Mark, andando a guardare cosa è successo, dopo il polverone degli ultimi giorni, alle pagine facebook più violente, a coloro che le hanno segnalate agli amministratori di fb e, soprattutto, agli inserzionisti che si trovano piazzata la loro pubblicità in mezzo a quella cloaca massima di post in cui si inneggia a violenza di ogni tipo.

PAGINE DA CANCELLARE

La prima notizia è che le pagine

Controlli insufficienti**Facebook in balia dei bulli
E chi li denuncia viene espulso***Una giornalista segnala al famoso social una pagina con contenuti razzisti e violenti. Ma, minacciata e derisa, alla fine è lei a essere cancellata*

sono ancora tutte lì. In particolare, la pagina «Piantare bonsai con nonno Miaghi», tra un post in cui si deridono i bambini down o Simoncelli, uno in cui si invita ad odiare negri, ebrei, immigrati, un altro in cui le donne sono cagne, Balotelli e il ministro Kyenge degli scimpanzè, la sottoscritta «una troiona» e un altro ancora in cui si invita a dar fuoco agli stranieri «tanto non è reato», è ancora lì.

Anzi, da settemila è passato a ottomila iscritti. Vediamo dunque che ne è stato di chi questa pagina l'ha denunciata agli amministratori di facebook.

Particolarmente rappresentativa è la vicenda surreale di cui è stata protagonista Romina D'Agostino. Romina è una giornalista, ha 31 anni e lavora a Benevento per una web tv. Giorni fa ha visto la pagina facebook «Come piantare bonsai con nonno Miaghi» e, sconvolta dai contenuti inneggianti odio religioso, razziale, violenza sulle donne e chi più ne ha più ne metta, ha fatto la segnalazione automatica a facebook. «Nell'inviare la segnalazione ho commesso un errore» racconta Romina ancora un po' scossa dall'accaduto. «Anziché farla anonima, ho effettuato la richiesta di rimozione di quei contenuti con nome e cognome e direttamente ai gestori della pagina. A quel punto, uno dei gestori (tutta gente con nome, cognome e foto, ricordiamolo) e la sua fidanzata mi hanno scritto in privato, dandomi della zoccola e ricordandomi che è tutto inutile perché tanto facebook quella pagina non la chiude».

Ma il bello deve ancora venire, perché accade una cosa ancora più surreale: «Nel giro di poco la mia foto col link al mio account facebook finisce su quella pagina, con offese varie e con un invito a

tutti gli ottomila utenti di segnalare me a facebook per farmi chiudere l'account». Ovviamente Romina non si spaventa. Resta aperta una pagina in cui si chiede di trovare le differenze tra Balotelli e una scimmia, ti pare che andranno a chiudere la pagina di una ragazza con le foto del mare? «Con mia grande sorpresa, dopo molte richieste di amicizia di individui con Hitler e svastiche come foto profilo e il fiume di segnalazioni contro la mia pagina arrivate a mo' di vendetta, facebook mi ha bloccato l'account». Ovvero: una donna denuncia al social che qualcuno sta commettendo dei reati (ricordiamolo) nella loro piattaforma, e la piattaforma la ricompensa chiudendo l'account a lei. Così, senza neanche un referendum tra grillini. «Ho scoperto che ero stata segnalata con la scusa che uso un nome e un cognome che non mi appartengono, ma io mi

chiamo davvero Romina D'Agostino, per cui ho scritto a tutte le mail che fanno riferimento a facebook allegando anche la fotocopia della mia carta di identità, ma mi sono imbattuta in risponditori automatici. È davvero una cosa assurda». Nel frattempo Romina veniva pubblicamente derisa dagli amici di Nonno Miaghi e con lei lo stesso facebook e i mancati interventi della polizia postale. La pagina le è stata riaperta dopo qualche giorno come da prassi e tanti saluti.

SPOT PIAZZATI A CASO

Ho capito perciò che, per allar-

mare davvero Zuckerberg, va colpito nei sentimenti. Nella sensibilità. Nelle questioni morali. Ed è per questo che sono andata a vedere se ci sono inserzionisti sulla pagina incriminata. Se c'è qualcuno che paga facebook per vedere il proprio marchio galleggiare tra insulti, foto di campi di concentramento e bambini africani a cui si augura un po' di tutto. E siccome questa storia è davvero paradossale, la prima pubblicità che mi appare lì è «Ala Milano Onlus», che invita a donare il 5 per mille per aiutare i bambini africani. La seconda, accanto alla foto di una ragazzina che si punta la pistola alla tempia, è quella dell'agenzia matrimoniale Eliana Monti. Chiamo. Riesco a parlare con il responsabile dell'area legale Massimo Pecorella. Quando gli spiego la situazione, cade dalle nuvole: «Non sapevamo dell'esistenza di pagine come questa né tantomeno di essere presenti su queste col nostro marchio. Ovviamente terremo con tutti i mezzi di far rimuovere le nostre inserzioni da lì».

Siete sicuri che facebook interverrà? «Adire il vero no, anche perché il problema è che mentre con yahoo o google si riesce a parlare, facebook non esiste. Non ha referenti. Ultimamente abbiamo deciso di ridurre il nostro investimento su questo social di 70.000 euro al mese perché i contatti che ci arrivavano da lì erano pessimi e non possiamo protestare con nessuno. Non sono raggiungibili e sono pasticcioni».

INVESTITORI ARRABBIATI

Giuseppe Gambardella, il responsabile comunicazioni marketing della Eliana Monti aggiunge: «Noi non vogliamo essere su quella pagina, mi pare ovvio, ma con facebook non si decide nien-

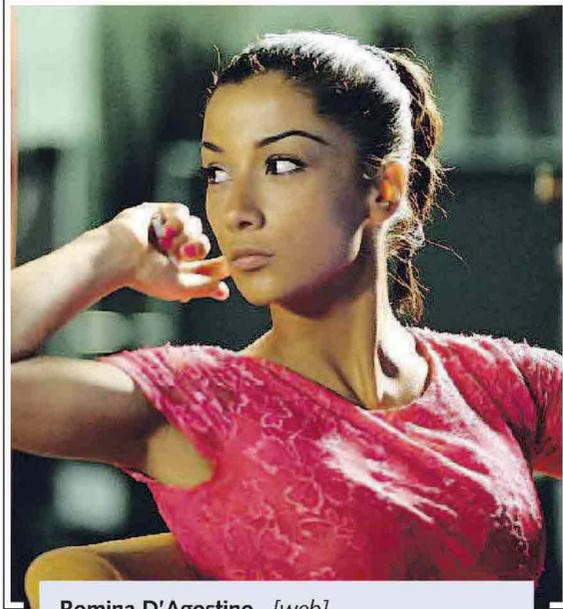
te. Mentre a google puoi dire in che tipologia di pagine vuoi vedere il tuo marchio, Facebook decide per te perché i banner appaiono in base ai gusti, all'età e allo sta-

tus sentimentale di chi naviga, non sono fissi. La cosa incredibile è che noi investiamo due milioni di euro l'anno su questo social e non rispondono, non puoi prote-

stare, non c'è una persona fisica con cui rapportarsi. Facebook non ha scrupoli e non guarda in faccia nessuno».

Già, non guarda in faccia nes-

suno. Ma se anche le aziende italiane cominceranno a investire altrove, forse Zuckerberg alzerà lo sguardo. Quando lo tocchi sui sentimenti, quel Mark...



Romina D'Agostino [web]

