

DATAGATE: UN GIGANTE DAI PIEDI DI ARGILLA?



Mentre il gigante di Menlo Park pare navigare a vista attraversando uno dei “giorni più lunghi” dei suoi primi 14 anni di esistenza, con una perdita secca in borsa che ha sfiorato l’8%, gli analisti internazionali iniziano a interrogarsi sull’effettiva capacità del management di Facebook di gestire quella che sta prendendo – ad ogni nuova mezz’ora – i contorni di una vera e propria crisi reputazionale senza precedenti, crisi peraltro – incredibile a dirsi – come vedremo da tempo “annunciata”. Un breve riepilogo dei fatti:

- le prime “schermaglie” relative alle modalità di trattamento dei dati da parte di Facebook sono assai datate, in quanto il Social aveva ottenuto già nel 2011 il consenso degli utenti per alcune modifiche alle impostazioni sulla privacy, ma secondo l’accusa potrebbe aver ingannato i cittadini, costringendoli a condividere più informazioni personali rispetto a quanto essi avessero reale percezione. L’Agenzia USA per la tutela dei consumatori (FTC) aveva infatti richiamato Facebook per aver modificato alcune impostazioni dell’utente

senza avvisare in modo adeguato i suoi clienti: se queste violazioni venissero confermate, la Federal Trade Commission avrebbe il potere di multare la società per migliaia di dollari per ogni giorno di mancato rispetto delle norme

- più recentemente, sempre la FTC ha aperto un'indagine su Facebook per la possibile violazione dei termini sulla protezione dei dati personali in merito allo scandalo "Cambridge Analytica", la società che – [attraverso vari stratagemmi](#) che hanno coinvolto circa 270.000 ignari utenti di Facebook stesso – grazie a un effetto moltiplicatore si sarebbe appropriata dei dati di oltre 51 milioni di profili del social network per condizionare il sentiment della popolazione inglese sulla Brexit – le cui trattative per l'uscita dall'Unione Europea potrebbero tradursi in un danno ingente per le casse del Regno Unito – come il voto sulle elezioni che hanno portato Donald Trump al posto di Commander in Chief, ma anche in decine di altre consultazioni elettorali. La società parrebbe coinvolta in accuse molto gravi, al fine di condizionare alcune votazioni, come [tangenti, uso di ex spie, creazione di false identità e ricatti sessuali](#): in ogni caso, secondo quanto riporta *Bloomberg*, l'indagine in corso punterebbe a chiarire se il social media USA ha permesso alla Cambridge Analytica di ricevere i dati degli utenti in violazione delle norme, o comunque quale sia l'esatto il grado di coinvolgimento del social di Zuckerberg in questa vicenda;
- i rumors si sono presto fatti incontenibili, e la situazione è deflagrata in tutta la sua gravità finendo in prima pagina sui mass-media di tutto il mondo;
- la Commissione parlamentare britannica sulla Cultura, i Media e il Digitale ha convocato fa Mark Zuckerberg a testimoniare personalmente sul caso;
- nel frattempo le autorità britanniche hanno accusato Cambridge Analytica di non collaborare all'indagine,

mentre la BBC ha confermato che il Garante britannico per l'informazione Elizabeth Denham ha chiesto all'autorità giudiziaria un mandato per perquisire la sede di Cambridge, con l'intenzione di scandagliare anche i server della società, e con il rischio per Facebook di far emergere "inconfessabili relazioni" tra le due realtà (o anche solo – e più probabilmente, aggiungo io – gravi inadeguatezze da parte del social USA);

- anche il Parlamento Europeo attende solleciti chiarimenti: *"Abbiamo invitato Mark Zuckerberg al Parlamento europeo– scrive in un tweet il Presidente On. Antonio Tajani, "... Facebook chiarisca davanti ai rappresentanti di 500 milioni di europei che i dati personali non vengono utilizzati per manipolare la democrazia"*;
- in esito a queste turbolenze, è caduta la prima testa: si è dimesso il responsabile per la sicurezza delle informazioni di Facebook Alex Stamos, che ha parlato di *"disaccordi interni"* su come affrontare la vicenda e su come i vertici del gigante dei social media hanno gestito l'intera questione. Stamos – come riporta il New York Times – ha annunciato di lasciare il posto anche in polemica con il Direttore generale del gruppo Sheryl Sandberg, dopo aver più volte esortato i vertici di Facebook a mostrare la massima trasparenza nello scoprire e svelare le passate attività di disinformazione operate sulla piattaforma. L'addio di Stamos – [secondo l'ANSA](#) – viene letto come un chiaro segnale delle tensioni che stanno attraversando in queste ore il gruppo dirigente di Facebook, nel periodo più tempestoso che il colosso dei Social network sta vivendo dalla sua nascita nel 2004;
- dopo due giorni di crescenti polemiche, è intervenuta anche una voce da Washington: *"Il presidente americano Donald Trump ritiene che i diritti alla privacy degli americani dovrebbero essere tutelati, e saremo lieti se*

il Congresso o altre agenzie americane vorranno esaminare il caso”, ha riferito un portavoce della Casa Bianca, Raj Shah;

- secondo la Commissaria alla Giustizia **Vera Jourova**“... *Da una prospettiva UE, il cattivo uso per fini politici di dati personali appartenenti agli utenti di Facebook, se confermato, è inaccettabile e orripilante*”. La Jourova è appena atterrata in USA, dove incontrerà i responsabili della società e i rappresentanti del governo, in particolare i segretari Wilbur Ross e Jeff Sessions, con i quali dovrà discutere dell'applicazione dell'accordo UE-USA sulla protezione della privacy e delle nuove regole su Internet e iCloud, in un clima per nulla sereno, alla luce dello svilupparsi di questa crisi;
- anche il Procuratore speciale Robert Mueller, che sta gestendo la delicatissima questione “Russiagate/Trump”, ha aperto in questi giorni un'indagine sul dossier Cambridge Analytica. Un modo per arrivare indirettamente a Zuckerberg? Il quale, in tutta risposta, ha dichiarato ieri alla CNN di essere disponibile a riferire al Congresso USA “... *se sarà la cosa giusta da fare*” (?);
- in tutto ciò, Facebook è arrivata a perdere nel giorno più nero, mercoledì di questa settimana, ore l'8% in borsa, pari ad oltre 36 miliardi di dollari di capitalizzazione. La perdita a capo direttamente di Mark Zuckerberg, che detiene il 16% di Facebook, si è attestata a 5,5 miliardi di dollari in Borsa, seppure il fondatore pare sia riuscito – [secondo Repubblica Economia](#) – a contenere le proprie perdite vendendo pacchetti azionari prima del crollo del titolo, dimostrando una certa spregiudicatezza verso i cittadini azionisti.

La gestione di questa crisi reputazionale, senza precedenti per Facebook, ha violato per interminabili giorni i più elementari principi del crisis management e della crisis communication – dalla anticipata previsione di scenario, alla

necessità di assumersi le proprie responsabilità, al coinvolgimento del CEO in prima persona a fini di rassicurazione del mercato, e molto altro – come appare chiaro analizzando pur sinteticamente quanto segue:

1. Zuckerberg è stato per circa 1 settimana come “assente”, ha emesso pochissime dichiarazioni, non incisive, delegando quasi sempre le risposte ai comunicati stampa dell’azienda e ai suoi sottoposti, sottostimando nei fatti la portata della crisi, e rinunciando anche a pubblicare alcunché di rassicurante sui suoi canali Social;
2. Facebook ha inizialmente tentato di giustificare lo scandalo spiegando che il permesso all’uso dei dati a favore di Cambridge Analytica era stato concesso “per fini di studio accademico”, circostanza immediatamente smentita dai vertici della società di consulenza e analisi, il cui CEO ha dichiarato: *“Non abbiamo mai detto che il nostro progetto era finalizzato a una ricerca universitaria”*, contraddicendo quindi palesemente Zuckerberg e in qualche modo rivendicando lo spregiudicato uso commerciale dei big-data che Facebook gli avrebbe in qualche modo permesso di utilizzare;
3. Facebook, secondo le rivelazioni delle inchieste in corso, sarebbe stata a conoscenza dell’utilizzo illecito dei dati **già dal 2015**, tanto che all’epoca si sarebbe attivata per chiedere a Cambridge Analytica l’immediata cancellazione di essi, **senza però informare gli utenti della violazione dei loro diritti**;
4. Facebook si è affidata assai tardivamente alla Stroz Friedberg, società specializzata nelle indagini digitali forensi, per verificare se la Cambridge Analytica fosse ancora in possesso dei dati che 3 anni fa gli aveva chiesto di cancellare;
5. l’autorità della Gran Bretagna – che intende passare al setaccio i database e i server utilizzati dalla

Cambridge Analytica, anche evidentemente per svelare il grado di coinvolgimento di Facebook – aveva chiesto accesso alle informazioni già la scorsa settimana, ponendo come termine ultimo le ore 18 di ieri, **ma non ha ottenuto alcuna risposta**. L'incapacità di Facebook di orientare, a crisi conclamata, il comportamento di un suo ex inserzionista/cliente di rilievo, e di gestire il rebound comunicazionale negativo, appare francamente sconcertante;

6. solo ieri, Zuckerberg ha rotto il lungo silenzio pubblicando un post sul proprio profilo, e affermando tra le altre cose: *“Sono io che ho lanciato Facebook e sono io il responsabile di tutto ciò che accade sulla nostra piattaforma. Abbiamo fatto degli errori: c'è stata una violazione del rapporto di fiducia tra Facebook e le persone che condividono con noi i propri dati. Questa fiducia va recuperata, per questo bandiremo tutti gli sviluppatori che non sono in regola”*;
7. nel frattempo le perdite in borsa per il colosso dei social sono arrivate a sfiorare i 50 miliardi di dollari;
8. la situazione pare essersi leggermente stabilizzata dopo che il consiglio di amministrazione di Facebook – all'interno del quale oltre a persone fisiche con pacchetti azionari di rilievo come Sheryl Sandberg, Chief Operating Officer di Facebook, o il CTO Michael Schroepfer, vi sono anche investitori istituzionali come Vanguard Group e Blackrock – ha dichiarato *“di essere al fianco di Mark Zuckerberg”*, fiducia che il CEO non ha caso ha incassato poco dopo la sua uscita ufficiale via social, dichiarazione ovviamente concordata con i principali azionisti e in controtendenza rispetto all'iniziale strategia di attesa;
9. su Twitter in queste ore è diventato virale l'hashtag #deletefacebook, che invita a cancellarsi dal social network. Tra i più accesi sostenitori di questa campagna, c'è anche Brian Acton, il fondatore di

Whatsapp, App di messaggistica venduta proprio a Zuckerberg nel 2014, che ha dichiarato, riferendosi a Facebook: *“Ora è giunto il momento di andarsene”*.

10. L'intero scenario – al di là dei preoccupanti risvolti di cronaca, in aggiornamento ora dopo ora – fa emergere una domanda, netta e chiara: o la società di Menlo Park non si è mai interrogata circa la necessità di strutturare un efficace crisis plan – per giunta su una issue i cui contorni erano internamente noti da tempo – oppure in tutta evidenza ne ha violato scientemente – e inspiegabilmente – tutti i “fondamentali” per un periodo insolitamente lungo, considerato il pregiudizio reputazionale e finanziario arrecato all'azienda da questi avvenimenti. In entrambi i casi – e ben vengano altre interpretazioni da parte dei colleghi – le ricadute sul valore del titolo sono state pesanti, e, in prospettiva, la quantità di risorse necessarie per una completa ed efficace azione di recovery reputazionale paiono sempre più ingenti.

Lanny Davis, crisis manager e consigliere di Clinton per alcuni anni durante la sua Presidenza, commenta:

“Zuckerberg ci ha messo così tanto a parlare perché di fronte allo scandalo ha pensato fosse opportuno ‘non nutrire la bestia’, non dare materiale ai giornalisti, nella speranza – del tutto vana – che il problema si resolvesse da solo. E' una cosa già vista in altri casi, e non c'è niente di più sbagliato”.

Nel frattempo, i commenti negli hotel per ricchi nerd attorno a Menlo Park si sprecano:

“Nelle Sue dichiarazioni Mark non ha mai pronunciato la parola ‘azienda’ o ‘pubblicità’, ma sempre solo la parola ‘community’: forse è convinto di essere ancora all'Università di Harvard...?”.

Prima nessuno nella Silicon Valley aveva il coraggio di criticare la compagnia, riporta un cronista, ora la gente parla:

“Le persone si conoscono, si sposano, fanno figli sulla piattaforma, e Zuckerberg è per tutti una specie di amico. Ora il mondo intero si sente tradito: l’amico e il CEO senza scrupoli sono due posizioni in contrasto, gli è andata bene fino ad oggi, ma il muro si è rotto, e nel futuro gli sarà impossibile ricoprirle entrambe”.

Più possibilista – e nel contempo illuminante nella sua semplicità – il commento di una mamma intervistata nei dintorni del quartier generale di Facebook mentre accompagnava il figlio a visitare un campus universitario:

“Sa qual è il paradosso di questo scandalo? Che la gente è offesa dal comportamento di Zuckerberg, critica, si indigna e promette boicottaggi. Ma dove lo fa? Su Facebook, ovviamente, perché semplicemente non c’è alternativa”

[Luca Poma](#)