Il Sole 24 Ore – Diritto 24 L’identità digitale tra ingegneria reputazionale e social authority

OSSERVATORIO SUL DIRITTO D’AUTORE

Il web è anche strumento di personal branding e la costruzione della propria identità digitale e reputazione avviene più nel mondo digitale che in quello reale: per questo occorre prestare molta attenzione alle informazioni personali che si inseriscono in Rete o che vengono inserite da terzi. La social authority va oltre la buona reputazione e consente di promuovere la propria immagine professionale o imprenditoriale e i propri servizi o prodotti.

La rivoluzione digitale che stiamo vivendo quotidianamente impone riflessioni sugli aspetti legali relativi allo scenario di prodotti e servizi diffusi in Internet. Mi sono più volte occupato delle problematiche relative all’identità personale e al diritto all’oblio, e del conseguente nuovo diritto, che nasce con il nuovo millennio, all’identità digitale.

L’identità anagrafica è una, mentre le identità digitali possono essere di più, conseguenti all’uso di pseudonimi che consentono cioè di creare altrettante identità sui social. È ovvio che la prima identità digitale di una persona deve essere congruente con quella reale, anche se le maggiori possibilità di interazione che si possono avere nel mondo digitale ampliano l’identità digitale fino a rendere non più significativa quella reale e anagrafica.

Per leggere l’intero articolo a firma dell’avv. Giovanni Bonomo per Il Sole 24 Ore – Diritto24, clicca il link