

In questi giorni si sta molto discutendo della **diffusione online non consensuale di nudi** trafugati e dell'istigazione allo stupro di soggetti pubblici e privati. In entrambi i casi, le vittime sono quasi sempre donne. Questa rinnovata attenzione nasce dagli scandali legati al gruppo Facebook "**Mia moglie**" e all'esistenza del forum Phica: spazi digitali in cui si sono consumati abusi, ma che sono riusciti per anni a sfuggire al controllo di **sistemi di moderazione** che, su altre tematiche, sanno dimostrarsi inflessibili ed efficienti. Da qui il dubbio: perché realtà di questo tipo prosperano sottotraccia, mentre contenuti che analizzano quanto accade in Palestina o che parlano di suicidio vengono rimossi con tempestività?

Per affrontare la questione è innanzitutto necessario riconoscere che in ambo i casi citati, le aziende direttamente coinvolte hanno **preso le distanze dal fenomeno**. "Non consentiamo contenuti che minacciano o promuovono violenza sessuale, abusi sessuali o sfruttamento sessuale sulle nostre piattaforme" ha dichiarato un portavoce di Meta, azienda proprietaria di Facebook. "Se veniamo a conoscenza di contenuti che incitano o sostengono lo stupro, possiamo disabilitare i gruppi e gli account che li pubblicano e condividere queste informazioni con le forze dell'ordine". Nel suo messaggio di addio, Phica si descrive invece come "uno spazio dedicato a chi desiderava certificarsi e condividere i propri contenuti in un ambiente sicuro", evidenziando che quanto è accaduto sia da considerarsi un'aberrazione. "Nonostante gli sforzi, non siamo riusciti a bloccare in tempo tutti quei comportamenti tossici che hanno spinto Phica a diventare, agli occhi di molti, un posto dal quale distanziarsi piuttosto che sentirsi orgogliosi di far parte".

Va però chiarito: se la condivisione consensuale di immagini intime non configura necessariamente un illecito, la diffusione non consensuale di nudi altrui - nota come Image-Based Sexual Abuse (**IBSA**) - è [un crimine](#) che alimenta la cultura dello stupro. Eppure, nonostante la gravità del fenomeno, le posizioni ufficiali di queste aziende tradiscono un'**ignoranza sistematica** che può derivare solamente da due fattori: incompetenza cronica o ipocrisia consapevole. Colossi come Facebook e YouTube hanno dimostrato di possedere strumenti molto sofisticati, specializzati nell'intercettare un determinato tipo di contenuti: difficile quindi attribuire la responsabilità a mere carenze tecniche.

Premesso che la censura non è quasi mai la soluzione più efficace, resta il fatto che i social applicano regole con due pesi e due misure. Google, ad esempio, [ospita](#) inserzioni di **propaganda israeliana** nonostante queste violino formalmente le policy interne; Elon Musk, dal canto suo, continua a trovare nuovi modi per infrangere le linee guida della sua stessa piattaforma, X, consapevole che nessuno potrà intervenire contro di lui. Il punto è semplice: **le policy aziendali non sono legge** e le piattaforme, non essendo veri spazi pubblici, operano secondo i propri interessi finché non entrano in conflitto con la normativa

vigente.

Fornire una maggiore attenzione censoria al contrasto delle denunce palestinesi o ai discorsi di scandalo sulle sparatorie statunitensi è una scelta che, ancor prima di essere politica, è commerciale. I moti di protesta e sensibilizzazione vogliono essere **esplicitamente visibili**, adottano una prospettiva divulgativa e intercettano facilmente lo sguardo di inserzionisti e politici, capaci di esercitare pressioni economiche o legislative sulle Big Tech. Diverso è il caso di realtà come quella di “Mia Moglie”. Queste sono autentiche **“camere d’eco”** che generano traffico consistente, ma che restano perlopiù circoscritte e nascoste, dunque meno esposte al controllo esterno. Tale discrezione le rende paradossalmente più “tollerabili” agli occhi delle piattaforme, che dal traffico traggono profitto grazie a inserzionisti e *data broker*.

Che gli interessi economici prevalgano lo dimostra la fine di GARM, un’organizzazione no-profit che segnalava ai grandi marchi quando le loro pubblicità venivano associate a contesti tossici o illegali. L’iniziativa ha [chiuso](#) nel 2024 dopo che Musk l’ha trascinato in tribunale, accusandola di aver cospirato per boicottare X.



Walter Ferri

Giornalista milanese, per *L'Indipendente* si occupa di analisi nel campo della tecnologia, dei diritti informatici, della privacy e dei nuovi media, indagando le implicazioni sociali ed etiche delle nuove tecnologie. È coautore e curatore del libro *Sopravvivere nell'era dell'Intelligenza Artificiale*.