

Si accende il dibattito su quali siano gli strumenti concreti contro il fenomeno social

# Fake news, in cerca di tutele

## Fondamentale la collaborazione dei gestori contro le bufale

Pagina a cura  
DI LUCA SETTEMBRINI

Il fenomeno *fake news*, ovvero la diffusione di informazioni non veritiere o distorte, accende da settimane il dibattito anche tra i giuristi. Gli utenti sono soggetti al richiamo di un numero sempre maggiore di notizie il cui grado di approfondimento si è progressivamente ridotto. Il fenomeno, per quanto difficilmente eliminabile, può essere arginato facendo ricorso a una tutela preventiva. I social network dovrebbero implementare, così come già fanno in caso di violazione di diritti di proprietà intellettuale, un processo di reclamo immediato sulla veridicità della news.

«Per contenere il fenomeno occorre un concerto di sensibilità e un'unità di intenti tra colossi della Rete e utenti», spiega **Ruben Razzante**, docente di Diritto dell'informazione all'Università Cat-



Ruben Razzante

olica di Milano. «I colossi della Rete devono intervenire tempestivamente per frenare la condivisione di palesi bufale, a fronte di segnalazioni da parte degli utenti, e per limitare la diffusione, la visibilità e la pubblicità di siti che ciclicamente ospitano notizie inattendibili. Inoltre, come ha auspicato il presidente dell'Antitrust, **Giovanni Pitruzzella**, contro la diffusione delle false notizie serve una rete di organismi nazionali indipendenti, ma coordinata da Bruxelles, e modellata sul sistema delle autorità per la tutela della concorrenza, capaci di identificare le bufale online che danneggiano l'interesse pubblico, rimuoverle dal web e imporre sanzioni a chi le mette in circolazione. L'obiettivo è far perdere progressivamente credibilità - e pubblicità - alle notizie false e alle testate che le ospitano».

«Ci siamo occupati spesso di segnalare illeciti a danno di nostri clienti perpetrati tramite social network mediante la creazione di pagine, profili, commenti falsi», spiega **Elena Carpani**, socia dello studio **Crea Avvocati Associati** di Milano. «La procedura di reclamo diretto al social network è efficace e rapida. Nei casi più gravi e in caso di mancata risposta si dovrà ricorrere alle «consuete armi» offerte dal nostro ordinamento. A chi diffonde notizie, articoli, post falsi chiediamo la rimozio-



Elena Carpani

ne immediata del post oltre che la pubblicazione di un comunicato di rettifica. Ovviamente, qualora si ravvisassero i profili, sarà possibile tutelare il cliente promuovendo un'azione per diffamazione».

Secondo **Stefano Previti**, name partner dello **Studio Legale Previti** e animatore dell'**Osservatorio Web Legalità**, «chi subisce una lesione della reputazione a seguito della pubblicazione di false notizie deve innanzitutto identificare i soggetti responsabili della pubblicazione, posto che il regime giuridico è diverso a seconda

che si tratti o meno di testata giornalistica registrata. Questa infatti è ormai assimilata dalla giurisprudenza alle testate tradizionali, sicché è possibile chiedere direttamente al direttore responsabile o all'editore l'immediata rettifica ed eventualmente la rimozione dei contenuti lesivi, mentre in sede giudiziaria sarà possibile chiedere provvedimenti cautelari a carattere inibitorio su parte dei contenuti, purché non conducano ad effetti assimilabili

al sequestro della testata, che non è ammesso. Quando, invece, i contenuti sono veicolati da altri soggetti, occorre identificare il gestore del sito e l'hosting provider, cui inviare una diffida contenente i riferimenti specifici della notizia falsa con l'intimazione a rimuoverla

o rettificarla. Il più delle volte già questa semplice misura raggiunge l'obiettivo della rimozione, poiché ciò responsabilizza gli intermediari tecnici, ossia gli hosting provider, in caso di permanenza della fonte lesiva; per i casi di inerzia di gestore e provider non resta che andare in giudizio, dove è possibile

in questo caso ottenere provvedimenti cautelari inibitori, accompagnati da penali per la mancata esecuzione, e anche nei casi più gravi il sequestro del sito. Naturalmente è essenziale porre in essere queste prime azioni tempestivamente

per evitare l'effetto di propagazione virale tipico di internet.

Successivamente si potrà valutare se agire anche per il ristoro dei danni subiti».

«L'ordinamento italiano conosce strumenti consolidati per sanzionare e, in casi eccezionali, oscurare le informazioni

false e lesive di un diritto della persona, siano esse su carta o sul web. Il tema è semmai se le grandi piattaforme social debbano controllare tutto ciò che l'utente pubblica, pena la

loro responsabilità per gli illeciti commessi» spiega **Giulio Enea Vigevani**, professore di diritto costituzionale dell'Università di Milano-Bicocca. «Tale ipotesi a mio avviso modificherebbe la natura stessa dei social e restringerebbe uno degli spazi di libertà più rilevanti dei nostri giorni. Una soluzione potrebbe essere semmai imporre a questi operatori di attrezzarsi per rispondere in tempo



Stefano Previti



Caterina Malavenda



Enzo Pullitano

breve a una richiesta di correzione eliminazione dei contenuti falsi o diffamatori. L'idea della autoregolamentazione era un mito dell'Internet libertario delle origini. Tuttavia, la realtà si è preoccupata di dimostrare la debolezza di tale strumento, specie quando attraverso la rete si ledono diritti dei singoli» conclude.

Per **Caterina Malavenda**, avvocato cassazionista ed esperto di diritto dell'informazione, «il diffondersi di notizie false, imprecise o manipolate è un fenomeno difficile da fronteggiare. Solo un'informazione consapevole su più fonti attendibili e la capacità di capire quando non ci si può fidare possono arginare, ma non arrestare, il dilagare della spazzatura mediatica, di cui si può rimanere vittime».

Falsi profili e dati, solo apparentemente affidabili, diffusi sui social network o da siti pseudo informativi rovinano la carriera e a volte la vita di chi non ha strumenti per reagire. Ad una notizia falsa, ma non lesiva, comparsa su un giorno

o diffusa in tv si ovvia con una rettifica; a chi diffama a

viso aperto si può far causa, ma cosa si può mai fare contro chi si nasconde dietro l'anonimato della rete o si appoggia a un server straniero? Nulla». Secondo **Enzo Pullitano**, of counsel di **Pedersoli e Associati** e presidente emerito di Aigi, «le *fake news* esulano e sconfinano dalla libertà di espressione.

La diffusione in rete in modo capillare di notizie false determina pregiudizi per il corretto svolgimento delle relazioni sociali (incluse quelle di natura politico-economica) che possono assumere estrema gravità; mentre dall'altro lato non si può com-

primere la libertà di espressione con censure preventive. Credo che sia difficile mutuare una disciplina da quella sulla stampa, anche perché applicare alla rete il famoso «decalogo» dell'informazione mal si confà alla natura non

professionale dei soggetti che scrivono e alla natura non editoriale delle organizzazioni (in numero sconfinato) che gestiscono i social. Si potrebbe però prevedere un obbligo di indicare la fonte della notizia. Parliamo di fatti, non di opinioni. Il gestore dei siti dovrebbe poter cancellare - non modificare - le notizie in tutta evidenza false o prive di fonte: già viene in piccola parte fatto per i post ingiuriosi».

«A livello professionale abbiamo gestito un paio di casi di fake news per alcune società farmaceutiche fortemente danneggiate da informazioni false e non documentate», racconta **Giuseppe Vaciago**, partner di **R&P Legal**. «Il fenomeno nel settore privato è noto da tempo e trova il suo lontano parente nelle *fake reviews* per le quali alcune multinazionali sono già state multate anche in Italia. Non sempre, tuttavia, è facile intervenire in tempi brevi e con garanzie di rimozione del contenuto potenzialmente dannoso e molto spesso diffamatorio».

«Molte imprese italiane, aggrava Vaciago, «non percepiscono il pericolo e quindi non lo affrontano. Fortunatamente non è così per tutte e alcune stanno attrezzando attraverso l'intervento congiunto di risorse interne all'azienda e consulenti esterni con comprovata esperienza nel settore. Pochissime aziende si affidano a interventi legali veri e propri per trarre ordini di ragioni: l'intervento legale ha un costo non sempre compatibile con il budget fissato dall'azienda, gli interventi legali anche se ottengono la rimozione non sempre

sono risolutivi: causa della viralità della Rete. Infine, la stragrande maggioranza di legali - fortunatamente non tutti - non ha ancora compreso che un intervento di questa natura non può prescindere da un'integrazione con i consulenti informatici».

Infine **Marco Berliri**, socia responsabile del dipartimento Tmt di **Hogan Lovells**, sottolinea come, in Italia, i tentativi in atto per trovare una soluzione, «siano ovviamente volti ad arginare il fenomeno, e quindi apprezzabili, ma per loro natura destinati a limitare il fenomeno, non certo a escluderlo del tutto. In questo momento di innovazione, virtuale e normativa, è importante però mantenere chiare le priorità che l'ordinamento nazionale e sovranazionale

deve porsi per la tutela dell'interesse ultimo di utenti e imprese. Se infatti da un lato è opportuno, e auspicabile, che le società coinvolte siano dotate di strumenti efficienti e tempestivi di autocontrollo, è altrettanto importante essere consapevoli del ruolo

di mero contenitore dei social network e quindi di assenza di responsabilità rispetto ai contenuti veicolati, del resto già prevista dalla normativa esistente e che non può essere messo in discussione: l'ordine di rimozione deve necessariamente venire dal sistema giudiziario e la relativa responsabilità dovrà essere ascritta a chi abbia creato e diffuso tali contenuti, non a chi li abbia inconsapevolmente ospitati. Inoltre, i social media non possono e non devono essere gli «sceriffi del web», la loro prerogativa non è quella di selezionare i contenuti. Ne va della nostra libertà».



Giuseppe Vaciago



Marco Berliri