



Il letto di Procuste dei sistemi informativi via Web: un pluralismo falsato?

Alessandra Vernice

Il lavoro contiene una ricognizione di alcune delle principali problematiche legate alla circolazione delle informazioni nell'era digitale. Partendo da una analisi generale dell'architettura costituzionale, prima, e del contenuto del diritto di libertà di informazione attiva e passiva, poi, lo studio si propone di esaminare le differenze fra i nuovi ed i vecchi media, ponendo l'accento sull'assetto dei canali informativi dopo l'avvento di Internet, sui fenomeni informativi che esso ha fatto affiorare, come le fake news e la *filter bubble*, e sul ruolo degli intermediari coinvolti nella ricerca online, quali *search engine* e social network.

Pluralismo – Informazione – Algoritmo – Internet

SOMMARIO: 1. Premessa. Il diritto ad una informazione pluralistica – 2. L'architettura costituzionale e i nuovi media: la convergenza tecnologica – 3. Il nuovo assetto dei canali informativi – 4. Nuovi fenomeni informativi nell'era digitale – 5. Conclusioni

1. Premessa. Il diritto ad una informazione pluralistica

L'essenza del pluralismo informativo consiste nella circolazione delle diverse idee ed opinioni. Tale diffusione informativa è, strategicamente, una delle condizioni essenziali per il funzionamento dello Stato democratico di derivazione liberale, poiché consente ai cittadini di esercitare la sovranità in modo informato e consapevole¹.

Affinché vi sia una efficace attuazione di tale principio, è necessario, oltre che funzionale, che vi sia il più ampio numero di voci presenti nell'area pubblica di discussione e dibattito e che vi sia il rispetto da parte di tali voci, siano esse pubbliche o private, di regole di indipendenza, obiettività e completezza nell'attività comunicativa, al fine di garantire il diritto, costituzionalmente tutelato, dei cittadini ad essere informati².

Se fino a pochi anni fa l'attenzione dei consociati era rivolta soprattutto ai mezzi di comunicazione "ad alta valenza suggestiva", quali la televisione, oggi è necessario considerare tra la pletora dei mezzi comunicativi anche nuove forme di diffusione di contenuti informativi, rese possibili grazie alla esponenziale crescita tecnologica dell'era digitale. Pare quindi opportuno esaminare il forte impatto dei nuovi mezzi di diffusione informativa nelle dinamiche del pluralismo, tra cui, primo fra tutti, l'avvento di Internet.

Infatti, proprio partendo dall'analisi strutturale della Rete delle reti, si può notare che l'automatismo del rapporto di reciproca implicazione tra Internet e pluralismo non è così certo come può apparire ad un primo sguardo. In primo luogo, la mancanza di una regolazione pubblica e l'autoregolazione privata non garantiscono l'imparzialità delle condizioni di accesso e fruizione. Ancora, la deterritorializzazione della Rete, oltre che la personalizzazione algoritmica delle ricerche svolte online, possono potenzialmente favo-

A. Vernice si è laureata presso l'Università degli Studi di Firenze con una tesi in diritto costituzionale. Ha collaborato in vari progetti formativi con l'Università ed il Tribunale Civile di Firenze. Ha conseguito il Master di *Internet Ecosystem* presso l'Università di Pisa.



rire una omologazione culturale o la costruzione di identità chiuse. Infine, il frequente e generalizzato affidamento *tout court* alle fonti informative presenti online sta ingenerando preoccupanti fenomeni di disinformazione. In questo lavoro, pertanto, si cercherà di analizzare alcuni punti di intersezione tra il pluralismo informativo e i nuovi mezzi di informazione scaturenti dall'era digitale.

2. L'architettura costituzionale e i nuovi media: la convergenza tecnologica

Come è noto, la formulazione testuale dell'art. 21 della nostra Carta Costituzionale esprime, sin dal suo esordio, la volontà di sottolineare un duplice aspetto della libertà di informazione: *in primis*, l'aspetto sostanziale, consistente nella libertà individuale di esprimere il proprio pensiero, ed in secondo luogo l'aspetto strumentale, concernente i diversi mezzi di comunicazione attraverso cui la libertà di espressione può trovare il proprio canale di trasmissione³. Si evidenzia perciò un nesso di indispensabile strumentalità tra la disciplina dei mezzi di informazione e gli specifici e diversi contenuti del diritto di libera manifestazione del pensiero, ai fini della piena realizzazione di quest'ultima.

“Libertà di informazione” è quindi un concetto multiforme, più correttamente declinato al plurale che non al singolare: non esiste una sola libertà di informazione, bensì tante libertà quante sono le posizioni che un individuo può assumere rispetto al diritto fondamentale di cui si discute⁴. In questo senso si può distinguere una libertà di informazione “attiva” ed una “passiva”. Con la prima accezione si fa riferimento a quella situazione in cui il titolare esercita attivamente il proprio diritto a diffondere e comunicare agli altri consociati le informazioni di cui è a conoscenza, senza alcuna scissione qualitativa ed ontologica tra i diversi contenuti espressivi. In modo complementare, il versante passivo della libertà di manifestazione del pensiero si estrinseca nell'essere destinatario di informazioni. La nostra Costituzione, non curandosi in modo esplicito del profilo passivo della libertà di espressione, ha affidato all'opera degli interpreti l'esplicitazione di uno speculare diritto passivo di essere informati. Tale architettura del dettato costituzionale non deve tuttavia portare alla conclusione che il versante passivo della libertà di espressione sia di minor importanza: la dottrina maggioritaria infatti ritiene che la libertà di ricevere informazioni goda direttamente delle garanzie di cui al 1° comma dell'art. 21 della Costituzione, dal momento che, qualora non si potesse predicare la libertà di ricevere informazioni, verrebbe logicamente ridot-

to lo spazio del suo predicato logico, ossia la libertà di diffondere informazioni⁵.

Dopo questa necessaria premessa definitoria sul contenuto del diritto ad un'informazione pluralistica, occorre evidenziare che la disciplina costituzionale del diritto dell'informazione, incardinata oltre che sull'art. 21, anche sull'art. 15, mantiene una distinzione fra la comunicazione rivolta ad un pubblico indeterminato e quella invece di carattere intersoggettivo. Sebbene un'interpretazione più moderna, che tiene conto dell'impatto delle nuove tecnologie comunicative, tenda a rendere più sfumata tale distinzione, non può non considerarsi il fatto che il dettato costituzionale ponga le basi per una disciplina differenziata dei diversi mezzi di comunicazione, distinguendo fra i mezzi tradizionalmente rivolti al pubblico, quali stampa, radio, televisione, e quelli tradizionalmente destinati alla comunicazione interpersonale e bidirezionale, quali la corrispondenza e la telefonia⁶. Se fino a – relativamente – poco tempo fa, tale impianto rispondeva ad una effettiva divisione strutturale dei mezzi comunicativi ed informativi nel panorama sociale e tecnologico, negli ultimi anni si è assistito ad un fenomeno del tutto nuovo: quello della cosiddetta “convergenza tecnologica”. Gli sviluppi tecnologici hanno consentito di diffondere i medesimi contenuti informativi attraverso una pluralità di mezzi diversi e ciascuno di questi mezzi si presta all'erogazione e alla fruizione di servizi legati tanto alla comunicazione informativa di carattere “aperto”, quanto a quelle di tipo bidirezionale⁷. La convergenza tecnologica ha di fatto rotto la corrispondenza tra mezzi e servizi, consentendo l'utilizzazione di uno stesso “mezzo” per diffondere una pluralità di “servizi”. Non solo. L'avvento di nuove tecnologie informative ha determinato la scissione tra quelli che ormai sono definiti “vecchi media” e “nuovi media”, cambiando radicalmente il settore della comunicazione sociale⁸ ed arrivando a scardinare irrimediabilmente il monopolio della diffusione delle informazioni ai media tradizionali.

Risulta quasi scontato rilevare che il ruolo fondamentale giocato in questa transizione tecnologica è stato di Internet, la Rete delle reti. Internet, come noto, è un mezzo capace non solo di immagazzinare dati precostituiti, ma anche di manipolare e costruire informazioni. Partendo dal rilievo che qualsiasi dato inserito può essere letto da chiunque sia in rete in cerca di informazioni, si può dire che più che un mero mezzo di comunicazione, Internet sia piuttosto un servizio informativo diffuso e permanente⁹. Seppur con canali differenti, Internet è uno strumento che costituisce a sua volta un unico ambiente, il c.d. cyberspazio, che rappresenta un reticolo di



contatti, «uno spazio senza collocazione geografica e privo di costruzione gerarchica¹⁰», dotato di virtù palingenetiche¹¹.

La sua vocazione alla circolazione di informazioni, alla comunicazione, alla messa in relazione “pariordinata e decentrata”, alla costituzione di una comunità virtuale, suggerisce il rilievo materialmente costituzionale del fenomeno Internet¹². Ed è proprio questa sua attitudine polifunzionale e polimorfa che rende complesso e problematico il rapporto con l’impianto costituzionale moderno, democratico e pluralista. Infatti, se da un lato la Rete viene considerata uno spazio di libertà cosmopolita, in virtù della sua struttura comunicativa, interattiva e pluralista per natura, dall’altro è necessario considerare le implicazioni politico-istituzionali, nonché economiche, di questo spazio di libertà¹³.

Per comprendere come l’innovazione tecnologica abbia introdotto un modo radicalmente diverso di produrre e distribuire l’informazione, si possono analizzare due mutamenti significativi. Il primo è, come già evidenziato, l’affermazione di un sistema di produzione dell’informazione totalmente decentralizzato. È infatti sufficiente disporre di un computer o di uno smartphone ed essere connessi ad Internet non solo per poter accedere a qualsiasi tipo di contenuti informativi, ma anche per diventare noi stessi produttori di informazione. Nel nuovo contesto comunicativo, infatti, il singolo individuo assume un ruolo attivo e centrale, cosa che nel “vecchio” assetto era quantomai impensabile, e tale ruolo può estrinsecarsi in una molteplicità di “canali” informativi¹⁴. La seconda trasformazione, invece, nasce dalla considerazione che per rendere effettivamente utilizzabile da parte degli utenti una tale mole di contenuti informativi, diventa essenziale il ruolo dei soggetti capaci di ordinarla e di facilitare il collegamento tra chi produce informazione e chi vuole riceverla. Si vedrà poco più avanti come alcuni soggetti, in questo nuovo contesto comunicativo, aperto e apparentemente inclusivo, siano detentori in maniera praticamente esclusiva dell’ordine dei contenuti informativi presenti nel cyberspazio: «la rete è aperta ma solo pochi soggetti [...] hanno le chiavi dei cancelli da cui passa l’informazione»¹⁵.

3. Il nuovo assetto dei canali informativi

L’avvento di quella che viene definita, ormai unanimemente, la quarta rivoluzione industriale¹⁶ ha fatto sì che le modalità di manifestazione del pensiero si siano adattate alla nuova “arena” del cyberspazio. Per più di 150 anni, la produzione di informazione e cultura ha avuto necessità di ingenti investimenti

per poter raggiungere un numero sempre più elevato di consociati. Gli investimenti in capitali fisici erano indispensabili per organizzare, ad esempio, stabilimenti tipografici, impianti radiofonici, reti telefoniche. Esistevano quindi barriere significative all’ingresso nei mercati dell’informazione, sia per i massicci investimenti richiesti agli operatori, sia per il carattere finito delle risorse su cui si basavano le allora esistenti forme di comunicazione¹⁷. E se da un lato le Costituzioni riconoscevano a tutti il diritto di manifestare liberamente il proprio pensiero, nei fatti solo quei pochi che avevano accesso a questi limitati e costosi mezzi di informazione potevano effettivamente raggiungere ampie fette di pubblico e concorrere così alla formazione dell’opinione pubblica. Lo sviluppo delle tecnologie digitali, insieme all’avvento di Internet, ha dato inizio a una rivoluzione non solo dei poli di produzione delle informazioni, ma anche degli stessi canali informativi, innescando una crisi dei “vecchi” media che pare irrecuperabile¹⁸. Pertanto, se da un lato si è potuto assistere alla nascita di contesti informativi del tutto nuovi, quali i social network, dall’altro alcuni mezzi di informazione tradizionali hanno dovuto adattarsi al nuovo spazio digitale. Quest’ultimo è il caso della stampa online.

La stampa online è rappresentata da quelle testate elettroniche realizzate per una diversa modalità di fruizione (la “navigazione in rete”) che vengono diffuse con periodicità più frequente di quelle tradizionali¹⁹. Le testate elettroniche possono esistere in maniera del tutto svincolata ed autonoma rispetto alle omologhe esistenti nel mondo cartaceo o televisivo, oppure possono consistere in una mera replica dei contenuti di quest’ultimi, di cui rappresentano solo una versione più aggiornata e snella. L’analogia dei contenuti ha innescato da subito il paragone tra l’attività di informazione svolta online e la stampa tradizionale²⁰. L’assimilazione di queste due attività ha, da un lato, l’effetto positivo di un’estensione allo spazio di Internet di tutte le garanzie tipiche della stampa tradizionale, ma, dall’altro, ha come contropartita la sottoposizione dell’attività online ad una serie di adempimenti e vincoli specifici, *in primis* l’applicabilità ad essa delle fattispecie di reati propri della stampa, quali la diffamazione a mezzo stampa²¹ e la stampa clandestina²². Nel caso delle testate online iscritte al registro della stampa, la dottrina fa spesso riferimento alla nozione di “stampa telematica”, interrogandosi sul regime giuridico ad essa applicabile. Sul punto, l’art. 1 della legge n. 47 del 1948 considera “stampa” tutte le riproduzioni tipografiche o comunque ottenute con mezzi meccanici o fisico-chimici in qualunque modo destinati alla pubblicazione. Dopo anni di stagnazione, anche il settore



della stampa è stato sottoposto ad un rinnovamento generale delle regole, allorché il legislatore si è visto costretto a prendere atto dei mutamenti nel frattempo avvenuti nella società scaturiti dall'avanzamento tecnologico. In particolare, la legge n. 62/2001 ha incluso nella definizione di "prodotto editoriale" anche le pubblicazioni su supporti informatici, purché destinate "alla diffusione di informazioni presso il pubblico", con l'applicazione ai medesimi di alcune disposizioni della legge n. 47/1948 sulla stampa. A seguito della modifica operata dalla legge del 26 ottobre 2016, n. 198 all'art. 1 della legge n. 62/2001, il quotidiano online trova per la prima volta una definizione normativa: ai sensi del nuovo comma 3-*bis* dell'art. 1 «per "quotidiano on line" si intende quella testata giornalistica: a) regolarmente registrata presso una cancelleria di tribunale; b) il cui direttore responsabile sia iscritto all'Ordine dei giornalisti, nell'elenco dei pubblicisti ovvero dei professionisti; c) che pubblichi i propri contenuti giornalistici prevalentemente on line; d) che non sia esclusivamente una mera trasposizione telematica di una testata cartacea; e) che produca principalmente informazione; f) che abbia una frequenza di aggiornamento almeno quotidiana; g) che non si configuri esclusivamente come aggregatore di notizie»²³. Tuttavia, questo esplicito riconoscimento dei quotidiani online da parte del legislatore non consente di estendere ad essi, a tutti gli effetti, gli istituti più caratteristici della stampa cartacea, come il direttore generale o l'obbligo di iscrizione della testata a tutela dei terzi. Il comma 3-*bis* succitato, perciò, ha il solo scopo di fissare i criteri per la percezione dei finanziamenti pubblici e risulta privo di una valenza generale²⁴.

Gli interventi normativi, tuttavia, non hanno risolto le molte incertezze non solo sul perimetro di concetti quali "prodotto editoriale" e "stampa e stampati", ma soprattutto sull'applicabilità all'attività online della disciplina dei reati a mezzo stampa. Da un punto di vista legislativo, la legge n. 62/2001 non opera un richiamo espresso alle disposizioni penali di cui alla legge n. 47/1948 e ciò sembrerebbe indicare una preclusione dell'applicazione analogica della disciplina dei reati a mezzo stampa ai prodotti dell'attività di informazione online, in ragione del fondamentale principio di tipicità che caratterizza la fattispecie penale. Dall'altra parte, la giurisprudenza, sia di merito che di legittimità, ha adottato negli anni un atteggiamento ondivago²⁵, fino ad approdare, nel 2015, ad un deciso *revirement* da parte della Suprema Corte, la quale ha abbracciato quelle linee di pensiero più progressiste che caldeggiavano un'assimilazione sostanziale tra la stampa tradizionale e quella telematica, quantomeno per quanto riguarda

le garanzie costituzionali. Con l'importantissima sentenza a Sezioni Unite penali n. 31022 del 2015, infatti, è stato evidenziato che: «Lo scopo informativo è il vero elemento caratterizzante l'attività giornalistica e un giornale può ritenersi tale se ha i requisiti, strutturale e finalistico [...] anche se la tecnica di diffusione al pubblico sia diversa dalla riproduzione tipografica o ottenuta con mezzi meccanici o fisico-chimici»²⁶. Alla succitata sentenza della Corte di Cassazione ha fatto seguito una pronuncia delle Sezioni Unite civili che, abbracciando la tesi delle sezioni penali, applica gli stessi principi enunciati con riferimento al sequestro preventivo ex art. 321 c.p.p. al sequestro cautelare di cui all'art. 700 c.p.c., teso ad elidere l'aggravamento del danno patrimoniale e non patrimoniale derivante dalla pubblicazione online di articoli diffamatori²⁷.

Tali dirompenti sentenze hanno consentito di mettere qualche punto fermo nel panorama della stampa "moderna": pur senza un intervento specifico da parte del legislatore sul punto, può affermarsi che i giornali online, rispettosi dei requisiti organizzativi e di "missione" sanciti dalla Corte di Cassazione, beneficino delle stesse garanzie costituzionali dei "fratelli" cartacei, in ragione della sostanziale coincidenza delle due modalità informative²⁸. Rimane tuttavia aperto un enorme interrogativo: se sia possibile applicare la stessa logica esposta dalla Cassazione anche in riferimento alla normativa penale, data la raggiunta identità ontologica tra la stampa cartacea e quella telematica. L'ostacolo del divieto di analogia in *malam partem* nel diritto penale parrebbe superabile poiché non si tratterebbe di un'interpretazione analogica, bensì di interpretazione evolutiva, la quale porta ad assegnare al termine "stampa" un significato nuovo e più ampio, in linea con i tempi moderni²⁹.

Dopo la stampa telematica, tra le attività informative online vengono in luce i siti web che, pur non avendo la veste formale della testata giornalistica, contribuiscono a diffondere informazioni in modo sistematico e capillare. È il caso di siti o pagine che pubblicano con modalità atipiche (c.d. post) informazioni che vengono fatte circolare indiscriminatamente tra gli utenti di Internet, tramite collegamento diretto a tali siti o mediante l'accesso agevolato da portali e motori di ricerca specializzati. Esempi tipici di tali mezzi informativi sono i blog, i forum, alcuni social network. Anche in questi casi, come per la stampa online, occorre chiedersi se sia possibile applicare in via analogica o estensiva la disciplina concernente la stampa cartacea, dando prevalenza ad un approccio sostanziale dell'attività informatica³⁰.

In generale, la giurisprudenza di merito sembrava fare una notevole confusione fra stampa cartacea,



stampa telematica, siti informativi online e semplici manifestazioni del pensiero in rete. Si pensi alle incertezze mostrate inizialmente dai giudici nel distinguere tra facoltà ed obbligo di registrazione dei siti informativi online, da cui rischiava di scaturire una coercizione indiscriminata dei blog e di altre pubblicazioni online a iscriversi ai registri dei Tribunali³¹. Per contrastare tale pericolosa china, è intervenuta la Corte di Cassazione, la quale ha assunto atteggiamenti sempre più restrittivi sul punto, rifiutando in modo risoluto l'estensione analogica ai siti web di informazione della disciplina di matrice penalistica, prima, e delle garanzie costituzionali riferite alla stampa, poi³².

Ancora una volta risulta dirimente la sentenza delle Sezioni Unite n. 31022 del 2015, dove si afferma in modo cristallino che, nonostante l'estensione ermeneutica del concetto di "stampa", è necessario tenere ben distinta l'area dell'informazione di tipo professionale, veicolata per il tramite di una testata giornalistica online, dal vasto ed eterogeneo ambito della diffusione di notizie ed informazioni da parte di singoli soggetti in modo spontaneo³³.

Alla luce di quanto detto dalla Corte di Cassazione, dunque, si può affermare che i contenuti informativi rintracciabili su Internet sono soggetti ad una *summa divisio*: da una parte, le testate giornalistiche, dall'altra, tutto il resto³⁴. La seconda è una categoria magmatica, composita, in nessun modo sintetizzabile se non da un punto di vista meramente definitorio che, tuttavia, stante il suo carattere evolutivo, non è detto che non possa conoscere, in futuro, una disciplina armonica.

Sul punto è doveroso far menzione ad un preoccupante fenomeno di matrice sociale, legato ai siti informativi online diversi dalle testate giornalistiche, che sempre più sta prendendo piede negli ultimi tempi: quello dell'affidamento generalizzato dell'utenza della Rete ai contenuti informativi presenti online. Infatti, se da un punto di vista normativo ed anche giurisprudenziale non vi è alcuna assimilazione tra i canali informativi tradizionali, quali la stampa e la radiotelevisione, ed i nuovi mezzi d'informazione presenti nella Rete, quali blog, forum e social network, non si può non vedere come una platea sempre più ampia di cittadini dia credito alle notizie circolanti su Internet, indipendentemente dalla fonte consultata.

La Rete, come è noto, rappresenta un significativo spazio di libertà per la manifestazione del pensiero, un luogo dove con un semplice "click" è possibile accedere a milioni di contenuti informativi provenienti da ogni parte del globo. Tale libertà, tuttavia, ha come negativo contraltare una tendenza a considerare i siti informativi presenti nel cyberspazio tutti – o

quasi – ugualmente degni di fiducia, alla stregua di un quotidiano o di un telegiornale, che invece, al contrario dei siti presenti nella Rete, sottostanno ad un regime normativo stringente sia per quanto riguarda le loro forme che per certi contenuti. Il discernimento fra ciò che su Internet è effettivamente un contenuto informativo certo e documentato, e ciò che invece appare solo come tale, ma nei fatti non lo è, spesso è rimesso alla sensibilità dell'utente. Tutto ciò comporta un forte cambiamento dell'atteggiamento del cittadino nei confronti della partecipazione informativa alla *res publica*, e ciò pone dei seri interrogativi circa la giustificazione o meno di un intervento più incisivo da parte di una autorità garante³⁵ ai fini di una consapevole diffusione e ricezione delle informazioni.

4. Nuovi fenomeni informativi nell'era digitale

Fino a qui è stato affrontato il tema delle nuove forme e modulazioni assunte dai canali informativi grazie all'innovazione tecnologica e digitale. È bene ora approfondire un altro significativo mutamento portato dalla nuova era dell'informazione: quello della crescente importanza del ruolo di quei soggetti che "ordinano" e facilitano il collegamento tra chi produce informazione e chi la vuole ricevere³⁶.

Come è già stato più volte rilevato, la nascita del web ha favorito l'incremento del pluralismo, poiché la Rete ha contribuito all'aumento quantitativo delle fonti consultabili nella valutazione delle notizie, alla neutralità del mezzo rispetto alle informazioni veicolate e all'assenza di controllo da parte dei poteri pubblici o privati – almeno nei paesi democratici – favorita dall'a-territorialità del web. In quest'ottica, il pluralismo dell'informazione ha conosciuto un incremento dato dalla possibilità per le nuove organizzazioni di entrare a far parte del panorama informativo, affiancandosi alle fonti tradizionali e consolidate³⁷.

La convergenza tecnologica e l'avvento di Internet hanno quindi determinato una circolazione continua ed assolutamente decentralizzata di un'enorme massa di dati informativi. Tale esponenziale diffusione di contenuti ha, ovviamente, molteplici risvolti circa la libertà di informazione – anche – passiva. Infatti, parlando di interesse pubblico all'informazione, non si può prescindere dal considerarlo legato al pluralismo delle fonti, fondamentale per ogni Stato democratico poiché direttamente connesso con il profilo passivo della libertà di informazione stessa, inteso come il diritto a ricevere le notizie da fonti il più possibile diversificate. Per garantire che i cittadini possano esercitare i loro diritti e le loro libertà di scelta e di giudizio, ad essi deve essere garantito



il libero accesso alle informazioni che, come è stato già rilevato, non a caso viene considerato un diritto fondamentale³⁸. Il controllo sui flussi di notizie e di dati, al contrario, preluderebbe alla manipolazione dell'opinione pubblica nonché alla concentrazione di potere cui hanno sempre aspirato i regimi autoritari attraverso la censura e il controllo delle reti di informazione. Ancora, da un punto di vista fenomenico, va tenuto in considerazione che una fetta sempre più grande della popolazione recepisce le informazioni "quotidiane" dal cyberspazio, e ciò è agevolato anche dal fatto che i contenuti informativi del web sono spesso gratuiti, e ciò stimola l'interesse e il dibattito pubblico anche di coloro che non acquistano i quotidiani o che non seguono il telegiornale³⁹.

L'estrema apertura di Internet, però, ha portato a riflettere sulla qualità delle notizie offerte, che molti considerano di scarsa qualità, poiché, logicamente, le fonti non sono sempre verificate o verificabili e costituiscono, in alcuni casi, opinioni del tutto arbitrarie. La multipolarità di Internet è dunque la sua forza, ma allo stesso tempo anche il suo limite, dal momento che ogni utente può pubblicare contenuti senza essere vincolato da norme giornalistiche o di etica professionale, bensì agendo semplicemente sulla base del suo diritto alla libertà di espressione ed informazione⁴⁰.

È evidente che, in un contesto del genere, dove non solo i contenuti informativi sono pressoché illimitati, ma anche la possibilità di accedervi è assolutamente libera, coloro che operano una "selezione" dei contenuti attraverso un indirizzamento più o meno invasivo dell'utenza acquistano un potere mastodontico. Tra tali intermediari si annoverano, con ruoli e strutture differenti, i social network ed i motori di ricerca.

Come è facile intuire, questi ultimi hanno un forte impatto sulla mediazione tra contenuti informativi presenti sul web e gli utenti della Rete, poiché essi si pongono come "intermediari digitali" che forniscono l'accesso all'informazione, aiutando il pluralismo inteso tanto come accesso quanto come scelta delle informazioni da parte dei fruitori di Internet. In tal senso, i *search engine* aumentano le fonti da cui attingere e garantiscono la totale personalizzazione dell'esperienza informativa, amplificando il *surplus* informativo tipico della c.d. *information society*. Il loro servizio supporta orizzontalmente coloro che si avvicinano al web, aiutandoli a navigare tra le risorse disponibili in rete e orientandoli nel reperimento delle informazioni. Essi, infatti, a differenza di quanto accade con i siti Internet ed i prodotti editoriali, non nascono per soddisfare bisogni specifici, bensì indirizzano l'utente verso il servizio che sta cer-

cando⁴¹. I motori di ricerca, in un simile contesto, hanno quindi l'importante funzione di mediare tra le fonti di informazione e il pubblico, mettendo a disposizione degli utenti uno strumento essenziale per il reperimento delle notizie che consente di aggregare diverse fonti, siano esse giornalistiche o meno⁴².

I motori di ricerca sono dunque le nostre "guide" della navigazione nel web⁴³. Essi rappresentano quel necessario meccanismo che seleziona quali informazioni devono raggiungere il lettore – e quali no –. I *search engine* predeterminano l'informazione che viene mostrata all'utente sullo schermo e stabiliscono altresì l'ordine in cui tale informazione viene presentata, determinando in questo modo la sua visibilità⁴⁴. È così che un fatto, un'informazione, una storia può essere indicizzata o no e anche se indicizzata può vedersi assegnato dall'algoritmo un ranking differente da cui dipende la sua effettiva capacità di raggiungere il pubblico. Tutto ciò orienta le scelte dell'utente del web in una direzione oppure in un'altra. E ciò assume ancora più importanza perché, come hanno evidenziato diversi studi di "behavioral economics", la generalità degli utenti ritiene che l'informazione ottenuta dal motore di ricerca sia affidabile, rilevante e neutrale⁴⁵.

Si può vedere quindi come il motore di ricerca, rendendo accessibili all'utenza dei significati attraverso delle keyword⁴⁶, strutturi uno spazio di secondo livello, dove *significanti* e *significati* si incontrano grazie all'interconnessione tra sistemi di indicizzazione e di ranking⁴⁷. Ed è qui che nasce un problema culturale: come governare il collegamento tra un significato ed un significante? Tale problematica non ha una valenza puramente semantico-stilistica, ma è alla base di qualsiasi politica di Stato: è lo Stato, infatti, il soggetto che si sforza di costruire un linguaggio comune, valevole tra i consociati, ai fini della promozione di interessi comuni. Ed è chiaro come piattaforme quali Google ed altri motori di ricerca, attraverso sistemi di richiami ipertestuali e algoritmi di ranking, stiano di fatto sintetizzando percorsi conoscitivi (pre-)determinati⁴⁸. Detenendo le chiavi dei cancelli da cui passa l'informazione, possono di fatto influenzare l'orientamento degli utenti e quindi la corretta formazione del consenso e perfino la stessa direzione del dibattito pubblico⁴⁹.

Come si può comprendere facilmente osservando il funzionamento dei motori di ricerca, il modo in cui viene ordinata l'informazione che appare sul nostro schermo dipende dagli algoritmi impiegati dalle diverse piattaforme⁵⁰. I sistemi impiegati da motori di ricerca e social network sono algoritmi basati su decine di "segnali" elaborati da sistemi di *machine learning*. Ciò vuol dire che il programma ha la capa-



cità di insegnare a sé stesso a partire dall'esperienza ed in questo modo i software imparano dai dati analizzati e "prevedono" il futuro, nel senso che stimano la probabilità di un evento⁵¹.

Anche le notizie vengono distribuite tramite algoritmi e sistemi di *machine learning*. Gli algoritmi "personalizzanti" hanno quindi un ruolo fondamentale nei processi di *story selection*, cioè nella selezione dei contenuti da indirizzare a ciascun consumatore. Sono gli algoritmi a decidere quali notizie e informazioni proporre a ciascun utente, non solo sulla base di meccanismi computazionali a sé stanti ma anche sulla base di specifiche preferenze inferite dai dati ricavati dai precedenti comportamenti dell'utente⁵². Gli algoritmi determinano quali devono essere le notizie e le informazioni che ci raggiungono sullo schermo, ma sappiamo assai poco su come essi funzionano, protetti come sono dalle leggi sulla proprietà intellettuale, e molti utenti neppure pensano al ruolo che essi svolgono quando leggono una notizia, che invece appare loro come oggettivamente rilevante e come frutto di meccanismi tendenzialmente neutrali. Non si può non citare sul punto la calzante espressione utilizzata da Frank Pasquale, illustre professore all'Università del Maryland, il quale, per descrivere la trasformazione che stanno vivendo le nostre società parla di "black box society", sfruttando l'ambiguità semantica di questa espressione⁵³. Da una parte, la "scatola nera" registra tutti i nostri movimenti, così come le piattaforme ottengono tutti i dati personali che disseminiamo nel corso della nostra navigazione sul web, per profilarci e poi darci servizi e pubblicità tagliati su misura sulle preferenze di ciascun consumatore. Dall'altra parte, *black box* indica la totale opacità su quello che avviene all'interno della scatola nera e sulla logica seguita per reperire, aggregare, analizzare i dati e predire i comportamenti futuri. In conclusione, quale sarà l'informazione che effettivamente raggiungerà l'utente e influenzerà i suoi comportamenti dipende da un meccanismo avvolto dal segreto e quindi il processo di distribuzione dell'informazione si svolge lasciando chi naviga sul web completamente all'oscuro sulle modalità e i criteri che vengono seguiti⁵⁴.

Gli algoritmi usati da motori di ricerca e social media, personalizzanti e dotati della capacità di auto-apprendimento, oltre a selezionare l'informazione da proporre a ciascun utente della Rete, producono un altro effetto molto importante, da tempo all'attenzione degli studiosi: la chiusura dell'utente dentro una "bolla" costruita sui suoi gusti, sulle sue preferenze, sui suoi preconcetti. Nel 2011, Eli Pariser, pioniere dell'attivismo online, colse perfettamente quello che stava avvenendo nel web con il suo libro

*The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*⁵⁵. In particolare, l'autore già nel 2011 mise in evidenza le conseguenze che sarebbero derivate dalla personalizzazione delle ricerche da *search engine* e social network⁵⁶.

La *filter bubble* può essere descritta come quel fenomeno per cui, in un social network che sfrutta degli algoritmi per definire quali siano le notizie di maggior interesse per l'utente, i post visualizzati da un utente sono sempre più in linea con gli interessi ed i gusti dello stesso. L'algoritmo filtra le notizie e le opinioni provenienti dal mondo esterno facendo arrivare sullo schermo solo ciò che è coerente con la visione della realtà di ciascun utente. La conseguenza è che l'utente tende ad essere esposto solamente a quello che è in sintonia con i suoi pregiudizi e, conseguentemente, si rafforza nelle sue convinzioni. L'utente di Internet finisce spesso per ricevere quindi, come notizie e informazioni, soltanto un'eco delle opinioni e dei gusti che ha manifestato (c.d. *echo chamber*) rafforzandosi ancor di più nei suoi convincimenti⁵⁷. Gli algoritmi, di fatto, stanno costruendo un mondo su misura per ciascuno di noi⁵⁸. E se da un lato ricevere informazioni coerenti con le nostre specifiche preferenze è un grande vantaggio soprattutto a livello pratico, le conclusioni cambiano quando si tratta di vedere come la personalizzazione del web condiziona il funzionamento del dibattito pubblico e la formazione del consenso nell'opinione pubblica.

Per comprendere tali conseguenze è utile la distinzione tra la sovranità del consumatore nel libero mercato e la sovranità del cittadino in una nazione libera. Quando si esalta l'informazione personalizzata, facciamo riferimento al consumatore, a cui rendiamo più facili, efficaci e soddisfacenti le sue scelte di consumo. La sovranità politica ha un diverso fondamento perché richiede un dibattito pubblico in cui possano formarsi e confrontarsi idee diverse, uno spazio in cui possano – debbano – trovare accesso anche le idee più lontane dal *mainstream* culturale dominante. In altre parole, nel codice genetico delle democrazie occidentali si trova, fin dalle sue origini, il c.d. *government by discussion*, cioè il principio secondo cui deve essere garantito un confronto pubblico, aperto tra idee diverse e confliggenti, che permetta a ogni cittadino di scegliere la "sua" verità e che non escluda a priori le voci dissenzianti⁵⁹.

Al contrario, la *filter bubble* porta alla frammentazione del discorso pubblico ed alla chiusura, piuttosto che all'apertura ed al confronto. Si vengono a creare così comunità chiuse, in cui ciascuno esprime le sue opinioni rivolgendosi esclusivamente a chi la pensa allo stesso modo e riceve notizie e informazioni da chi condivide le sue idee, con la conse-



guenza che l'individuo si rinforza nei propri pregiudizi, ritenendoli l'unica verità, finendo per ignorare o considerare sbagliata, infondata e deviante ogni altra idea o ricostruzione non circolante nella sua comunità virtuale⁶⁰.

Come si è potuto osservare, l'avvento di nuovi mezzi comunicativi digitali ha radicalmente cambiato il paradigma del discorso pubblico nelle democrazie occidentali da un duplice punto di vista. Se da un lato ha favorito la diffusione del pensiero alternativo e della c.d. controinformazione, permettendo anche lo sviluppo di innovative e dinamiche forme di democrazia "partecipativa", dall'altro ha incrementato la diffusione di false informazioni con grave nocimento per l'economia e la democrazia. La rete è, nel bene e nel male, «una società c.d. a "potere diffuso" [...] nella gestione della divulgazione di contenuti online»⁶¹ e questo comporta il rischio che la stessa rete sia in grado di inquinare il *public discourse* veicolando informazioni false, le c.d. fake news o bufale⁶².

Sebbene tale fenomeno non rientri propriamente nel concetto di "mezzo informativo", ai fini della completezza del discorso qui intrapreso è necessario, tuttavia, accennare a tale distorsione informativa.

Le fake news sono, come suggerisce la terminologia stessa, delle notizie false. Se è pur vero che tali "bufale" non sono estranee al mondo dell'informazione⁶³, nell'ecosistema di Internet acquistano un'importanza maggiore perché estremamente più ampie sono le possibilità che esse siano prodotte e diffuse capillarmente. Le fake news non hanno nulla a che vedere con le opinioni, in quanto sono vere e proprie menzogne. Sono infatti state definite come quegli articoli recanti notizie che sono intenzionalmente e verificabilmente false che potrebbero trarre in inganno il lettore⁶⁴. Le finalità della diffusione di notizie false possono essere diverse, da questioni personali a motivi economici, o addirittura a esiti politici. In certi casi la circolazione delle fake news avviene con metodi estremamente subdoli: si pensi ad esempio alla creazione di *account* falsi al fine di promuovere esclusivamente fake news, in particolare con lo scopo ultimo di manipolazione politica.

Il problema tecnico che ad oggi si cerca di risolvere è quello della individuazione di meccanismi, criteri e procedure che consentano, magari con l'ausilio degli utenti, di sistemi e di persone che operino un'attività di revisione, asseverando la correttezza o meno di un contenuto informativo⁶⁵. Ciò non appare un fenomeno semplice da gestire, in quanto la circolazione di notizie false ad oggi risulta aggravata dalla mancanza di una regolamentazione di quella particolare "cassa di risonanza" per le notizie che sono i social network, in particolare Facebook. Infatti, se è

vero che i social network non producono direttamente notizie e informazione, essi sono ormai uno dei principali strumenti di diffusione di notizie. Il problema principale delle fake news è legato poi proprio all'effetto amplificativo dei social network: senza la portata estensiva e capillare dei social network, con molta probabilità i siti di notizie false non sarebbero così virali⁶⁶.

Come è stato osservato, infatti, la allarmante diffusione di fake news sui social network è dovuta sia a meccanismi tecnici e strutturali, sia a motivazioni cognitive/sociologiche. I primi derivano dalla capacità dei social network di raggiungere in maniera unilaterale determinati utenti⁶⁷, le seconde sono rappresentate da alcuni fenomeni quali la c.d. *social cascade*, ossia la diffusione a cascata delle informazioni senza un controllo sulla veridicità delle stesse, la c.d. *group polarization*, ossia la polarizzazione "di gruppo", che tende a favorire il rafforzamento di convinzioni all'interno di gruppi omogenei di consociati, ed anche l'influenza delle *prior convictions* (le convinzioni personali) sulla lettura della notizia⁶⁸. A questi caratteri si può aggiungere anche una generale *collective credulity* in relazione ai contenuti online, ossia al fenomeno, in questa sede già commentato, dell'affidamento quasi istintivo dell'utente medio della Rete ai contenuti informativi reperiti online⁶⁹.

La diffusione delle fake news non ha trovato ad oggi una risposta efficace da parte del c.d. *marketplace of ideas*⁷⁰. In attesa della formazione di una coscienza critica rispetto ai contenuti diffusi online sembrerebbe indispensabile lo sviluppo di forme di regolamentazione dei social network che siano in grado di prevenire i gravi rischi di inquinamento del *public discourse* legati alla diffusione di fake news sugli stessi⁷¹.

Infine, non si può non accennare ad un altro fenomeno che sta prendendo campo nel settore delle comunicazioni: quello dei c.d. servizi *zero rating*.

Diversamente da quanto analizzato finora in questa sede, tale – potenziale – fattore di polarizzazione delle informazioni diffuse nella Rete non ha un carattere prettamente "sostanzialistico", quale la diffusione delle fake news, ma investe piuttosto la questione della circolazione di notizie da un punto di vista meramente tecnico-tecnologico.

Occorre tuttavia fare preliminarmente delle precisazioni di carattere tecnico. I due principi fondamentali che stanno alla base di Internet prevedono che i messaggi inviati, scomposti in pacchetti di dati in tecnica digitale, siano veicolati attraverso la rete in modo autonomo ("end-to-end") e il più velocemente possibile ("best effort"). In particolare, il principio di trasmissione *end-to-end* sta ad indicare che l'in-



telligenza della Rete, ossia la sua capacità di controllare e indirizzare i dati, è collocata ai piani più alti del sistema “multilivello” di Internet, e dunque nei punti terminali dove l’utente immette l’informazione o utilizza un’applicazione⁷², mentre i protocolli di comunicazione, che rappresentano la strada su cui passa l’informazione, devono rimanere i più semplici possibili cosicché nessun terminale possa influire sul percorso seguito dal messaggio nel passare dal mittente al destinatario⁷³.

Gli effetti positivi prodotti dall’osservanza di questi principi sono molteplici: basti pensare alle innovazioni “in formato digitale” a cui l’ambiente competitivo di Internet ha consentito di approdare grazie alla neutralità della Rete rispetto ai suoi diversi utilizzi, quali il commercio elettronico e la telefonia online. In secondo luogo, la scelta strutturale che i nodi intermedi attraverso cui vengono veicolate le informazioni non possano differenziare i pacchetti di dati in base al loro contenuto o alla loro provenienza ha sostanzialmente assicurato il rispetto di una regola di non discriminazione nell’accesso all’informazione, imponendo di considerare allo stesso modo tutti i pacchetti di dati inviati sulla rete⁷⁴. Ed è qui infatti che emerge il concetto di “Net neutrality”: tale concetto rileva innanzitutto come un principio di progettazione, divenuto poi un principio giuridico, e riguarda le reti residenziali a banda larga che consentono l’accesso a Internet, a servizi telefonici e a programmi televisivi. Sebbene non esista una nozione unica e generalmente condivisa, si può considerare neutrale una rete se il traffico (cioè i pacchetti IP) che la attraversa è trattato in modo paritario, senza che gli Internet Service Provider (ISPs) possano operare restrizioni arbitrarie, bloccando o rallentando i dispositivi connessi o facendo pagare diversamente gli utenti finali⁷⁵.

Il principio della *Net neutrality* è stato tuttavia messo in crisi dall’aumento esponenziale dei contenuti diffusi in Rete. Ciò ha indotto gli operatori a introdurre forme di intelligenza nella Rete, volte a determinare il contenuto e l’origine dei pacchetti di dati, in modo da disporre un trattamento differenziato⁷⁶. Con l’intento di prevenire o superare la formazione di congestioni di dati, gli operatori che forniscono l’accesso alla rete ISP hanno introdotto in maniera sempre più diffusa pratiche di gestione del traffico consistenti nel reindirizzare, rallentare o velocizzare la trasmissione di alcuni dati rispetto ad altri, segnando così irrimediabilmente il declino dei principi di *end-to-end* e *best effort*⁷⁷. E se è pur vero che tali pratiche di c.d. *network management* si sono rese necessarie, stante l’enorme mole di dati che ogni secondo circolano in rete, dall’altra c’è chi

non ha tardato a cogliere in tali differenziazioni del traffico uno spazio di opportunità concorrenziale. In particolare, ciò si è manifestato nell’introduzione di tariffe differenziate per i diversi operatori, penalizzando la trasmissione dei dati di coloro che non siano disposti a pagare per un trattamento preferenziale dei propri contenuti. Appare dunque evidente come la problematica in esame attenga principalmente al diritto della concorrenza dal momento in cui le condotte che pongono limitazioni alla circolazione delle informazioni non si risolvono in semplici riduzioni del traffico dati, ma determinano restrizioni alla libertà di iniziativa economica ed alla concorrenza a danno di operatori presenti attivamente sulla rete⁷⁸.

La conseguenza operativa di queste pratiche di gestione è peraltro essenzialmente quella di far viaggiare il traffico dati lungo un doppio binario: uno maggiormente predisposto a congestioni, e quindi di minore affidabilità, e uno capace invece di offrire prestazioni superiori a coloro che siano disposti a pagare di più. Sotto questo profilo il timore che si prospetta, dalla prospettiva dell’utente finale, è che la discriminazione del traffico possa di fatto impedire il raggiungimento di determinati siti web, con il conseguente rischio di compressione del diritto all’informazione⁷⁹.

Nel solco di tale prassi concorrenziale, tra le misure di gestione del traffico dati interessate dalle regole sulla *Net Neutrality* sta assumendo un ruolo di rilievo una particolare categoria di pratiche denominate *zero-rating*: esse consistono nell’offerta da parte di fornitori dell’accesso alla rete, prevalentemente mobile, di uno specifico pacchetto di servizi o applicazioni il cui utilizzo è gratuito oppure non viene computato nel consumo del limite di traffico previsto dal contratto per i propri clienti. L’attuazione di queste pratiche commerciali comporta che l’operatore di rete distingua tra diverse fonti di contenuti e servizi, creando per i propri clienti forti incentivi ad accedere ai contenuti e ai servizi loro offerti da alcuni content provider, con i quali hanno stipulato degli accordi, rispetto ad altri. Lampante è quindi il contrasto tra i servizi di *zero-rating* con il principio della *Net Neutrality* secondo cui, come visto, tutti i dati devono essere trattati nello stesso modo⁸⁰.

Si deve tuttavia tener presente che questo tipo di iniziative da parte dei principali content provider sono state avviate in mercati particolari, come quelli dei Paesi emergenti (si pensi in particolare a India e Brasile) e più in generale in via di sviluppo (in Sudafrica, Asia e Africa), caratterizzati da un livello di connettività a Internet ridotto e in cui l’accesso alla rete avviene prevalentemente tra dispositivi di telefonia mobile a costi che sarebbero altrimenti proibitivi per la maggior parte degli utenti. L’attuazione di



pratiche di *zero-rating*, in questo contesto, consente di fatto a milioni di persone, che normalmente rimarrebbero escluse, di accedere a Internet. Ciò, tuttavia, ha, tra gli altri, il potenziale effetto dannoso di portare tali utenti ad una percezione errata di cosa sia veramente Internet, inducendoli cioè a identificare i servizi *zero-rated* con l'intera Rete⁸¹.

5. Conclusioni

L'enorme moltiplicazione di libri in qualsiasi ambito del sapere è uno dei grandi mali di questo tempo, giacché rappresenta uno dei più seri ostacoli all'acquisizione di una corretta informazione, e getta in faccia al lettore cumuli di cianfrusaglie in cui egli deve cercare a penosi tastoni frammenti di materiale utile
E.A. Poe⁸²

Tale citazione mette provocatoriamente in luce una sorta di “paradosso” informativo: non è detto che più vi sia una moltitudine di fonti informative, e più il cittadino risulti correttamente informato.

Questo perché se da una parte il reperimento e la diffusione delle informazioni sono state rese estremamente più agevoli con l'avvento di Internet, dall'altra l'utente della Rete si trova davanti ad un panorama informativo gerarchicamente confuso e diversamente ordinato, di cui non di rado non si riesce ad individuare la fonte informativa primaria e di cui spesso non si conoscono né si comprendono i meccanismi algoritmici che stanno alla base di ogni ricerca effettuata online. La moltitudine di canali informativi, la singolarità dell'interfaccia attraverso cui tali canali informativi si manifestano, e le forzature commerciali che influenzano la navigazione online sono solo alcuni degli aspetti che stanno potenzialmente determinando un approccio scorretto, o comunque limitato, alla risorsa informativa rappresentata dalla Rete. L'utente, lasciato solo in compagnia di uno schermo, è portato a ritenere che quello che Internet, o meglio, i vari canali informativi che Internet veicola, rappresentino la completezza delle risorse informative. E questo non perché i social network e i blog abbiano il monopolio dell'informazione ma perché, purtroppo, viene incolpevolmente meno la sensibilità della generalità degli utenti di capire cosa ci sia dietro e oltre quello schermo, schermo che viene percepito come un'unica, convergente e neutrale “bocca della verità”.

La mancanza di diversificazione dei contenuti informativi trovati in rete ha come sincronica conseguenza la standardizzazione del materiale informativo di cui ogni utente dispone, come suo bagaglio

conoscitivo personale. E ciò non perché l'utente ricerchi sistematicamente le stesse cose degli altri *user*, ma perché è l'impianto algoritmico della ricerca online in sé, per come è stato concepito, costruito e poi manipolato, che determina un notevole e sempre crescente livellamento dei risultati delle query⁸³.

Così l'impianto algoritmico, inteso come l'insieme di regole e meccanismi che intervengono nell'attività di reperimento online delle informazioni, assume metaforicamente le sembianze di Procuste, mitologico brigante, che “livellava” gli sfortunati viandanti fino ad una improbabile *reductio ad unum* di più modi di essere.

Il vero problema legato a fenomeni del genere è un bug nel meccanismo democratico di esercizio consapevole ed informato della sovranità popolare e della partecipazione attiva nello Stato. Ecco perché, innanzitutto, occorre pensare a strumenti idonei a correggere le distorsioni che inevitabilmente si determinano nel nuovo “mercato” dell'informazione. È necessario poi comprendere che in un contesto caratterizzato dall'enorme incremento della capacità trasmissiva, il problema della pluralità delle fonti informative non si pone più tanto in termini oggettivi, come riferito alla pluralità di contenuti presenti nel contesto informativo nel suo complesso, quanto in termini soggettivi, relativamente alla possibilità, per il singolo cittadino, di accedere ad una pluralità di contenuti differenti e scaturenti dai diversi media. È opportuno, infine, riflettere sul ruolo che in questo contesto può svolgere l'esistenza di una categoria di operatori professionali dell'informazione e sulla loro attitudine o meno ad essere adeguatamente formati, riconoscibili e vincolati al rispetto di regole deontologiche comuni⁸⁴.

Note

¹R. BORRELLO, *Alcune riflessioni preliminari (e provvisorie) sui rapporti tra i motori di ricerca ed il pluralismo informativo*, in “La rivista di diritto dei media”, 2017, n. 1, p. 70 ss.

²*Ibidem*.

³G. GARDINI, *Le regole dell'informazione. Dal cartaceo al bit*, Giappichelli, III ed., 2014, p. 50.

⁴*Ivi*, p. 55.

⁵*Ivi*, p. 59.

⁶M.R. ALLEGRI, *Informazione e comunicazione nell'ordinamento giuridico italiano*, Giappichelli, edizione digitale, 2019, p. 229.

⁷*Ivi*, p. 230.

⁸P. CARETTI, A. CARDONE, *Diritto dell'informazione e della comunicazione nell'era della convergenza: stampa, radiotelevisione, telecomunicazioni, internet, teatro e cinema*, Il Mulino, 2019, p. 195.

⁹*Ivi*, p. 237.

¹⁰*Ibidem*.



¹¹La normativa dell'Unione europea ha definito Internet come «essenziale per l'istruzione e l'esercizio pratico della libertà di espressione e l'accesso all'informazione» (cfr. il Considerando n. 4 della *Dir. n. 2009/140/CE*).

¹²P. CARETTI, A. CARDONE, *op. cit.*

¹³Non si può non menzionare il fenomeno dell'*E-democracy*, ossia la democrazia elettronica che procede dal basso (*bottom-up*).

¹⁴G. PITRUZZELLA, O. POLLICINO, S. QUINTARELLI, *Parole e potere: libertà d'espressione, hate speech e fake news*, Egea, 2017, p. 57.

¹⁵*Ivi*, p. 59.

¹⁶*Ivi*, p. 57.

¹⁷Quali ad esempio lo spettro limitato delle frequenze disponibili. *Ivi*, p. 55.

¹⁸*Ivi*, p. 58.

¹⁹Le testate online vengono infatti aggiornate in modo pressoché continuo nell'arco della giornata.

²⁰G. GARDINI, *Le regole dell'informazione. L'era della post-verità*, Giappichelli, IV ed., 2017, p. 254.

²¹Cfr. artt. 595 e 596-bis c.p.

²²Cfr. art. 663-bis c.p.

²³Legge 7 marzo 2001, n. 62, *Nuove norme sull'editoria e sui prodotti editoriali e modifiche alla legge 5 agosto 1981, n. 416*.

²⁴G. GARDINI, *Le regole dell'informazione. L'era della post-verità*, cit., p. 256.

²⁵*Ex multis*, sentt. Cass. pen. sez V, n. 44126/2011, Cass. pen., sez. V, n. 30065/2010, Cass. pen., sez. V, n. 31392/2008, Cass. pen., sez. V, n. 1907/2008.

²⁶E ancora sul punto: «L'informazione professionale, pertanto, può essere espressa non solo attraverso lo scritto (giornale cartaceo), ma anche attraverso la parola unita eventualmente all'immagine (telegiornale, giornale radio) o altro mezzo di diffusione, qual è internet (giornale telematico); e tutte queste forme espressive, ove dotate dei requisiti richiesti, non possono essere sottratte alle garanzie e alle responsabilità previste dalla normativa sulla stampa. [...] Conclusivamente, il giornale telematico, sia se riproduzione di quello cartaceo, sia se unica e autonoma fonte di informazione professionale, soggiace alla normativa sulla stampa, perché ontologicamente e funzionalmente è assimilabile alla pubblicazione cartacea». Sent. Cass. SS.UU. pen. n. 31022 del 2015.

²⁷Sent. Cass. SS.UU. civ., n. 23469/2016; G. GARDINI, *Le regole dell'informazione. L'era della post-verità*, cit., p. 259.

²⁸*Ibidem*.

²⁹Ancora sent. Cass. SS.UU. pen. n. 31022 del 2015; *ivi*, p. 260.

³⁰*Ivi*, p. 261.

³¹Per esempio sent. Trib. Firenze, I sez. pen., 13 febbraio 2009, n. 983.

³²G. GARDINI, *Le regole dell'informazione. L'era della post-verità*, cit., p. 261 ss.

³³Sent. Cass. SS.UU. pen. n. 31022 del 2015, in cui, fra l'altro, gli Ermellini analizzano le forme più comuni di siti informativi alternativi alla stampa quali forum, social network, blog.

³⁴G. GARDINI, *Le regole dell'informazione. L'era della post-verità*, cit., p. 262.

³⁵Si è discusso non solo di un possibile autogoverno della rete, ma anche dell'introduzione di Carte dei diritti sovranazionali. Per un approfondimento sul tema, S. RODOTÀ, *Una costituzione per Internet?*, in «Politica del diritto», 2010, n. 3, pp. 337-352.

³⁶G. PITRUZZELLA, O. POLLICINO, S. QUINTARELLI, *op. cit.*, p. 58 ss.

³⁷L. BOLOGNINI, G. RAGUSA, C. BISTOLFI et al., *Effetti dei motori di ricerca sul pluralismo dell'informazione. Aspetti giuridici e di analisi econometrica*, 2014, p. 10 ss.

³⁸Da un punto di vista di diritto sovranazionale, anche l'articolo 11 della Carta dei Diritti Fondamentali dell'Unione europea afferma che la libertà e il pluralismo dei mezzi di comunicazione devono essere rispettati come elementi essenziali della democrazia promossa dall'Unione, mentre l'articolo 10 della CEDU esclude che «vi possa essere ingerenza da parte delle autorità pubbliche». Cfr. L. BOLOGNINI, G. RAGUSA, C. BISTOLFI et al., *op. cit.*, p. 10.

³⁹*Ibidem*.

⁴⁰*Ivi*, p. 11.

⁴¹A differenza dell'editoria «nativa digitale», i c.d. «aggregatori», quali i motori di ricerca, i social networks ed altri portali, ai sensi del d.lgs. n. 70/2003 vengono classificati quali «prestatori di servizi nella società dell'informazione» e sono pertanto esenti da una serie di responsabilità in virtù della presunta assenza di controllo del materiale informativo da essi veicolato. R. BORRELLO, *op. cit.*, p. 11.

⁴²*Ivi*, p. 12.

⁴³Come «afferma» lo stesso Google, «the Internet... makes information available. Google makes information accessible». G. PITRUZZELLA, O. POLLICINO, S. QUINTARELLI, *op. cit.*, p. 62.

⁴⁴In particolare, vi sono tre elementi essenziali del funzionamento del motore di ricerca: il primo è il c.d. *crowding*, ossia la ricerca effettiva dei dati. Vi è infatti un algoritmo (c.d. spider) che «gira» continuamente alla ricerca di informazioni e legge attraverso la semantica i contenuti delle pagine. Il secondo elemento è rappresentato dall'indicizzazione, ossia l'associazione tra una certa ricerca semantica ed un determinato risultato, un «indice» di pagine web. Infine, vi è il c.d. *ranking*, ossia la gestione effettuata dal motore di ricerca dei risultati delle pagine web emergenti dalla ricerca ed il loro posizionamento nell'elenco indicizzato. Si segnala che tale attività deve essere permessa dai proprietari delle pagine e può essere anche vietata. Google inizialmente poteva andare ovunque nello spazio digitale, oggi invece è possibile precludere l'ingresso al motore di ricerca alla propria pagina web selezionando l'opzione «no spider». Fra l'altro, il *dark web* (ossia uno spazio del web precluso agli spider) ha visto la sua nascita proprio a partire dall'esigenza di non essere «ricercabili».

⁴⁵R. BORRELLO, *op. cit.*, p. 12.

⁴⁶Le «chiavi di ricerca» a livello semantico.

⁴⁷Da un punto di vista tecnico, l'indagine dei motori di ricerca è così strutturata: il c.d. *crawler* (ossia un software che analizza i contenuti di una rete in un modo metodico e automatizzato) raccoglie le informazioni da un sito di partenza, visitando i suoi *hyperlink* (i collegamenti ipertestuali che rimandano ad altri contenuti informativi presenti nel cyberspazio); i siti che fanno capo agli *hyperlink* sono a loro volta scansionati dal *crawler*, innescando così una ricerca transitivamente progressiva.

⁴⁸Si tratta di capire in che misura un motore di ricerca può promuovere modi alternativi di pensiero. Un esempio che può far capire la silenziosa invasività dei motori di ricerca è il seguente: si ponga il caso di un motore di ricerca che abbia un sistema di blocco per le pubblicità più intrusive, al fine di minimizzare possibili casi di truffe online. Tale blocco potrebbe essere considerato come un principio di censura poiché ad oggi, se un determinato prodotto non ha possibilità di essere pubblicizzato (e pertanto visto) sul web, la diffusione e distribuzione di tale prodotto è destinata al fallimento.

⁴⁹Sul punto non si possono non ricordare i *case study* rappresentati, tra gli altri, dalla campagna elettorale negli USA conclusa con l'elezione di Trump e il referendum in Gran Bretagna per la Brexit. R. BORRELLO, *op. cit.*



⁵⁰ Ai fini del nostro discorso è bene sottolineare che l'algoritmo è un procedimento matematico di calcolo, descrivibile con un numero finito di regole, ovvero un'istruzione proceduralizzata per l'esecuzione di un'operazione più o meno complessa o la risoluzione di un problema.

⁵¹ G. PITRUZZELLA, O. POLLICINO, S. QUINTARELLI, *op. cit.*, p. 65. Quando utilizziamo Internet ci imbattiamo frequentemente in sistemi che auto-apprendono: ne sono un esempio i traduttori automatici, i sistemi di raccomandazione di Amazon, Netflix e Pandora, i sistemi di riconoscimento vocale, i filtri anti-spam dei servizi di posta elettronica.

⁵² Ad esempio, Google dal 2015 ha introdotto il "RankBrain", un segnale attraverso il quale dovrebbe essere possibile riconoscere il senso della richiesta fatta dall'utente, al di là del fatto che singole parole chiave siano contenute nella sua query. *RankBrain* analizza correlazioni tra più query di ricerca, creando impronte comuni. Pertanto, anche se la ricerca è impostata in modo ambiguo, può comunque ottenere una risposta precisa, proprio perché correlata ad altre ricerche sul medesimo tema. *Ivi*, p. 65.

⁵³ F. PASQUALE, *The Black Box Society. The Secret Algorithms That Control Money and Information*, Harvard University Press, 2015.

⁵⁴ G. PITRUZZELLA, O. POLLICINO, S. QUINTARELLI, *op. cit.*, p. 65. In realtà, anche le *tech companies* stanno iniziando a rendersi conto che un difetto di trasparenza può pregiudicare la loro reputazione. Così, ad esempio, Google ha iniziato ad adottare delle linee guida che indicano come l'algoritmo dovrà operare. *Ivi*, p. 65 ss.

⁵⁵ E. PARISIER, *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*, Penguin, 2011.

⁵⁶ G. PITRUZZELLA, O. POLLICINO, S. QUINTARELLI, *op. cit.*, p. 67. La personalizzazione delle ricerche è stata introdotta da Google il 4 dicembre 2009. Da quel momento, l'algoritmo di ricerca "Page Rank" iniziò a formulare i risultati più adatti al singolo utente, dando inizio alla c.d. "era della personalizzazione" del web. Un analogo meccanismo di personalizzazione è utilizzato da Facebook.

⁵⁷ Il costituzionalista statunitense C.R. Sunstein ha spiegato bene il ruolo delle *echo chambers* nella costruzione del c.d. *daily me*, che si rafforza a seconda del livello di partecipazione, anche politica, nei contesti digitali. C.R. SUNSTEIN, *Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*, Princeton University Press, 2017, p. 3 ss., cit. da M. BETZU, G. DEMURO, *I big data e i rischi per la democrazia rappresentativa*, in "MediaLaws", 2020, n. 1, p. 218.

⁵⁸ G. PITRUZZELLA, O. POLLICINO, S. QUINTARELLI, *op. cit.*

⁵⁹ *Ivi*, p. 68.

⁶⁰ *Ivi*, p. 69. Tale fenomeno prende il nome di "confirmation bias".

⁶¹ E. FALLETTI, *Internet: la diffusione della cultura non accademica e la formazione dell'opinione pubblica*, in "Cyberspazio e diritto", 2009, n. 3-4, p. 325.

⁶² M. MONTI, *Regolazione, Internet e tecnica: le implicazioni di motori di ricerca e social networks sulla libertà di informazione*, in "Federalismi.it", 2017, n. 24.

⁶³ Si pensi a quella che è stata chiamata la "Great Moon Hoax": nel 1835 il *New York Times* pubblicò una serie di articoli che parlavano della scoperta della vita sulla Luna. O ancora, alla "Flemish Secession Hoax", quando una stazione televisiva belga pubblicò nel 2006 la notizia che il Parlamento fiammingo avrebbe dichiarato la secessione dal Belgio. G. PITRUZZELLA, *La libertà di informazione nell'era di Internet*, in G. PITRUZZELLA, O. POLLICINO, S. QUINTARELLI, *op. cit.*, p. 71. Sul punto è opportuno fare un'ulteriore precisazione: sono gli algoritmi stessi, talvolta, ad amplificare la risonanza delle fake news, e ciò per un motivo molto banale: ad oggi, gli

algoritmi legati al funzionamento di social network e motori di ricerca, non hanno lo scopo di filtrare le notizie vere da quelle false, ma hanno quello di presentare all'utente notizie in linea con i suoi interessi ed opinioni, in modo tale da prolungare il più a lungo possibile la permanenza su una specifica piattaforma digitale. G. MARCHETTI, *Le fake news e il ruolo degli algoritmi*, in "MediaLaws", 2020, n. 1, p. 32.

⁶⁴ Definizione fornita da H. ALLCOTT, M. GENTZKOW, *Social Media and Fake News in the 2016 Election*, in "Journal of Economic Perspectives", vol. 31, 2017, n. 2, p. 211 ss.; G. PITRUZZELLA, O. POLLICINO, S. QUINTARELLI, *op. cit.*, p. 73.

⁶⁵ S. QUINTARELLI, *Content moderation: i rimedi tecnici*, in G. PITRUZZELLA, O. POLLICINO, S. QUINTARELLI, *op. cit.*, p. 100.

⁶⁶ M. MONTI, *op. cit.*, p. 83.

⁶⁷ Si tratta del c.d. fenomeno della capillarizzazione dell'informazione.

⁶⁸ È istintivamente più facile credere ad una notizia che conferma le proprie opinioni, anziché ad una notizia che le smentisce.

⁶⁹ *Ibidem*.

⁷⁰ Espressione coniata da John Stuart Mill tesa ad indicare la comunicazione e scambio delle idee intesi secondo il modello dell'economia liberista del libero mercato dove il confronto tra le merci fa prevalere le migliori per prezzi e qualità: allo stesso modo la "libera concorrenza" applicata sul mercato delle idee farebbe emergere le idee migliori, quelle "vere".

⁷¹ M. MONTI, *op. cit.*, p. 87 ss. L'inefficienza delle soluzioni giuridiche regolamentari fino ad oggi proposte, quali la rettifica – inefficace per la portata geograficamente più limitata e temporalmente post-datata rispetto alla primaria notizia falsa –, ha portato all'attivazione *motu proprio* di quegli stessi soggetti che sono i "portatori sani" di fake news, quali Facebook. A partire dal 2017, infatti, dopo innumerevoli tentativi fallimentari di lotta alla diffusione di fake news, Facebook ha deciso di intraprendere una nuova strategia di contrasto alle bufale, per il momento solo negli USA. Dopo la segnalazione, attuabile da qualsiasi utente, dei contenuti ritenuti falsi segue un controllo della veridicità della notizia da parte di una squadra di professionisti dell'informazione. Questo controllo è articolato su un *double check* di agenzie di *fact-checking* il cui parere negativo sulla correttezza della notizia comporta la segnalazione della stessa come notizia "non attendibile". Per un approfondimento tecnico sul "content moderation", v. S. QUINTARELLI, *op. cit.*, p. 99 ss.

⁷² Si pensi all'invio di una e-mail.

⁷³ V. PAMPANIN, *I nuovi protagonisti del mondo digitale tra neutralità della Rete e accesso all'informazione*, in "Informatica e diritto", 2017, n. 1-2, pp. 237-258.

⁷⁴ *Ivi*, p. 238.

⁷⁵ R. CALISE, *Quattro cose che non sapevi sulla net neutrality: storia di una lite in USA*: «Volendo visualizzare questo concetto, si potrebbe immaginare i *providers* come compagnie postali incaricate della consegna di pacchetti-dati, da porta a porta, passando attraverso il loro centro di smistamento. Questa consegna avviene senza che il *provider* possa regolare la velocità in base al tipo di contenuto del pacchetto dati: non sono possibili riduzioni e aumenti ("throttling") o blocchi ("blocking") della quantità di banda destinata alla trasmissione dei dati, indipendentemente dalla loro natura (o dal loro contenuto)». Fondamentale, sul punto, è stata la sentenza della Corte d'Appello di Washington nel 2014, dove sono state elaborate cinque regole funzionali alla *Net Neutrality*: 1) *No blocking*; 2) *No throttling*; 3) *No paid prioritization*; 4) *A catch all standard*; 5) *Transparency*.

⁷⁶ V. PAMPANIN, *op. cit.*, p. 238. Le motivazioni sono state molteplici e vanno dall'esigenza di garantire la sicurezza



za del sistema (si pensi al problema della diffusione di virus tramite spam) al contrasto della criminalità informatica (in riferimento ad esempio alla tutela del diritto d'autore).

⁷⁷ *Ibidem.*

⁷⁸ *Ivi*, p. 239.

⁷⁹ *Ivi*, p. 240. «Il rischio di un abuso dei sistemi di *network management* attraverso il ricorso a pratiche discriminatorie si è effettivamente concretizzato in America, in più occasioni, come nel caso Madison River del 2005, in cui un ISP ha bloccato il servizio di telefonia online di un operatore concorrente; oppure nel caso Comcast del 2007, in cui l'operatore dominante della televisione via cavo in America aveva bloccato applicazioni di *file sharing*». Sul punto: «È tuttavia lo stesso inventore del web Tim Berners-Lee ad aver chiarito che Net Neutrality non equivale a chiedere un'Internet gratis per tutti; assicurare la neutralità della Rete non significa cioè che una persona non debba pagare più soldi per avere un servizio di alta qualità. Viene infatti sottolineato da più parti come la gestione della Rete non possa restare imbrigliata nelle maglie di un controproducente egualitarismo e non debba pertanto seguirsi un'interpretazione assolutizzante del principio di neutralità della Rete, che potrebbe risultare contraria agli stessi interessi degli utenti finali e rivelarsi quindi un ostacolo per lo sviluppo di Internet», *ivi*, p. 242.

⁸⁰ *Ivi*, pp. 247-249. In particolare, vengono ricondotte alla categoria *zero-rating* tre distinte forme di *zero-rating*: la prima è quella per cui un content provider si accorda con uno o più operatori di telecomunicazione per fornire ai suoi clienti

l'accesso libero e gratuito ad un proprio sito o servizio (*single site/service zero-rating*). La seconda è la pratica cosiddetta degli "sponsored data", in cui un *content provider* paga l'operatore di rete per fornire gratuitamente ai suoi clienti l'accesso a un particolare servizio o contenuto. Infine, l'ultima modalità consiste in una pratica composita, detta "compound zero-rating", grazie a cui una o più società finanziatrici (normalmente grandi *content providers*) si associano a un fornitore di servizi telefonici per garantire ai suoi clienti l'accesso gratuito ad una selezione di siti e servizi.

⁸¹ *Ivi*, p. 250.

⁸² Cfr. S. QUINTARELLI, *op. cit.*, p. 99.

⁸³ «Perché diavolo Netflix sa sempre esattamente quello che voglio vedere? [...] Forse Netflix ha sviluppato davvero un sistema che è in grado di prevedere i gusti dei suoi utenti e di farlo ragionevolmente bene. Forse questo sistema non è programmato per modificare i nostri gusti [...]. Forse però il sistema sviluppato da Netflix è talmente potente, si è talmente specializzato conquistando sempre più capacità di calcolo, che non si riesce più a controllarlo troppo bene e nessuno sa esattamente in base a quali criteri consiglia quella determinata persona in quel determinato luogo». Cfr. G.L. CONTI, *Introduzione*, in M. PIETRANGELO, F. ROMANO, G.L. CONTI (a cura di), *"Social media e diritti. Diritto e social media"*, Edizioni Scientifiche Italiane, 2017, p. 31.

⁸⁴ M. CUNIBERTI, *Tecnologie digitali e libertà politiche*, in *"Il Diritto dell'informazione e dell'informatica"*, 2015, n. 2, p. 312.

* * *

Procuste's bed of web informative systems: a fake pluralism?

Abstract: This paper presents an analysis of some of the main issues related to the circulation of information in the Digital Age. The study starts from a general survey of the constitutional architecture and it undertakes a review of the content of the right to inform and to be informed. The study aims to scan the differences between the new and the old *mass media*, focusing on the organization of information channels afterwards the incoming of the Internet, of new information phenomena like fake news and filter bubble, and of the role of intermediaries involved in online research, such as search engines and social networks.

Keywords: Pluralism – Information – Algorithm – Internet