

The market place of ideas
nell’era della post-verità: quali
responsabilità per gli attori pubblici
e privati *online*? *

The Market Place of Ideas in the
Post-Truth Age: which Liability for
Public and Private Actors on the
Internet?

* L’articolo è stato sottoposto, in conformità al regolamento della Rivista, a referaggio a "doppio cieco".

Giovanni De Gregorio

Dottorando di ricerca in Diritto costituzionale, Università degli Studi di Milano “Bicocca”

Abstract

Nella società dell'informazione il web è diventato fonte di notizie e di conoscenza. Una sempre maggiore fetta della popolazione tende a soddisfare il proprio bisogno informativo attraverso la consultazione di svariate piattaforme *online* sebbene i tradizionali canali di comunicazione quali TV e radio conservino tutt'ora un ruolo rilevante. L'aumento delle fonti di informazioni ha condotto ad un incremento del pluralismo informativo rendendo spesso difficile per il cittadino medio discernere tra le numerose informazioni offerte sulla rete. Grazie alla possibilità di accedere a tali contenuti direttamente dal proprio *device* in ogni momento della giornata, le notizie *online* hanno assunto una forte influenza sulla formazione dell'opinione pubblica e, di conseguenza, sulla società nel suo insieme. Negli ultimi mesi la sempre maggiore diffusione di notizie false sul web, conosciute come *fake news*, ha acceso il dibattito sulla libertà di espressione e sui diritti degli utenti nel *free market place of ideas*. In tale contesto, nonostante il concetto di *free market place of ideas* possa affascinare i difensori della libertà di espressione, tuttavia nell'attuale sistema europeo dei diritti non è possibile far prevalere incondizionatamente la libertà di espressione sugli altri diritti fondamentali che, in quanto tali, meritano di essere tutelati attraverso un'attività di bilanciamento che avviene *ex-ante* da parte del legislatore in sede di emanazione delle leggi o *ex-post* da parte delle Corti. A tal punto, risulta necessario un ripensamento del concetto di *free market place of ideas*, e, pertanto, sarà opportuno esaminare il ruolo degli attori pubblici e degli attori privati nella società dell'informazione – o meglio nel nuovo *digital market place of ideas*.

In the information society, the Internet has become one of the main source of information and knowledge. People increasingly rely on different online platforms in order to satisfy their information needs although the traditional channels of communications, such as TV and radio, still play a relevant role. However, the development of new sources of information has led to the increase of media pluralism, making particularly difficult for citizens to understand the level of truth of the online information. Moreover, thanks to the possibility to access online contents directly by using personal devices in any situation, the online information has strongly impacted on the formation of the public opinion and, consequently, on the overall society. In the last months, the diffusion of fake news on the Internet has led to the development of a debate about the freedom of expression online and the rights of users in the free market place of ideas. Although the free market place of ideas doctrine could fascinate the supporters of freedom of expression, however, in the current European framework of protection of fundamental rights, freedom of expression cannot always prevail over the other fundamental rights which deserve protection through the balancing activity performed by public actors. Hence, it is necessary to contextualize the free market place of ideas doctrine in the information society in order to understand the role of public and private actors in the new digital market place of ideas.

Sommario

1. *Fake news* e post-verità. - 2. La metafora giuridica del *free market place of ideas*. - 3. Il ruolo degli attori pubblici nella società dell'informazione. - 4. Il regime di responsabilità delle piattaforme online. - 5. La responsabilità dei social network: attività di selezione e controllo attraverso l'utilizzo di algoritmi. - 6. Conclusioni.

libertà di espressione
responsabilità degli ISP
social network
fake news
Internet

1 Fake news e post-verità.

Negli ultimi mesi la sempre maggiore diffusione di notizie false sul web, le cosiddette *fake news*, ha acceso il dibattito sulla libertà di espressione, in particolare sul concetto di post-verità. Il termine post-verità, ormai diffusosi a seguito degli avvenimenti riguardanti le elezioni presidenziali negli Stati Uniti e il referendum sulla Brexit, non è tuttavia di facile definizione. L'Oxford Dictionary, scegliendo il termine *post-truth* come parola dell'anno 2016, ha fornito la seguente definizione: «*relating to or denoting circumstances in which objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to emotion and personal belief*». In altre parole, con la suddetta espressione ci si riferisce alla sfera delle argomentazioni, caratterizzate da un forte appello all'emotività, spesso radicate su credenze diffuse e su fatti non verificati, che tendono ad essere accettate come realtà, influenzando l'opinione pubblica convinta del senso logico-emozionale delle affermazioni presentate.

Seppur il suddetto termine risulta essere stata coniato in tempi piuttosto recenti¹, il fenomeno non è sconosciuto nella storia: da tempo immemore l'emotività e i pregiudizi hanno influenzato la verità connotandola di elementi tutt'altro che oggettivi. In particolare, da sempre nello scontro politico o nella concorrenza commerciale lo screditamento dell'avversario o del concorrente attraverso notizie false o non del tutto vere ha costituito uno strumento forte di influenza dell'opinione pubblica². Tuttavia, comprendere quali notizie possano essere definite *fake* e quali invece debbano essere tollerate ricadendo all'interno dell'ambito di protezione della libertà di manifestazione del pensiero può non risultare sempre immediato. Nei sistemi costituzionali occidentali la libera manifestazione del pensiero costituisce uno dei capisaldi dei sistemi democratici e, come tale, gode di un riconoscimento di matrice costituzionale tutelando anche espressioni del pensiero diverse anche se opposte alla propria posizione o particolarmente critiche. La portata della libertà di espressione è inoltre alla base di ulteriori valori costituzionali come la libertà di ricerca scientifica e artistica o la libertà di professare liberamente il proprio culto.

Secondo la definizione fornita Allcott e Gentzkow, le *fake news* comprenderebbero quegli articoli le cui notizie o informazioni sono intenzionalmente false nonché possibili da verificare tali da trarre in inganno i lettori³. Sulla base di tale definizione, soltanto le notizie false e capaci di ingannare i lettori rientrerebbero nel campo delle *fake news*. Al contrario, molte altre informazioni che sembrerebbero ricadere nell'ambito delle notizie false, potrebbero invece essere ritenute espressioni libere del pensiero di ciascuno⁴. In particolare, è necessario sottolineare la differenza che sussiste tra i fatti e le opinioni espresse in merito, essendo i primi connotati di un livello di veridicità spesso accertabile diversamente dalle opinioni che consistono in giudizi critici o ipotetici sui medesimi fatti. Il rischio di concentrarsi sul censurare le opinioni piuttosto che condannare quei dati fattuali che risultano falsi condurrebbe a rendere impossibile in astratto mettere in dubbio lo *status quo* dal momento che ogni opinione riconducibile ad un messaggio ostile o divergente rispetto allo stato dei fatti verrebbe probabilmente etichettata come falsa.

Il breve inquadramento proposto non sembra chiarire però il motivo per cui il dibattito sul tema si sia (ri)acceso. Infatti, ciò che ha spinto l'opinione pubblica ad interessarsi alle notizie false attiene al mezzo con cui vengono diffuse ossia la rete, o più in generale il mondo dei bit. Nella società dell'informazione il web sta diventando fonte – spesso primaria – di notizie e di conoscenza. Una sempre maggiore fetta della popolazione tende a soddisfare il proprio bisogno informativo attraverso la consultazione di svariate piattaforme *online*, nonostante occorra sottolineare che in molti paesi tra cui l'Italia la fruizione delle informazioni sia legata in gran parte ai canali tradizionali, in

¹ Secondo la breve ricostruzione fornita dall'Oxford Dictionary, il termine *post-truth* fu usato per la prima volta nel 1992, in un articolo scritto dal drammaturgo Steve Tesich, apparso sulla rivista statunitense The Nation. In merito al caso Iran-Contra e sulla prima guerra del Golfo, Tesich scriveva: «noi, come popolo libero, abbiamo liberamente scelto di voler vivere in una specie di mondo di post-verità».

² Le *fake news*, infatti, non costituiscono una novità o una rivoluzione nel mondo dell'informazione. Un esempio non troppo recente risale al 1835 quando il New York Times ha pubblicato una serie di articoli che parlavano della scoperta della vita sulla Luna (“Great Moon Hoax”). Un esempio meno risalente riguarda una stazione televisiva pubblica belga che, nel 2006, riportava che il Parlamento fiammingo avrebbe dichiarato la secessione dal Belgio, notizia che fu ritenuta vera da molti telespettatori (“Flemish Secession Hoax”). Spunti interessanti di riflessione sulla società moderna si ricavano da Z. Baumann, *Modernità liquida*, Bari-Roma, 2011. Si veda anche J. Baldwin-Philippi, *Using Technology, Building Democracy. Digital Campaign and the Construction of Citizenship*, New York, 2015.

³ H. Allcott - M. Gentzkow, *Social Media and Fake News in the 2016 Election*, in 31(2) *Journal of Economic Perspectives*, 2017, 211 ss.

⁴ Si pensi in particolare gli errori colposi derivanti dalla diffusa credenza riguardo uno specifico fatto, spesso stimolati da notizie frammentate del web che non originano da una particolare fonte che essendo comunicati tra gli internauti acquistano credibilità non attraverso la verifica dei relativi fatti, ma tramite l'accettazione sociale della loro veridicità. Un altro esempio è la satira che è formata interamente da opinioni su fatti presentate in modo critico oppure i risultati del giornalismo investigativo che spesso non sono del tutto veritieri a causa di ricostruzioni dei fatti basate su ipotesi.

particolare la televisione⁵. Tra le diverse piattaforme *online* è possibile distinguere tra quelle che forniscono servizi tradizionali di informazione, come i giornali e le radio, che hanno esteso la loro attività anche sul web e dall'altra i *social network* dove le informazioni non derivano da un preciso progetto editoriale dalla piattaforma, ma sono il frutto degli *upload* degli utenti. L'aumento delle fonti di informazioni ha condotto ad un incremento del pluralismo informativo rendendo spesso difficile per il cittadino medio discernere tra le numerose informazioni offerte sulla rete⁶. Grazie alla possibilità di accedere a tali contenuti direttamente dal proprio *device* in ogni momento della giornata senza sostenere alcun costo se non quello legato al traffico dati, le notizie *online* hanno assunto una forte influenza sulla formazione dell'opinione pubblica e, di conseguenza, sulla società nel suo insieme. Nonostante l'ascesa del pluralismo informativo sia da considerarsi generalmente un fenomeno particolarmente positivo per lo sviluppo e il mantenimento di società democratiche dal momento che contribuisce a promuovere diverse manifestazioni del pensiero in un confronto sempre più eterogeneo, tuttavia occorre sottolineare come il "sovraccarico informativo" della rete ha condotto gli internauti a ridurre sempre più il tempo speso per i singoli contenuti divenendo sempre meno attenti⁷.

In un tale contesto, lo sviluppo delle nuove tecnologie, in particolare quelle legate agli algoritmi, ha reso ancor più complesso il quadro d'insieme dal momento che, oltre alla difficoltà di orientarsi nell'infinito numero di informazioni a disposizione, i cittadini non sono consapevoli delle implicazioni derivanti dall'implementazione di tecnologie di profilazione che, utilizzando meccanismi di decisione automatizzata, stabiliscono la presentazione e l'organizzazione dei contenuti ossia l'*an*, il *quantum* e il *modus* con cui le informazioni vengono presentate sulla base di interessi e logiche scarsamente trasparenti⁸. Nel libro "The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You"⁹, Pariser ritiene che il fenomeno della "personalizzazione" dei contenuti *online* comporta la creazione di bolle di filtraggio all'interno delle quali ciascun internauta rimane isolato da ciò che differisce dai propri interessi sulla base di un mero calcolo algoritmico. In altre parole, durante la navigazione sul web, gli algoritmi delle più note piattaforme *online* quali ad esempio Google e Facebook selezionano le informazioni da mostrare agli utenti sulla base di criteri, quali ad esempio le precedenti ricerche o il tempo di visualizzazione di un singolo contenuto. Tali criteri sono di volta in volta aggiornati ai fini di ottenere una profilazione sempre più precisa degli utenti che sono spinti a fruire maggiormente di quelle informazioni che appartengono maggiormente alle proprie categorie d'interessi con un conseguente svilimento del pluralismo informativo esistente.

La mancanza di consapevolezza di tale quadro d'insieme da parte della maggior parte dei fruitori delle informazioni *online* comporta che gli internauti non siano particolarmente attenti nel verificare il grado di veridicità delle notizie *online* considerata inoltre la mole di informazioni da fronteggiare.

Attraverso uno sforzo di semplificazione è possibile individuare i due opposti schieramenti del dibattito relativo alla post-verità: da un lato, vi sono i sostenitori della libertà di espressione i quali ritengono che la propria libertà di manifestazione del pensiero debba essere garantita anche nella sua estensione *online*, dall'altro, vi sono le posizioni maggiormente garantiste di coloro i quali ritengono che, sebbene la libertà di espressione debba essere tutelata in quanto diritto fondamentale sui cui si basa ogni società democratica, tuttavia, il mezzo con cui vengono diffuse le informazioni

⁵ Su tale punto risulta opportuno segnalare il documento annuale prodotto dall'agenzia Eurostat, *Community survey on ICT usage in Households and by Individuals*. Secondo la relazione annuale 2016 dell'AGCOM la televisione rappresenta tuttora il mezzo con la maggiore valenza comunicativa. Al riguardo, una recente indagine condotta da SWG per l'autorità relativa al 2015, ha rilevato come la quasi totalità della popolazione (il 96%) ha avuto accesso alla Tv nella settimana precedente alla rilevazione, visualizzando i contenuti audiovisivi mediante diversi dispositivi. Si vedano inoltre i dati Istat sull'utilizzo dei mass media tradizionali pubblicati su <http://dati.istat.it/> che evidenziano come la televisione risulta il mezzo più utilizzato dalla popolazione italiana, mentre la percentuale dell'utilizzo di Internet si colloca a livelli inferiori.

⁶ Sul tema del pluralismo informativo si veda F. Donati, *Democrazia, pluralismo delle fonti di informazione e rivoluzione digitale*, in *Federalismi.it*, 20 novembre 2013.

⁷ Il dibattito sull'*information overload* comprende posizioni diverse. Sul punto di cui sopra si vedano in particolare J. Ellul, *The Technological Bluff*, Grand Rapids, 1990; N. Postman, *Technopoly: The surrender of Culture to Technology*, New York, 1992. Alcuni autori, tra i quali Wurman e Lewis, hanno inoltre sostenuto come l'*information overload* sia alla base di alcune condizioni di stress derivanti dal dover fronteggiare una quantità eccessiva di dati e informazioni denominando tali forme come *Information Fatigue Syndrome* (IFS) e *Information Anxiety*.

⁸ Il tema della trasparenza dei processi decisionali automatizzati risulta il cuore del dibattito sulla regolamentazione degli algoritmi e sulle loro implicazioni sociali. Si veda K. Crawford, *Can an algorithm be agonistic? Ten scenes from life in calculated publics*, in *Science*, in 41(1) *Technology & Human Values* (2016), 77 ss.; D. Neyland, *Bearing accountable witness to the ethical algorithmic system*, in 41(1) *Science, Technology & Human Values* (2016), 50 ss.; A. Raymond, *The dilemma of private justice systems: Big Data sources, the cloud and predictive analytics*, in *Northwestern Journal of International Law & Business*, 2014; M. Turilli - L. Floridi, *The ethics of information transparency*, in 11(2) *Ethics and Information Technology* (2009), 105 ss.; R. Kitchin, *Thinking critically about and researching algorithms*, in 20(1) *Information, Communication & Society* (2016), 14 ss.; L.A. Granka, *The politics of search: A decade retrospective*, in 26(5) *The Information Society* (2010), 364 ss.; A. Rubel - K. Jones, *Student privacy in learning analytics: An information ethics perspective*, SSRN Scholarly Paper, Rochester, NY: Social Science Research Network, 2014 M. Taddeo, *Modelling trust in artificial agents, a first step toward the analysis of e-trust*, in 20(2) *Minds and Machines* (2010), 243 ss.; V. Wiesel - J. van den Berg, *Combining moral theory, modal logic and mas to create well-behaving artificial agents*, in 1(3) *International Journal of Social Robotics*, (2009), 233 ss.; C. Dwork - M. Hardt - T. Pitassi, et al. *Fairness through awareness*, arXiv:1104.3913 [cs], 2011; F.S. Grodzinsky - K.W. Miller - M.J. Wolf, *Developing artificial agents worthy of trust: 'Would you buy a used car from this artificial agent?'*, in 13(1) *Ethics and Information Technology* (2010), 17 ss.

⁹ E. Pariser, *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*, New York, 2012.

condiziona il bilanciamento di tale libertà con altri diritti al fine di garantire che le libere opinioni *online* non vengano sopraffatte da pregiudizi e stereotipi costruiti artificialmente e tutelare altri diritti confliggenti come, ad esempio, quello dei soggetti vulnerabili, in particolare dei minori.

In tale contesto, comprendere il ruolo degli attori pubblici e degli attori privati risulta di fondamentale importanza ai fini di individuare ruoli e responsabilità volti a contrastare la diffusione di informazioni false *online*. In particolare, negli ultimi anni alcuni attori privati come Google e Facebook hanno sviluppato tecnologie e nuovi modelli di business tali da acquisire potere e controllo di un enorme quantità di dati degli utenti anche attraverso di tecnologie di analisi basate sugli algoritmi. Il ruolo preminente di tali attori privati *online* nel diffondere notizie attraverso piattaforme di *social networking* costituisce uno dei motivi che ha attirato l'attenzione sui profili di responsabilità ai quali sono sottoposti tali piattaforme e sull'opportunità di introdurre misure di regolamentazione emanate da parte di attori pubblici al fine di contrastare tale fenomeno.

Pertanto, nella prima parte dell'elaborato si descriverà l'evoluzione della metafora del *free market place of ideas* al fine di inquadrare l'attuale dibattito sulla post-verità e la libertà di manifestazione del pensiero. Nella seconda parte si analizzeranno le misure di contrasto alle *fake news* implementate dagli attori pubblici in Europa con particolare attenzione alla legge tedesca che entrerà in vigore nell'ottobre 2017 che ha introdotto stringenti obblighi di rimozione alle piattaforme *online* in caso di segnalazione di contenuti illeciti. A seguire verrà delineato il regime di responsabilità delle piattaforme *online* in Europa per poi nell'ultima parte valutare se l'utilizzo da parte dei *social network* di algoritmi al fine del controllo delle notizie costituisca un'attività di controllo sui contenuti tale da stravolgere il quadro di responsabilità di tali piattaforme come stabilito dalla Direttiva e-Commerce.

2 La metafora giuridica del *free market place of ideas*

Tra le metafore giuridiche esistenti quella del *free market place of ideas* è una delle più suggestive¹⁰. L'espressione, sebbene utilizzata per la prima volta nel caso nel caso *United States v. Rumely* nel 1953 da Justice Douglas¹¹, tuttavia ha radici storiche ben più profonde.

Alla base delle teorie legate al *free market place of ideas* vi è la radicale convinzione liberista secondo la quale gli individui in quanto razionali sono capaci di discernere i prodotti e i servizi migliori in un mercato libero che tramite il meccanismo concorrenziale produrrà effetti positivi per l'intera società. Come in un mercato concorrenziale dove i migliori prodotti o servizi prevalgono, lo stesso avviene per le informazioni vere e corrette destinate ad essere predilette dal mercato stesso.

Ben prima dello sviluppo del pensiero illuminista, nel XVII secolo, John Milton nel suo scritto *Aeropagitica*¹² prende posizione sul tema della libertà di espressione scagliandosi apertamente contro la *Press Ordinance* del 14 giugno 1643, con il quale il Parlamento inglese aveva introdotto un sistema di censura *ex-ante* volto a punire i promotori di idee considerate illecite. In particolare, Milton riteneva che la libertà di espressione non dovesse essere limitata dal momento che la verità avrebbe comunque prevalso grazie ad un incontro libero tra le opinioni senza il bisogno di disporre di misure censorie¹³. In particolare, Milton paragona la verità ad una *streaming fountain* le cui acque vengono inquinate dal pregiudizio quando vengono imposti dei blocchi al continuo fluire delle sue acque¹⁴. La metafora di Milton esprime il cuore del suo pensiero: l'acqua della fontana costituisce

¹⁰ Per un approfondimento sul concetto di *free market place of ideas* si v. R. Coase, *Markets for goods and Market for ideas*, in 64(2) *American Economic Review* (1974), 384 ss.; S. L. Winter, *A Clearing in the Forest: Law, Life, and Mind*, Chicago, 2003; B. Gregory, *How Much Does a Belief Cost? Revisiting the Marketplace of Ideas*, in 21(1) *Southern California Interdisciplinary Law Journal* (2011), 2 ss.; J. Blocher, *Institutions in the marketplace of ideas*, in 57(4) *Duke Law Journal* (2008), 820 ss.; P. H. Brietzke, *How and why the marketplace of ideas fails*, in 31(3) *Valparaiso University Law Review* (1997), 951 ss.; M. Gentzkow - J. M. Shapiro, *Competition and Truth in the Market for News*, in 22(2) *Journal of Economic Perspectives* (2008), 133 ss.; D. E. Ho - F. Schauer, *Testing the marketplace of ideas*, in 90 *New York University Law Review* (2015), 1161 ss.; M. N. Browne - J. Rex - D. L. Herrera, *Potential Tension Between a "Free Marketplace of Ideas" and the Fundamental Purpose of Free Speech*, in 3 *Akron Journal of Constitutional Law and Policy* (2012), 56 ss.; E. Volokh, *In defense of the market place of ideas / search for truth as a theory of free speech protection*, in 97(3) *Virginia Law Review* (2011), 591 ss.; D. D. McGeough, *Selling the "Marketplace of Ideas" and Buying Fish, Bollinger, and Baker*, in 10 *Kaleidoscope: A Graduate Journal of Qualitative Communication Research* (2011), 37 ss.; A. I. Goldman - J. C. Cox, *Speech, truth, and the free market for ideas*, Cambridge, 1996.

¹¹ *United States v. Rumely* 345 U.S. 41 (1953): «Of necessity I come then to the constitutional questions. Respondent represents a segment of the American press. Some may like what his group publishes; others may disapprove. These tracts may be the essence of wisdom to some; to others their point of view and philosophy may be anathema. To some ears their words may be harsh and repulsive; to others they may carry the hope of the future. We have here a publisher who through books and pamphlets seeks to reach the minds and hearts of the American people. He is different in some respects from other publishers. But the differences are minor. Like the publishers of newspapers, magazines, or books, this publisher bids for the minds of men in the market place of ideas».

¹² J. Milton, *Aeropagitica*, London, 1644.

¹³ Nella suddetta opera Milton sostiene: «so Truth be in the field, we do injuriously, by licensing and prohibiting, to misdoubt her strength. Let her and Falsehood grapple; who ever knew Truth put to the worse, in a free and open encounter?»

¹⁴ Ancora nella stessa opera Milton: «Truth is compared in Scripture to a streaming fountain; if her waters flow not in perpetual progression, they sicken into a muddy pool of conformity and tradition».

il fluire delle informazioni che libera l'uomo dal pregiudizio dal momento che la verità lo conduce al sommo sapere. In tale ottica, è necessario evitare qualsiasi interferenza al fluire delle informazioni al fine di permettere all'uomo di conoscere la verità.

Lo stretto legame consequenziale sussistente tra il garantire la libertà di espressione e il raggiungimento della verità risulta essere espresso non solo dalle idee di Milton, ma anche da John Stuart Mill nella sua opera *On liberty* del 1859. In particolare, Mill riteneva che anche le opinioni false potessero essere ipoteticamente vere dal momento che l'uomo non può dare come assodate le proprie verità. Altrimenti, tale assunto equivarrebbe a sostenere che l'uomo ha raggiunto il massimo sapere e, pertanto, il confronto tra le opinioni non avrebbe alcun significato – assunto chiaramente non condivisibile¹⁵. Da tale osservazione deriva che le opinioni false possano contenere anche una parte di verità che non può essere sacrificata per ragioni censorie dal momento che l'uomo può non conoscere la verità nella sua interezza¹⁶. Inoltre, anche qualora, un'opinione sia effettivamente falsa e venga censurata, tale attività repressiva pregiudicherebbe comunque il confronto tra le opinioni con il rischio di dogmatizzare la verità corrente impedendo l'evoluzione delle opinioni nella società che considererebbe vere soltanto quelle opinioni che fino a quel momento erano state ritenute tali, senza interrogarsi o confrontarsi con altre posizioni¹⁷. Secondo Mill, infatti, non esiste un unico concetto di verità ma sussistono diverse opinioni che seppur in parte false o incomplete nel loro confronto possono formare una verità completa o possono contribuire ad arrivare a quest'ultima via via attraverso un processo dialettico che avviene in un libero mercato delle idee.

La portata delle idee liberali appena descritte risulta palesarsi anche nel XX secolo, in particolare nella *dissenting opinion* di Justice Holmes nel caso *Abrams v. United States* del 1919¹⁸, tuttora viene ritenuta come l'essenza costituzionale della libertà di espressione negli Stati Uniti¹⁹. In particolare, la vicenda riguardava la distribuzione di volantini che incitavano allo sciopero le fabbriche di munizioni al fine di esprimere un chiaro messaggio di resistenza contro l'intervento militare degli Stati Uniti in Russia. Nella sua *dissenting opinion*, Justice Holmes sosteneva che, sebbene l'uomo cerchi di sostenere le proprie posizioni criticando le posizioni opposte, questi non deve illudersi che le proprie opinioni siano certe. Soltanto il confronto libero tra le opinioni confermerà la correttezza delle proprie posizioni²⁰. Pertanto, Holmes, riprendendo Mill seppur con alcune differenze, ritiene che al fine di incrementare il livello di verità delle informazioni, bisogna promuovere il confronto tra le idee.

Nonostante il concetto di *free market place of ideas* anche alla luce della summenzionata pronuncia possa affascinare i difensori della libertà di espressione, tuttavia nell'attuale sistema europeo dei diritti fondamentali non è possibile far prevalere incondizionatamente la libertà di espressione sugli altri diritti fondamentali che, in quanto tali, meritano di essere tutelati attraverso un'attività di bilanciamento che avviene ex-ante da parte del legislatore in sede di emanazione delle leggi o ex-post da parte delle Corti.

Alla luce dell'attuale sistema dei diritti in Europa, il concetto di *free market place of ideas* necessita di essere ancora una volta approfondito, analizzando il ruolo degli attori pubblici e degli attori privati nella società dell'informazione – o meglio nel *digital market place of ideas*.

¹⁵ J. Mill, *On liberty*, London, 1859. In primo luogo, secondo Mill: «*First, if any opinion is compelled to silence, that opinion may, for aught we can certainly know, be true. To deny this is to assume our own infallibility*».

¹⁶ In secondo luogo: «*Secondly, though the silenced opinion be an error, it may, and very commonly does, contain a portion of truth; and since the general or prevailing opinion on any subject is rarely or never the whole truth, it is only by the collision of adverse opinions that the remainder of the truth has any chance of being supplied*».

¹⁷ Inoltre, Mill aggiunge: «*It is only by the collision of adverse opinions that the remainder of the truth has any chance of being supplied. Inoltrare, Mill aggiunge: «Ibidly, even if the received opinion be not only true, but the whole truth; unless it is suffered to be, and actually is, vigorously and earnestly contested, it will, by most of those who receive it, be held in the manner of a prejudice, with little comprehension or feeling of its rational grounds. And not only this, but, fourthly, the meaning of the doctrine itself will be in danger of being lost, or enfeebled, and deprived of its vital effect on the character and conduct: the dogma becoming a mere formal profession, inefficacious for good, but cumbering the ground, and preventing the growth of any real and heartfelt conviction, from reason or personal experience».*

¹⁸ *Abrams v. United States*, 250 U.S. 616 (1919).

¹⁹ S. Novick, *Honorable Justice*, Jefferson City, 1990. Tra gli altri contributi si veda Z. Szajkowski, *Double Jeopardy - The Abrams Case of 1919*, in 23(1) *The American Jewish Archives* (1971), 6 ss.; R. Polenberg, *Fighting Faiths: The Abrams Case, the Supreme Court and Free Speech*, Ithaca, 1999; M. Ten Cate, *Speech, Truth, and Freedom: An Examination of John Stuart Mill's and Justice Oliver Wendell Holmes's Free Speech Defenses*, in 22(1) *Yale Journal of Law & Humanities* (2013), 35 ss.

²⁰ Nella *dissenting opinion* Justice Holmes sosteneva: «*Persecution for the expression of opinions seems to me perfectly logical. If you have no doubt of your premises or your power and want a certain result with all your heart you naturally express your wishes in law and sweep away all opposition [...] But when men have realized that time has upset many fighting faiths, they may come to believe even more than they believe the very foundations of their own conduct that the ultimate good desired is better reached by free trade in ideas. [...] The best test of truth is the power of the thought to get itself accepted in the competition of the market, and that truth is the only ground upon which their wishes safely can be carried out*».

3 Il ruolo degli attori pubblici nella società dell'informazione.

Il moltiplicarsi dei poli d'informazione, in particolare radio, TV, giornali e da ultimo il web, insieme ad un incremento delle modalità di fruizione dei contenuti informativi ormai accessibili in qualsiasi luogo e momento tramite il proprio *device* costituiscono due importanti fattori da tenere in considerazione ai fini di comprendere la rilevanza sociale del fenomeno riguardante la diffusione di informazioni false. Come già espresso, sebbene tale rivoluzione dell'informazione abbia chiari effetti positivi per la società, tuttavia, la mole delle informazioni rende spesso complicato confrontare le notizie, lasciando spesso maggiore spazio ai contenuti più accattivanti, ben presentati o di particolare impatto sociale che riescono ad attrarre l'utente nel poco tempo dedicato ad ogni singola notizia.

Fin qui niente di nuovo. Tuttavia, il problema sorge quando l'informazione *online* contiene fatti non veritieri essendo strumentale al fine di influenzare l'opinione pubblica o perseguire interessi scarsamente trasparenti. Storicamente, lo sfruttamento dei canali di comunicazione è sempre stato funzionale ad influenzare la popolazione veicolando messaggi spesso propagandistici. Basti analizzare l'utilizzo dei canali di comunicazione nei primi anni del XX secolo per accorgersi come l'opinione pubblica si fondava su realtà costruite ad hoc dettate dalla propaganda ideologista. Tuttavia, a differenza dal passato, la quantità di informazioni condivise ogni giorno sulle piattaforme *online* non permette più al pubblico di valutare la qualità delle informazioni. Pertanto ai fini di far fronte a quelli che alcuni commentatori hanno definito come i fallimenti del mercato dell'informazione²¹, non può che intervenire l'attore pubblico allo scopo di rimediare alla forte asimmetria informativa garantendo i diritti fondamentali dei cittadini. Ulteriori considerazioni che fanno propendere per un ruolo degli attori pubblici volto al contrasto alle notizie false derivano da alcune considerazioni di carattere costituzionale. In particolare, secondo Haberle²², lo Stato costituzionale si fonda sulla ricerca della verità non in senso assoluto, ma piuttosto come obiettivo teso a stimolare il dibattito pubblico in cui attraverso il confronto tra idee è ricercata la verità, con la conseguenza che non vi sarebbe spazio per il falso.

Tuttavia, nonostante la rilevanza del fenomeno per l'intera società, non risultano tutt'ora essere presenti interventi legislativi sistematici volti a contrastare il fenomeno delle *fake news*, se non con qualche timida eccezione. Mentre in Inghilterra è stata conclusa un'inchiesta sul tema da parte della Commissione Media²³, in Germania il 30 giugno 2017 è stata approvata una legge – *Network Enforcement Act* (o *NetzDG*) – la quale, accogliendo quanto predisposto nel disegno di legge presentato dal Ministro Maas nel marzo 2017, ha introdotto alcuni obblighi per i *social network* tra i quali, in particolare, la rimozione entro 24 ore dei contenuti illegali diffusi in Germania, come quelli che incitano all'odio o alla diffamazione²⁴. In particolare, tale misura legislativa, che entrerà in vigore il primo giorno di ottobre 2017, costituisce uno dei pochi esempi concreti di legislazione contro i contenuti illeciti diffusi *online* e, pertanto, merita di essere analizzata seppur senza alcuna pretesa di esaustività. Focalizzandosi in primo luogo sull'ambito di applicazione soggettivo, la suddetta legge non si rivolge a tutte le piattaforme *online*, ma soltanto ai fornitori di servizi telematici che a scopo di lucro gestiscono una piattaforma *online* che permette agli utenti di scambiare contenuti da loro scelti con altri utenti, condividerli o portarli alla conoscenza del pubblico. Dalla definizione emerge che la suddetta legge si applica soltanto ai fornitori di servizi telematici sulla base delle seguenti condizioni: a) gestione a scopo di lucro di una piattaforma *online*; b) la piattaforma permette lo scambio o la pubblicazione di contenuti scelti dagli utenti. Una volta fornita la definizione di *social network*, la legge precisa l'ambito soggettivo escludendo le piattaforme che offrono contenuti giornalistici o editoriali dalla definizione di *social network* dettata al comma 1. Tale esclusione è motivata dal fatto che i contenuti prodotti dai giornali non sono creati dagli utenti e da loro pubblicati, ma sono sottoposti ad un controllo editoriale del giornale che è pienamente responsabile dei contenuti pubblicati diversamente dal *social network*. Sono inoltre escluse le piattaforme create per permettere la comunicazione individuale o la comunicazione di contenuti specifici come le applicazioni di messaggistica istantanea. Tuttavia, il comma 2 introduce un'ulteriore restrizione all'ambito di applicazione della legge prevedendo che non rientrano nella definizione di *social network* le piattaforme con meno di 2 milioni di utenti registrati in Germania. In questo caso, salvo i *social network* particolarmente rappresentativi e utilizzati dagli utenti, non risulterà sem-

²¹ Per un interessante analisi sui fallimenti del mercato delle informazioni si veda T. R. Piety, *Market Failure in the Marketplace of Ideas: Commercial Speech and the Problem that Won't Go Away*, in 41 *Loyola of Los Angeles Law Review* (2007), 181 ss.

²² P. Haberle, *Wahrheitsprobleme im Wefassungstaat*, tr. it. *Diritto e verità*, Torino, 2000.

²³ Le informazioni sull'inchiesta sono disponibili [online](#).

²⁴ Il testo della legge è disponibile [online](#).

plice verificare il requisito numerico richiesto dall'art. 1 comma 2 a causa di possibili fluttuazioni giornaliera o mensili di utenti registrati, privilegiando quindi *social network* senza meccanismi di registrazione al fine di non essere soggetti ai requisiti imposti da tale legge. Per quanto riguarda invece l'ambito oggettivo di applicazione della legge, l'art. 1 comma 3 definisce i casi in cui i contenuti devono ritenersi illeciti rimandando a specifiche disposizioni del codice penale, tra le quali ad esempio l'istigazione pubblica a commettere reato o la diffamazione, a patto che non sussista una giustificazione a tali condotte²⁵. Una volta individuato l'ambito di applicazione della legge, l'art. 2 impone ai *social network* rientranti nella definizione fornita dall'art. 1 di produrre ogni sei mesi dei report in lingua tedesca sulla gestione dei reclami riguardanti i contenuti illeciti pubblicati sulle proprie piattaforme nel caso in cui tali piattaforme abbiano ricevuto più di cento reclami in un anno riguardanti la presenza di contenuti illeciti pubblicati sui propri spazi. Tali report, il cui contenuto è disposto dal comma 2 dell'art. 2²⁶, saranno pubblicati sulla gazzetta federale e sul sito web del *social network*²⁷ non più tardi di un mese scaduto il termine per la presentazione del suddetto report. Venendo al punto più dibattuto, la legge specifica l'*iter* di gestione dei reclami che riguardano contenuti illeciti prevedendo l'obbligo di adottare procedure trasparenti, sempre disponibili, facilmente accessibili e riconoscibili per gli utenti. Il processo di gestione dei reclami si divide in diversi *step*. Una volta ricevuta la comunicazione da parte di un utente, il *social network* è tenuto a prenderne nota e a verificare se il contenuto riportato è illecito e, in quanto tale, suscettibile di rimozione o se l'accesso al contenuto deve essere bloccato. Dopo aver ottemperato al controllo del reclamo e del relativo contenuto, la piattaforma è tenuta a rimuovere o bloccare l'accesso al contenuto che sia manifestamente infondato entro 24 ore dalla ricezione del reclamo. Tuttavia, tale regola non si applica nel caso in cui il *social network* abbia stipulato un accordo con l'autorità competente il quale preveda un periodo più lungo per eliminare o bloccare tali contenuti. Un'altra deroga al termine giornaliero imposto sussiste quando il contenuto non è manifestamente illecito. In quest'ultimo caso, il termine è esteso a 7 giorni dalla ricezione del reclamo. Sono previste comunque delle eccezioni al termine settimanale prevedendo termini più lunghi nel caso in cui la decisione riguardi l'illiceità di contenuti che riportano allegazioni fattuali non veritiere. In tale circostanza, il *social network* può riconoscere all'utente la possibilità di rispondere al reclamo prima della decisione riguardante l'eliminazione o il blocco dell'accesso. Un'ulteriore deroga al termine settimanale si applica nel caso in cui il *social network* decida di rimettere la decisione riguardante il contenuto illecito ad un istituto di autoregolamentazione riconosciuto ai sensi della legge in questione entro 7 giorni dalla ricezione del reclamo, rimettendosi alla decisione di tale istituto. Nel caso in cui il *social network* disponga la rimozione o il blocco del contenuto è obbligato a conservarlo a fini probatori per un periodo di 10 settimane. Infine, la piattaforma coinvolta è tenuta ad avvisare immediatamente il soggetto proponente il reclamo e l'utente riguardo qualsiasi decisione anche fornendo le ragioni.

Il meccanismo di gestione appena descritto deve essere soggetto a monitoraggio da parte del *social network* richiedendo quindi l'individuazione di risorse destinate a tal fine. Lo scopo è quello di individuare eventuali inefficienze nell'organizzazione del sistema di gestione dei reclami per poter agire prontamente apportando le necessarie modifiche. Inoltre, la legge prevede che l'organo di gestione del *social network* debba predisporre per i soggetti che gestiscono i reclami corsi di formazione e supportare programmi in lingua tedesca su base regolare non meno di una volta ogni

²⁵ Le condotte indicate dall'art. 1, comma 3, si riferiscono a specifiche previsioni del codice penale tra le quali la diffusione della propaganda di organizzazioni anticostituzionali (art. 86); l'uso di simboli di organizzazioni anticostituzionali (art. 86a); la preparazione di una seria azione sovversiva (art. 89); l'incitamento alla commissione di un reato contro lo Stato (art. 91); la falsificazione (art. 100a); l'istigazione pubblica a commettere atti criminali (art. 111); il disturbo della quiete pubblica (art. 126); la creazione di organizzazioni criminali e terroristiche (art. 129-129b); l'incitamento all'odio (art. 130); la diffusione di immagini violente (art. 133); la ricompensa o l'approvazione di reati (art. 140); la diffamazione nei confronti di professioni religiose, associazioni religiose o ideologiche (art. 166); la distribuzione, acquisizione e possesso di pornografia minorile (art. 184b); gli insulti (art. 185); la diffamazione (art. 186); la diffamazione intenzionale (art. 187); la minaccia di commettere un reato (art. 241); la falsificazione di elementi probatori (art. 269).

²⁶ Il report deve contenere: 1) osservazioni generali che indichino gli sforzi sostenuti dal provider del *social network* per eliminare attività punibili penalmente dalla piattaforma; b) descrizione dei meccanismi per inviare i reclami in merito ai contenuti illeciti e i criteri applicati ai fini di decidere se eliminare o inibire un contenuto illecito; c) numero dei reclami ricevuti nel periodo relativo al singolo report, ripartiti in base alla provenienza dei reclami (autorità amministrative o utenti) e alle ragioni del reclamo; d) organizzazione, risorse umane, esperienze specialistiche e linguistiche dell'unità responsabile per la gestione dei reclami nonché le attività di formazione e supporto; e) appartenenza ad associazioni industriali specificando se tali associazioni dispongono di un servizio di reclamo; f) numero di reclami nei quali un soggetto esterno è stato consultato ai fini della decisione; g) numero di reclami nel periodo relativo al report che hanno condotto alla cancellazione o il blocco di un contenuto, ripartiti in base alla provenienza dei reclami (autorità amministrative o utenti) e alle ragioni, nel caso in cui il caso rientri nell'ambito di applicazione dell'art. 3, comma 2, n. 3, lett. a) e, in questo caso, se il reclamo è stato inoltrato all'utente, e se la questione è stata rimessa ad un istituto di autoregolamentazione; g) periodo tra la ricezione dei reclami e la rimozione o cancellazione dei contenuti, suddivisi in base alla provenienza dei reclami (autorità amministrative o utenti) e alle ragioni del reclamo, e secondo i periodi "entro 24 ore"/ "entro 48 ore" / "entro una settimana" / "in un periodo successivo"; h) misure introdotte al fine di informare il soggetto che ha inoltrato il reclamo, e l'utente il cui contenuto è stato conservato, riguardo la decisione sul reclamo.

²⁷ La legge specifica che la pubblicazione di tali report sui siti web dei *social network* deve avvenire in modo da rendere tali pubblicazioni facilmente riconoscibili, direttamente accessibili e sempre disponibili.

sei mesi.

Ulteriore adempimento in capo alle piattaforme individuate dalla legge in questione attiene all'obbligo di nomina immediata da parte del *social network* di una persona incaricata di ricevere le notifiche effettuate nel territorio tedesco dandone informazione sulla propria piattaforma in modo riconoscibile e accessibile per gli utenti. Ciò al fine di poter far notificare a tale soggetto i procedimenti di cui all'art. 4 nonché i procedimenti giudiziari dinanzi le corti tedesche per diffusione di contenuti illeciti. Inoltre, al fine di permettere la ricezione delle richieste di informazioni da parte delle autorità tedesche, i *social network* dovranno nominare una persona in Germania incaricata di ricevere tali richieste, prevedendo che il soggetto in questione è obbligato a rispondere a tali richieste entro 48 ore dalla loro ricezione.

Un altro punto della legge che ha sollevato diverse critiche attiene all'ammontare delle sanzioni imposte per ogni violazione prescritta. L'art. 4 identifica i casi in cui si applica la sanzione ossia quando l'illecito è commesso da qualsiasi soggetto dolosamente o colposamente anche se non è commesso sul territorio tedesco. In particolare i casi riguardano la mancata, incorretta o intempestiva predisposizione del report, delle procedure di reclamo, del loro monitoraggio e rettifica, o la mancata offerta ai soggetti in carica della gestione delle procedure di reclamo di corsi di formazione. Inoltre, le sanzioni si applicano anche nel caso di violazione degli obblighi di nomina o di mancata risposta alla richiesta di informazioni nel caso in cui il soggetto agisca come l'incaricato a ricevere le notifiche. Le violazioni qui descritte comportano l'applicazione di sanzioni da un minimo di 500 mila euro nel caso di mancato rispetto degli obblighi di nomina fino a 5 milioni di euro negli altri casi.

Come già espresso, il dettato della legge appena descritto ha suscitato diversi dubbi riguardo l'opportunità di una misura così incisiva, consistendo principalmente nell'obbligazione per le piattaforme soggette alla suddetta legge di eliminare o bloccare i contenuti illeciti in un termine assai breve. In altre parole, alle piattaforme identificate dalla legge che operano in Germania è stato demandato il compito di decidere all'interno dell'arco di tempo di una giornata, qualora il contenuto sia manifestamente illecito, di bilanciare la libertà di manifestazione del pensiero con i diritti confliggenti di volta in volta individuati. Senza qui soffermarsi sull'opportunità o meno di assegnare tale compito ad un attore privato al di fuori di qualsiasi garanzia pubblicistica, il rischio più evidente riguarda la possibilità per le piattaforme *online* di eliminare tutti i contenuti oggetto di richiesta di cancellazione da parte degli utenti ai fini di non incorrere in sanzioni che, come sottolineato, possono raggiungere la soglia massima di 5 milioni di euro e non essere inferiori a 500 mila euro per ogni violazione. L'associazione tedesca Bitkom aveva già espresso in un articolo riportato sul la propria posizione contraria alle suddette misure, sottolineando, in particolare, come l'obbligo di cancellare i contenuti entro 24 ore non tiene conto del numero di messaggi che vengono caricati ogni giorno sul web con il rischio che le piattaforme *online* siano spinte ad introdurre meccanismi censori al fine di rispettare il dettato normativo²⁸.

In Francia, l'International Fact-Checking Network (IFCN), una rete che include diverse istituzioni ed enti con il fine di controllare la veridicità dei fatti, ha iniziato a collaborare con Facebook al fine di verificare le notizie sul *social network* segnalando le fonti non attendibili attraverso la dicitura “Disputed”²⁹. Inoltre, il meccanismo prevede che, nel caso in cui un utente sia comunque intenzionato a condividere un contenuto recante la summenzionata dicitura, verrà visualizzato un messaggio al fine di sottolineare all'utente che il contenuto non è attendibile. Ai fini comunque di non applicare una censura che tra l'altro in questo caso sarebbe imposta da un attore privato, l'utente sarà libero di condividere il contenuto. Inoltre, gli stessi utenti saranno messi in grado di segnalare le notizie che ritengono false.

In Italia, nel febbraio 2017, è stato presentato il disegno di legge sulle *fake news* e sull'incitamento all'odio³⁰. Il testo di legge reca «disposizioni per prevenire la manipolazione dell'informazione *online*, garantire la trasparenza sul web e incentivare l'alfabetizzazione mediatica». In particolare, l'art. 1 del testo stabilisce che chi pubblica o diffonde «notizie false, esagerate o tendenziose attraverso social media o siti, che non siano espressione di giornalismo *online*, è punito con l'ammenda fino a 5 mila euro». Inoltre, tale sanzione potrà essere incrementata nel caso in cui le notizie destino pubblico allarme, o rechino nocumento agli interessi pubblici, prevedendo l'ammenda fino a 5 mila euro e la reclusione non inferiore a dodici mesi.

Occorre inoltre sottolineare che il 21 novembre 2016, l'AGCOM, in occasione dell'audizione del proprio presidente dinanzi alla Commissione “Jo Cox”, ha esposto la propria posizione sui temi

²⁸ Si v. la posizione dell'associazione Bitkom.

²⁹ Si v. l'articolo del *The Guardian*.

³⁰ Disegno di legge 2688 (ddl Gambaro). Il testo del disegno di legge è disponibile *online*.

in questione. Da un lato, secondo l'Autorità, l'industria dei media tradizionali dovrebbe impegnarsi responsabilmente, considerata la pervasività dei mezzi, a superare frasi di effetto e considerazioni iperboliche, tentando di stimolare, invece, nel pubblico una visione differente, pur mantenendo libertà di scelta e programmazione dei contenuti. A tal fine, in data 16 settembre 2016, è stata emessa la delibera n. 424/16/CONS indirizzata ai fornitori di servizi media audiovisivi e di radiofonia richiamandoli al rispetto dei principi fondamentali del sistema dei media posti a garanzia degli utenti, ponendo particolare riguardo per i soggetti a rischio di discriminazione al fine di garantire il rispetto della dignità della persona e del principio di non discriminazione. In particolare, i programmi nella diffusione di notizie devono tendere alla verità cercando di limitare connotazioni discriminatorie non pertinenti ai fini di cronaca ed evitando, espressioni d'odio, che incitano alla violenza e offendano la dignità umana. Inoltre, gli stessi fornitori sono invitati alla cautela, in particolare nel corso delle trasmissioni diffuse in diretta, al fine di evitare situazioni suscettibili di degenerazione. Tale attenzione potrà essere rispettata valutando, ad esempio, la predisposizione dell'ordine degli interventi e i possibili rischi legati a particolari soggetti o temi nelle trasmissioni.

Dall'altro lato, per quanto riguarda i *social network*, secondo l'Autorità, il crescente utilizzo dei social media ha contribuito alla creazione di un clima culturale e sociale non rispettoso della dignità umana e del principio di non discriminazione, mettendo a repentaglio categorie deboli tra le quali i minori. Riguardo a questi, l'Autorità ha fatto riferimento in particolare al cyberbullismo sempre più espressione dei sentimenti di odio e discriminazione diffusi in rete. Dalle analisi condotte dall'Autorità risulta come soprattutto la disinformazione contribuisce all'aumento di episodi di violenza o bullismo.

Nonostante il quadro preoccupante, non esiste una normativa che attribuisce all'Autorità un espresso potere di intervento al fine di contrastare tali fenomeni. Alcuni richiami possono essere individuati nella "Dichiarazione dei Diritti in Internet" del 28 luglio 2015, redatta dalla Commissione di studio per i diritti e i doveri in Internet, la quale indica tra i principi garanti della sicurezza in rete la tutela della dignità delle persone da abusi connessi a comportamenti quali l'incitamento all'odio, alla discriminazione e alla violenza. Ulteriore riferimento può essere individuato nel decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70, che espressamente attribuisce all'Autorità amministrativa indipendente del settore (nel caso di specie all'AGCOM) il potere di limitare la libera circolazione di un servizio della società dell'informazione proveniente da un altro Stato membro "per l'opera di prevenzione, investigazione, individuazione e perseguimento di reati, in particolare la tutela dei minori e la lotta contro l'incitamento all'odio razziale, sessuale, religioso o etnico, nonché contro la violazione della dignità umana". Inoltre, il decreto menziona la necessità di garantire la protezione dei minori e della dignità umana nei codici di condotta implementati dai fornitori di servizi *online*. In tale contesto normativo, come già espresso, l'Autorità ha istituito nel 2014 l'Osservatorio sui diritti della persona con la delibera 481/14/CONS. L'Osservatorio ha come obiettivo quello di monitorare e approfondire la conoscenza di fenomeni legati all'*hate speech* coinvolgendo i differenti portatori di interesse. Le attività dell'Osservatorio consistono nella raccolta ed elaborazione sia dei dati relativi al comportamento degli utenti rispetto a Internet e ai *social network* che delle *policy* adottate dagli operatori per la salvaguardia dei valori e degli utenti più sensibili.

Tuttavia, tali interventi come brevemente descritti non tengono conto interamente della portata del fenomeno ben più complesso, cercando, invece, di adattare frettolosamente il quadro normativo attuale sulla base delle richieste sempre più incalzanti da parte dell'opinione pubblica. Difatti, non risulta sufficiente imporre sanzioni nei confronti degli operatori privati al fine di condurli nell'alveo della legge. Né risulta opportuno aggravare le piattaforme *online* di oneri di rimozione generalisti difficilmente gestibili per risorse e competenze i quali rischierebbero di minare lo sviluppo delle piattaforme medio-piccole dotate di minor risorse nonché il proliferare di nuovi modelli di business, imponendo di conseguenza un'evidente riduzione della libertà di iniziativa economica. Sarebbe piuttosto preferibile ridefinire il paradigma di responsabilità degli Internet Service Provider (ISP) *lato sensu* visto il ruolo sempre più dirimente nel contribuire alla diffusione delle notizie false che vengono organizzate e proposte agli utenti al pari delle informazioni veritiere.

Nella società odierna limitarsi a considerare esclusivamente gli attori pubblici come minaccia alla libertà di espressione risulta oggi più che mai anacronistico. Mentre in passato il *marke place of ideas* era ritenuto *free* soltanto quando esente da ingerenze pubblicistiche, bisogna prendere atto che alcuni attori privati esercitano sempre più funzioni para-pubblicistiche, riducendo di fatto la possibilità per l'attore pubblico di poter esercitare il proprio ruolo a tutela delle libertà fondamentali³¹. Sebbene gli attori pubblici mantengano attraverso il meccanismo regolatorio un'influenza di

³¹ Tra i commentatori che hanno riconosciuto il ruolo fondamentale degli attori privati nella regolamentazione si veda in particolare A. Murray, *Nodes and gravity in virtual space*, in 5(2) *Legisprudence* (2011).

rilievo sulla possibilità di controllare o censurare come *extrema ratio* i contenuti illeciti, risulta, tuttavia, opportuno notare come l'attore pubblico non è più il solo a condizionare la libertà di espressione *online*. La sempre maggiore diffusione delle tecnologie ha permesso ad alcuni attori privati di acquisire un potere regolatorio rilevante dal momento che questi determinano il funzionamento e le finalità di tali tecnologie il cui impatto sociale risulta dirimente. Utilizzando un linguaggio caro ad alcuni commentatori³², i grandi operatori privati *online* sarebbero i nuovi *gatekeepers* ossia quei soggetti che influiscono su come gli individui scambiano le loro idee e opinioni sulla rete. In quanto programmatori delle piattaforme *online* e delle tecnologie che li governano, le scelte di tali attori privati risultano sempre più rilevanti per la libertà di espressione e, in particolare, per la formazione dell'opinione pubblica. L'attore pubblico che storicamente ha sempre ricoperto un ruolo più o meno preminente nella regolamentazione dei canali di comunicazione come la radio e la TV, oggi si trova relegato in una posizione marginale rispetto alla rete. In tale contesto, nonostante sia necessario ribadire come l'informazione sia sempre stata connotata dall'influenza editoriale, il rischio è che gli attori privati, non essendo vincolati al perseguimento di un interesse pubblico, possano liberamente influire sui limiti della libertà di espressione senza alcuna garanzia pubblicistica, determinando, ad esempio, le notizie da proporre oppure quelle da segnalare come contenuto non attendibile. Pertanto, risulta necessario che gli attori pubblici valutino le ingerenze degli attori privati che, influenzando in concreto la portata della libertà di espressione, concorrono alla formazione dell'opinione pubblica. Gli algoritmi in questo contesto svolgono un ruolo fondamentale dal momento che questi sulla base di regole prestabilite da attori privati selezionano i contenuti da mostrare agli utenti.

A tal proposito, è opportuno accostarsi ad un'analisi dell'attuale regime di responsabilità al quale sono sottoposti gli ISP in Europa.

4 Il regime di responsabilità delle piattaforme *online*.

Punto di partenza obbligato nella definizione del regime di responsabilità degli ISP in Europa è la direttiva e-Commerce del 2000³³. In primo luogo, occorre sottolineare come la suddetta direttiva esoneri i fornitori di servizi, indipendentemente dalla loro natura (*mere conduit*, prestatori di servizi di *caching* o *hosting*), dall'obbligo generale di sorveglianza sui contenuti pubblicati dagli utenti, approccio giustificato dalla necessità di evitare che le piattaforme *online* risultino oltremodo oberate da un controllo *ex ante* consistente nel monitoraggio dei contenuti caricati da parte degli utenti sulla propria piattaforma³⁴. Al contrario, l'obbligo sussiste nel momento in cui ci tali piattaforme vengano a conoscenza della presenza dei contenuti illeciti su segnalazione degli utenti. In questo caso, l'esenzione di responsabilità non trova applicazione e il provider è tenuto ad adoperarsi al fine di rimuovere il contenuto.

A tale proposito, il Considerando 42 della direttiva definisce la ragione fondante delle esenzioni di responsabilità le quali sono destinate ad essere applicate nei casi in cui l'attività del prestatore sia «meramente tecnica, automatica e passiva». In altre parole, è richiesto che l'intermediario in questione non abbia conoscenza dei contenuti né svolga un ruolo di controllo o scelta di questi. Tuttavia, la direttiva prevede un regime di responsabilità per il fornitore di servizi assimilabile a quello del fornitore di contenuti nel caso in cui il primo venga a conoscenza effettiva di fatti o attività illecite commessi dagli utenti dei propri servizi³⁵. In questo caso, il fornitore di servizi non potrà invocare l'esenzione da responsabilità stabilita dalla direttiva e, pertanto, si vedrà costretto ad intervenire rimuovendo il contenuto al fine di non incorrere in responsabilità.

Il quadro d'insieme rivela l'intento del legislatore europeo che mira ad evitare che il “provider passivo”, ossia il fornitore che non esercita alcun controllo sui contenuti inseriti dagli utenti, sia ritenuto responsabile per illeciti ad esso non imputabili. Infatti, come già espresso, i prestatori di servizi sono equiparati ai fornitori di contenuti responsabili solo nel caso in cui i primi siano venuti a conoscenza del carattere illecito non potendo quindi ritenersi estranei ai fatti.

In questo contesto, merita un breve accenno la giurisprudenza europea sia della Corte di Giustizia

³² E. B. Laidlaw, *A framework for identifying Internet information gatekeepers*, in 24(3) *International Review of Law, Computers & Technology* (2010), 266 ss.; P. Drahos - C. Shearing, *Nodal governance*, in 30 *Australian Journal of Legal Philosophy* (2005), 39 ss.

³³ Direttiva 2000/31/CE del Parlamento europeo e del Consiglio dell'8 giugno 2000 relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione, in particolare il commercio elettronico, nel mercato interno («Direttiva sul commercio elettronico»). Per un commento sulla direttiva e-Commerce si v. A. Savin, *European Internet Law*, Cheltenham, 2013.

³⁴ Art. 15, direttiva e-Commerce.

³⁵ Art. 14, direttiva e-Commerce.

sia della Corte Europea dei Diritti dell'uomo in tema di diffamazione al fine di cogliere quali sono i limiti posti alla libertà di espressione a tutela di altri diritti fondamentali. In particolare, la Corte EDU ha più volte affrontato il tema della pubblicazione dei commenti diffamatori – anche anonimi – su piattaforme *online*³⁶. Il primo da sottolineare è sicuramente il caso *Delfi AS c. Estonia*, deciso dalla Grande Camera in data 16 giugno 2015³⁷. La vicenda attiene alla pubblicazione di commenti anonimi in un articolo pubblicato su un portale informativo *online*, ritenuti dalla giurisprudenza estone come diffamatori, nonostante il gestore del portale avesse sostenuto la propria estraneità rispetto alle attività compiute dai propri utenti. In questo caso, il peculiare approccio rivolto alla protezione dei diritti fondamentali sanciti dalla CEDU ha spinto i giudici di Strasburgo, a ritenere che nel caso di specie non si era verificata una violazione dell'art. 10 della Convenzione e, pertanto, l'imposizione di una somma a titolo di risarcimento risultava conforme ai criteri enunciati dall'art. 10 comma 2 il quale sancisce: «L'esercizio di queste libertà, poiché comporta doveri e responsabilità, può essere sottoposto alle formalità, condizioni, restrizioni o sanzioni che sono previste dalla legge e che costituiscono misure necessarie, in una società democratica, alla sicurezza nazionale, all'integrità territoriale o alla pubblica sicurezza, alla difesa dell'ordine e alla prevenzione dei reati, alla protezione della salute o della morale, alla protezione della reputazione o dei diritti altrui, per impedire la divulgazione di informazioni riservate o per garantire l'autorità e l'imparzialità del potere giudiziario». In altre parole, nel bilanciamento tra diritti fondamentali il diritto alla reputazione ha prevalso su altri diritti fondamentali tra i quali, in primis, la libertà di manifestazione del pensiero. Tuttavia occorre sottolineare la peculiarità della vicenda al fine di non trarre una regola generale da un caso specifico. In particolare, la Corte EDU ha preso in considerazione specifici elementi al fine di sostenere la propria decisione, quali la palese diffamatorietà dei contenuti³⁸, l'irrisorietà della sanzione³⁹, il ruolo attivo della piattaforma⁴⁰, la necessità di fornire una tutela effettiva al soggetto diffamato⁴¹. Tali elementi hanno contribuito a ritenere non sproporzionata la sanzione consistente nella somma di 320 euro finalizzata al risarcimento del danno reputazionale subito da un soggetto, in conseguenza di 20 commenti gravemente diffamatori rimasti accessibili per circa 6 settimane. A conferma della peculiarità del suddetto caso, più recentemente nel caso *Magyar Tartalomszolgáltatók Egyesülete e Index.hu Zrt c. Ungheria* deciso il 2 febbraio 2016⁴², la Corte Europea ha ritenuto che i gestori dei siti web non sono tenuti ad un obbligo di sorveglianza – e quindi non possono essere ritenuti responsabili – per i commenti pubblicati dagli utenti non sottoposti a preventiva moderazione.

Tale seconda decisione sembra collocarsi maggiormente in linea con la giurisprudenza della Corte di Giustizia, come risulta dal caso *Papasavvas* dell'11 settembre 2014⁴³. In tale occasione, il ricorrente lamentava un danno subito a seguito della pubblicazione di alcuni articoli, chiaramente ritenuti da questi diffamatori, sul sito Internet di un quotidiano nazionale. Di particolare interesse risulta la quinta questione pregiudiziale sollevata dal giudice del rinvio il quale chiede se i limiti alla responsabilità previsti agli artt. da 12 a 14 della direttiva e-Commerce siano applicabili ad una casa editrice che disponga di un sito Internet sul quale sia pubblicata la versione on line di un giornale redatto dal personale del giornale o da giornalisti indipendenti. Nel caso in questione, la Corte non ha fatto altro che confermare l'orientamento derivante dalla lettura del Considerando 42 della direttiva e-Commerce, chiarendo che i limiti di responsabilità previsti dagli artt. 12-14 della

³⁶ In questa sede è stata scelta l'analisi della giurisprudenza europea in tema di diffamazione visti i punti di contatto tra la diffusione di notizie diffamatorie - spesso false - e le fake news. Più in generale, tra i vari contributi sul regime di responsabilità degli ISP in Europa si veda: M. Husovec, *ECtHR rules on liability of ISPs as a restriction of freedom of speech*, in 9(2) *Journal of Intellectual Property Law & Practice* (2014), 108-109; M. Branka, *Gate Keeper or Trespasser? EU ISP Liability Regime and its Privacy Implications*, in 1 *NIR: Nordiskt immateriellt rättsskydd* (2016), 3 ss.; M. Bassini, *La rilettura giurisprudenziale della disciplina sulla responsabilità degli Internet service provider. Verso un modello di responsabilità "complessa"*, in *Federalismi.it*, 2015.

³⁷ CEDU, *Delfi AS c. Estonia*, ric. 64649/09 (2015).

³⁸ Secondo il paragrafo 140: «The Court notes that it is not disputed that the comments posted by readers in reaction to the news article published on the applicant company's Internet news portal, as presented in the portal's commenting area, were of a clearly unlawful nature».

³⁹ Secondo il paragrafo 160: «The Court notes that the company was obliged to pay the injured person the equivalent of EUR 320 in compensation for non-pecuniary damage. It agrees with the finding of the Chamber that this sum, also taking into account the fact that the applicant company was a professional operator of one of the largest Internet news portals in Estonia, can by no means be considered disproportionate to the breach established by the domestic courts».

⁴⁰ Secondo il paragrafo 144: «The Court observes that the Supreme Court explicitly referred to the fact that the applicant company had integrated the comment environment into its news portal, inviting visitors to the website to complement the news with their own judgments and opinions (comments). According to the findings of the Supreme Court, in the comment environment, the applicant company actively called for comments on the news items appearing on the portal. The number of visits to the applicant company's portal depended on the number of comments; the revenue earned from advertisements published on the portal, in turn, depended on the number of visits. Thus, the Supreme Court concluded that the applicant company had an economic interest in the posting of comments. In the view of the Supreme Court, the fact that the applicant company was not the writer of the comments did not mean that it had no control over the comment environment».

⁴¹ Secondo il paragrafo 151: «The Court also refers, in this context, to the *Krone Verlag* (no. 4) judgment, where it found that shifting the risk of the defamed person obtaining redress in defamation proceedings to the media company, which was usually in a better financial position than the defamer, was not as such a disproportionate interference with the media company's right to freedom of expression (see *Krone Verlags GmbH & Co. KG v. Austria* (no. 4), no. 72331/01, § 32, 9 November 2006)».

⁴² CEDU, *Magyar Tartalomszolgáltatók Egyesülete e Index.hu Zrt c. Ungheria*, ric. 22947/13 (2016).

⁴³ CGUE, C-291/13, *Sotiris Papasavvas c. O Fileleftheros Dimosia Etairia Ltd, Takis Kounnafi, Giorgos Sertis* (2014).

suddetta direttiva non possono trovare applicazione nel caso in questione dal momento che la casa editrice, avendo pubblicato la versione *online* di un giornale, è a conoscenza delle informazioni pubblicate o esercita comunque un controllo su di esse. In altre parole, la Corte ha ricondotto la casa editrice in questione alla definizione di *content provider*, come tale, soggetto a responsabilità editoriale.

A tal punto, occorre interrogarsi sul regime di responsabilità dei *social network* che sono al centro del dibattito sulle *fake news* al fine di determinare se questi debbano essere o meno ritenuti responsabili al pari di un fornitore di contenuti. Tradizionalmente la loro responsabilità è sempre stata esclusa, da un lato, al fine di promuovere lo sviluppo dei servizi della società dell'informazione, facendo quindi prevalere la libertà di iniziativa economica e, dall'altro, dal momento che tali piattaforme non concorrono all'organizzazione dei contenuti attraverso un progetto editoriale, ma si limitano ad ospitare i contenuti che gli utenti stessi decidono di condividere spontaneamente sulla rete.

5 La responsabilità dei *social network*: attività di selezione e controllo attraverso l'utilizzo di algoritmi.

Nell'ultimo periodo il fenomeno delle *fake news* ha spinto diversi *service provider* a riconsiderare il proprio ruolo e le proprie responsabilità nella società dell'informazione, specie alla luce delle ultime vicende politiche già menzionate. Tale fenomeno ha costretto Mark Zuckerberg, CEO di Facebook, a riconsiderare il ruolo del *social network* come mera piattaforma, presentando diversi piani di azione per combattere la diffusione di notizie false. In particolare, negli ultimi mesi Facebook ha lanciato test negli Stati Uniti, Francia e Germania al fine di introdurre meccanismi efficienti di contrasto al fenomeno basati sulla segnalazione agli utenti di quelle notizie valutate come inattendibili⁴⁴. Lo stesso ha fatto Twitter inasprendo la sua policy contro i contenuti inattendibili e segnalati dagli utenti⁴⁵.

Tale attività di controllo è possibile grazie all'impiego di algoritmi ossia di tecnologie che sulla base di un procedimento prestabilito nella loro programmazione sono in grado di analizzare un numero indefinito di dati in modo da produrre un output che nel caso di specie si tradurrebbe nella segnalazione agli utenti di una notizia falsa. In questo contesto gli algoritmi svolgono un ruolo fondamentale identificando le fonti non attendibili o più volte segnalate⁴⁶. Proprio l'impiego di tali tecnologie potrebbe suggerire un ruolo attivo della piattaforma *online* che di fatto esercita un controllo delle notizie sul web, aprendo la via verso un nuovo modello di responsabilità dei fornitori di servizi che, al fine di controllare i propri contenuti, utilizzano tecnologie basate su processi decisionali automatizzati. Secondo il rapporto del relatore speciale delle Nazioni Unite sulla promozione e la protezione del diritto alla libertà di opinione e di espressione: «*search engine algorithms dictate what users see and in what priority, and they may be manipulated to restrict or prioritize content and that platforms deploy algorithmic predictions of user preferences and consequently guide the advertisements individuals might see, how their social media feeds are arranged and the order in which search results appear*»⁴⁷.

Il cuore della questione sta nell'interpretazione dell'art. 14 della direttiva e-Commerce, in particolare riguardo ai limiti della definizione di conoscenza e controllo dell'illiceità dei contenuti. In questo caso, sebbene ai sensi dell'art. 15 della suddetta direttiva gli Stati Membri non possano imporre un obbligo di sorveglianza o di ricerca attiva alle piattaforme, l'implementazione spontanea di meccanismi di controllo dei contenuti da parte dei *social network* comporterebbe l'impossibilità di applicare l'esenzione di responsabilità prevista dalla direttiva in quanto tali piattaforme eserciterebbero un controllo sui contenuti ospitati. In altre parole, l'utilizzo di algoritmi atti a controllare le notizie

⁴⁴ In particolare, il sito Mashable ha provato ad inserire volontariamente notizie false su Facebook al fine di capire se il meccanismo introdotto fosse funzionante. Alcuni utenti hanno evidenziato la comparsa di un nuovo messaggio quando hanno provato a condividere un articolo di un blog che riferiva una notizia chiaramente falsa (nel caso di specie si trattava di un articolo che sosteneva l'esistenza della tratta degli schiavi irlandesi). In particolare, un'icona rossa segnalava che si trattava di un contenuto che era stato segnalato da due note testate giornalistiche.

⁴⁵ L'azione di contrasto di Twitter prevede la cancellazione degli account abusivi, il miglioramento del motore di ricerca in modo da ridurre i risultati meno affidabili, l'eliminazione dei contenuti il cui contenuto è falso o non attendibile.

⁴⁶ Diversi commentatori hanno provato a identificare una definizione unitaria di algoritmo in modo da avere una comune base di partenza al fine di indagare l'impatto sociale di tali tecnologie. In primo luogo, guardando agli algoritmi come tecnologie, questi possono essere definiti come processi che esprimono un risultato in uno spazio e tempo limitato e attraverso un preciso linguaggio. Si veda in particolare T. Gillespie, *The Relevance of Algorithms*, in T. Gillespie - P. J. Boczkowski - K. A. Foot (eds.), *Media technologies: Essays on communication, materiality, and society*, Boston, 2014; N. Diakopoulos, *Algorithmic accountability: Journalistic investigation of computational power structures*, in 3(3) *Digital Journalism* (2015), 398 ss.

⁴⁷ Report of UN Special Rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression (A/HRC/32/38), disponibile *online*.

potrebbe configurare il fattore determinante al fine di determinare in capo ai *social network* una responsabilità pari a quella dei *content provider*, simile alla responsabilità editoriale tipica dei fornitori di servizi media e audiovisivi. Tale approccio sembrerebbe giustificato dal cambiamento del ruolo dei *social network*. Vista la loro crescita e rilevanza per l'intera società risulta necessaria anche un'assunzione di responsabilità che, comunque, contemperi la necessità di garantire lo sviluppo dei servizi della società dell'informazione. Tuttavia, considerato che gli algoritmi costituiscono la base funzionale di tutte le piattaforme *online*, la suddetta responsabilità non si estenderebbe a tutti i casi di utilizzo di tali tecnologie da parte degli ISP, ma esclusivamente qualora l'impiego degli algoritmi contribuisca sostanzialmente ad un controllo attivo – ed effettivo – dei contenuti caricati dagli utenti.

Tuttavia residua il dubbio se un attore privato senza garanzie pubblicistiche possa essere chiamato a bilanciare diritti fondamentali degli individui decidendo quali contenuti mantenere, segnalare o, addirittura rimuovere, mantenendo un'esenzione da qualsiasi tipo di responsabilità. Paradossalmente, le misure di contrasto alle *fake news* in mancanza di un controllo pubblicistico potrebbero portare a censure *ex ante* di contenuti che, seppur non parzialmente veri, non possono essere considerati come totalmente falsi con un chiaro impatto sulla libertà degli utenti di esprimere le proprie posizioni. Pertanto, in questo caso, dovrebbe essere valorizzato il meccanismo previsto dall'art. 15(2) della direttiva che prevede la possibilità per gli Stati membri di obbligare i prestatori di servizi della società dell'informazione ad informare senza indugio la pubblica autorità competente di presunte attività o informazioni illecite dei destinatari dei loro servizi o comunicare alle autorità competenti, a loro richiesta, informazioni che consentano l'identificazione dei destinatari dei loro servizi con cui hanno accordi di memorizzazione dei dati. Tale meccanismo partecipativo tra pubblico e privato garantirebbe la disponibilità di un controllo pubblicistico sull'attività di bilanciamento attuata dai *social network* in sede di selezione e rimozione delle notizie da segnalare come false o non attendibili. Inoltre, tale cooperazione giustificerebbe l'esenzione di responsabilità soltanto per quelle piattaforme *online* che prontamente comunicheranno all'autorità pubblica i criteri di controllo dei contenuti ospitati e le tecnologie implementate a tal fine. In questo modo da un lato verrebbe garantita la libertà di iniziativa economica e, dall'altro, il diritto alla libertà di espressione sarebbe bilanciato sotto la garanzia dell'attore pubblico chiamato per sua natura a perseguire fini di interesse pubblicistico quali la repressione della circolazione di notizie false nella società.

Alla luce di tale considerazioni, fintanto che l'attore pubblico non deciderà di prendere posizione sul tema della responsabilità delle piattaforme *online*, bisognerà accettare le proposte volontarie dei vari operatori privati che, come già espresso, secondo il dettato della direttiva e-Commerce non sono tenute ad un controllo di vigilanza sui contenuti caricati dagli utenti. Anzi, proprio l'adozione spontanea di misure di controllo pervasive potrebbe esporre i *social network* ad un rischio di estensione della responsabilità nel caso in cui il controllo sul carattere veritiero delle notizie pubblicate dagli utenti venga ritenuta come attività di controllo che qualifica il fornitore dei servizi come responsabile al pari di un *content provider*.

6 Conclusioni.

Risulta, infine, chiaro come le teorie liberali alla base del *free market place of ideas* costituiscano un importante punto di partenza al fine di sancire il diritto di ciascun individuo di esprimere il proprio pensiero in modo libero. La *streaming fountain* di Milton rappresenta il cuore della libertà di espressione e il fondamento dell'attuale società democratica che, al fine di crescere e svilupparsi, non può risultare inquinata dalla falsità e dal pregiudizio. Nella società odierna, tuttavia, la libertà di espressione incontra dei limiti costituiti da altri diritti fondamentali che in quanto tali meritano di ricevere adeguata tutela. Il web costituisce un potente canale di diffusione delle manifestazioni del pensiero, ma non può di certo compromettere le garanzie costituzionali spettanti agli utilizzatori della rete. In tale quadro, l'interesse pubblico volto a garantire il rispetto dei diritti fondamentali impone un'azione positiva da parte degli attori pubblici. Non risulta necessario imporre un controllo diffuso o gravose sanzioni atte rispettivamente a censurare le posizioni espresse nel *digital market place of ideas* o a punire i trasgressori che diffondono notizie false, ma soltanto il recupero di quella funzione pubblicistica di bilanciamento dei diritti tradizionalmente spettante agli attori pubblici.

Tale percorso dovrà basarsi sul dialogo con gli attori principali del *digital market place of ideas* in modo da definire un modello che, da un lato, continui a non imporre un onere sproporzionato sui fornitori dei servizi delle informazioni al fine di garantirne il loro sviluppo e, dall'altro, assicuri la presenza dell'attore pubblico nel meccanismo di bilanciamento dei diritti. Pertanto, rafforzare il

meccanismo di comunicazione tra i *social network* e l'autorità pubblica in relazione all'attività di monitoraggio delle *fake news* sembrerebbe costituire alla luce dell'attuale quadro normativo un primo passo necessario al fine di poter instaurare una cooperazione funzionale all'eliminazione dei contenuti illeciti dalla rete.