

***Social network*, partiti politici e lotta per il potere**

Giorgio Grasso

Sommario

1. Rilievi introduttivi. – 2. *Social network* e libertà associativa nei partiti politici. – 3. *Social network* e metodo democratico nell'art. 49 Cost. – 4. *Social network* e partiti politici in lotta per il potere.

1. Rilievi introduttivi

La riflessione che intendo svolgere con questo breve contributo è rivolta a individuare alcune possibili conseguenze che la diffusione dei *social network* sembra in grado di produrre sulla lettura dell'art. 49 Cost. e in particolare sul ruolo che i partiti politici dovrebbero svolgere come strumenti di lotta per il potere, secondo la notissima circostanza per cui i soggetti fondamentali di questa disposizione costituzionale sono, infatti, i cittadini che concorrono a determinare la politica nazionale, associandosi liberamente in partiti politici¹, e non questi ultimi, che rappresentano soltanto il tramite per mezzo del quale esercitare concretamente la libertà di associazione in tale ambito. In questo tentativo iniziale, si può immaginare allora di suddividere idealmente l'art. 49 Cost. in tre distinti enunciati normativi: *a)* quello che appunto riconosce ai cittadini la libertà di associazione per formare partiti politici, in una specificazione della più generale previsione dell'art. 18 Cost. sulla libertà di associazione; *b)* quello che indica nell'osservanza del metodo democratico un vincolo che non può essere circoscritto solo all'attività esterna dei partiti, ma deve riguardare anche come i partiti sono organizzati e strutturati, democrazia nei partiti, democrazia interna ai partiti, come si usa dire²; *c)* quello, infine, che nel concorso dei cittadini, iscritti ai partiti politici, a determinare la politica nazionale manifesta appunto la funzione essenziale di questi ultimi nel legame esistente tra l'art. 49 Cost. e altre disposizioni costituzionali, con ciò riferendomi almeno agli artt. 1, 48, 67, 92 e 94.

Tre “momenti” dell'art. 49 Cost., dunque, e tre conseguenti piste da cominciare ad esplorare nei rapporti dei partiti politici con i *social network*.

¹ Che ciò, peraltro, sia, «oggi, una suggestione, più che una realtà», per come è cambiato rispetto all'art. 49 Cost. il modo stesso di fare politica nel nostro Paese è stato, in ultimo, segnalato da P. Passaglia, *Intervento* ne *Il Forum: Le sfide della democrazia digitale*, in *Gruppo di Pisa*, 3, 2019, 252.

² In altra sede chi scrive ha argomentato di una necessità costituzionale della democrazia interna ai partiti, anche in Italia, in vigenza dell'art. 49 Cost.; vedi G. Grasso, *Il controllo giurisdizionale della democrazia nei partiti: le più recenti tendenze nella lente del MoVimento 5 Stelle*, in *Diritti Comparati*, 3, 2019, 57 ss., spec. 60-62.

2. *Social network* e libertà associativa nei partiti politici

Come i *social network* possono aver cambiato, in primo luogo, le modalità con cui i cittadini si associano in partiti politici ed esercitano poi i loro diritti dentro all'associazione. Il dato di partenza è ovviamente la constatazione di una numerosità di iscritti ai partiti politici sempre più bassa, tanto da aver contribuito, insieme a molto altro, a modificare il senso stesso della previsione costituzionale dell'art. 49, per la trasformazione – oramai da tempo compiuta – della struttura dei partiti politici di massa che avevano dominato tutta la prima (e lunga) fase di funzionamento della nostra forma di governo. A partiti politici costituiti da cittadini iscritti ai medesimi, anche sulla base di una forte affiliazione dal punto di vista ideologico, sono subentrati definitivamente partiti politici formati soprattutto da elettori e da simpatizzanti, che più facilmente – elezione dopo elezione – sono disponibili a cambiare appartenenza e orientamento di voto³. Se in fase di iscrizione e adesione (prendendo qui in considerazione le sette formazioni politiche che alla Camera dei deputati o al Senato della Repubblica possono contare su un gruppo parlamentare autonomo)⁴, oggi i diversi siti ufficiali dei partiti politici permettono generalmente di realizzare anche un tesseramento on-line⁵, e se per un partito politico, il MoVimento 5 Stelle, larga parte della vita associativa si svolge utilizzando esclusivamente un portale telematico, la conosciuta piattaforma Rousseau (ma con la recente adozione, il 17 novembre 2019, del nuovo statuto anche il Partito democratico avvierà una piattaforma deliberativa on-line⁶), i *social network* (in particolare Facebook, Twitter, Instagram) sono certamente diventati uno strumento di più agevole comunicazione e di interazione tra il partito politico – e i suoi organi dirigenti, anche a livello locale –, e gli iscritti al partito, nonché, trattandosi in genere di pagine pubbliche, a cui tutti quanti possono liberamente accedere, gli elettori, i cittadini o le

³ Vedi anche I. Massa Pinto, *Crisi della rappresentanza e nuove tecnologie tra domanda e offerta politiche*, intervento al Panel “I *social network* fra comunicazione e partecipazione politica”, cit. in premessa, ora in questo stesso fascicolo della *Rivista*, che, rispetto all’impegno «nella tradizionale forma partitica», parla di un cittadino digitale, che «s’informa e vota in base alle posizioni maturate su ciascun singolo tema».

⁴ Forza Italia-Berlusconi Presidente, Fratelli d’Italia, Italia Viva, Lega Salvini Premier, Liberi e Uguali, MoVimento 5 Stelle, Partito democratico.

⁵ Su questo profilo, pur con riferimenti aggiornati al 2015, vedi anche L. Nannipieri, *I partiti politici italiani sul web: prime osservazioni*, in F. Marcelli - P. Marsocci - M. Pietrangelo (a cura di), *La rete internet come spazio di partecipazione politica. Una prospettiva giuridica*, Napoli, 2015, 199 ss. La Lega Nord (oggi Lega-Salvini Premier) era l’unico partito che non prevedeva una forma di tesseramento on-line; il nuovo statuto, approvato il 21 dicembre 2019, continua a non esplicitare questa possibilità, che peraltro sembrerebbe esistere, guardando la *home page* del Movimento (consultato il 27 gennaio 2020).

⁶ Vedi l’art. 30, c. 7, di questo statuto rinnovato, che istituisce «una piattaforma deliberativa on-line per l’analisi, il confronto, l’informazione, la partecipazione e la decisione, ovvero per la fase della discussione e del dialogo che precede e accompagna le decisioni assunte dagli organi rappresentativi e di direzione del partito». La piattaforma è aperta a iscritti ed elettori del Partito e la disciplina del suo funzionamento è attribuita a un apposito regolamento attuativo; attraverso di essa, in particolare, «il Partito Democratico intende rivolgersi, con adeguati strumenti, alle donne e agli uomini che partecipano al dibattito politico e alla vita pubblica mediante l’utilizzo dei più diffusi social media». Tra i diritti di chi parteciperà a questa piattaforma digitale spicca, per i fini di questo scritto, la possibilità di «verificare l’attività del partito e degli eletti nelle istituzioni», di «aderire alle campagne di azione e mobilitazione» e di «diffondere le attività del partito».

Simposio: I *social network* fra comunicazione e partecipazione politica

persone che comunque pensano di trovare su quelle pagine un qualche contenuto di loro interesse. Questa funzione, prevalentemente informativa, che svolgono oggi i *social network* è bene evidenziata, per esempio, nel «Documento di *Social media policy*» del Partito democratico⁷, risalente a giugno 2016, dove si legge che il partito «attraverso i *social media* comunica e interagisce con i propri iscritti, elettori, simpatizzanti, e con i cittadini; diffonde i propri valori, informa sulle proprie posizioni sui temi di maggiore attualità, divulga materiale utile a comprendere e a monitorarne l'attività politica e legislativa (...), incoraggia e promuove l'interazione attraverso i *social media*, anche attraverso critiche costruttive».

D'altra parte la personalizzazione sempre più forte che contraddistingue molti partiti politici rende sensibilmente più elevato il gradimento in termini di “mi piace”, di “condivisioni”, di “*follower*” sulle pagine private dei *social network* di certi leader politici, anche utilizzate per fini istituzionali, quando quegli stessi uomini politici ricoprono cariche pubbliche⁸, che sulle pagine ufficiali del partito di appartenenza; questo squilibrio è evidentissimo, per esempio, in riferimento a Matteo Salvini, con 3 milioni e ottocento mila “mi piace” su Facebook, 1 milione e ottocento mila “*follower*” su Instagram e 1 milione e duecento mila “*follower*” su Twitter, contro cifre che si attestano (soltanto) sulle decine di migliaia per le pagine ufficiali della Lega-Salvini Premier nei tre diversi *social*.

Molto dubbio, comunque, è che dietro a una preferenza espressa con la mera adesione al profilo di un partito politico presente su un *social network* (o a quello di un uomo politico, pur molto popolare nelle piazze e sul *web*) si possa davvero ravvisare un modo per partecipare attivamente alla vita del partito, alle sue scelte, alle decisioni fondamentali che lo riguardano.

3. *Social network* e metodo democratico nell'art. 49 Cost.

Quest'ultimo rilievo apre alla possibilità di indagare, brevemente, come secondo spunto di ricerca, sull'esistenza di un qualche rapporto privilegiato tra *social network* e metodo democratico, anche sul versante dell'organizzazione interna di un partito politico. Quanto al metodo democratico esterno, peraltro, credo che l'aspetto più delicato riguardi il monitoraggio da parte di un *social network* dei contenuti postati da un partito politico sulla propria pagina *social*, monitoraggio che dovrebbe impedire, tra l'altro, la diffusione di una propaganda politica basata su un discorso d'odio, sull'apologia del fascismo o sull'uso della violenza per perseguire il programma politico del partito. In tale contesto, dove la disciplina dell'art. 49 Cost. incrocia quella dell'art. 21 e, quindi, i profili del *political speech* e del pluralismo informativo su Facebook piuttosto che su

⁷ Vedi il [relativo sito](#), consultato il 27 gennaio 2020.

⁸ Sul punto vedi S. Rossa, *Social network e P.A.: quale rapporto tra disciplina della comunicazione pubblica e Codice dell'amministrazione digitale?*, intervento nel Panel “I *social network* fra comunicazione e partecipazione politica”, cit., ora in questo stesso fascicolo della *Rivista*.

Google⁹, devono menzionarsi i recenti episodi in cui sono stati bloccati e oscurati i profili Facebook e Instagram di due note formazioni politiche di estrema destra, Casa-Pound e Forza Nuova¹⁰, che per risposta, dopo aver peraltro trovato ospitalità sul *social* russo Vkontakte¹¹, hanno visto riconoscere alla prima (almeno riguardo a Facebook), con un'ordinanza adottata ai sensi dell'art. 700 del c.p.c., la riattivazione della pagina del *social network* oscurata¹², e respingere, invece, alla seconda, sempre con un'ordinanza cautelare estesamente motivata, il ricorso presentato ancora contro Facebook¹³.

Un passaggio della prima decisione sembra di particolare rilievo per le presenti note, laddove il Tribunale di Roma sottolinea «il rilievo preminente assunto dal servizio di Facebook (o di altri *social network* ad esso collegati) con riferimento all'attuazione di principi cardini essenziali dell'ordinamento come quello del pluralismo dei partiti politici (49 Cost.), al punto che il soggetto che non è presente su Facebook è di fatto escluso (o fortemente limitato) dal dibattito politico italiano, come testimoniato dal fatto che la quasi totalità degli esponenti politici italiani quotidianamente affida alla propria pagina Facebook i messaggi politici e la diffusione delle idee del proprio movimento». Con qualche inerenza al vincolo del metodo democratico interno, spetta invece ai singoli partiti politici verificare ed eventualmente moderare i commenti che gli utenti della pagina di un partito politico, partecipando alla discussione, possono scrivere liberamente sulla Rete, sulla base di regole di *policy* che gli stessi partiti dovrebbero adottare. Il già citato «Documento di Social *media policy*» del Partito democratico, per esempio, contiene un punto interamente dedicato alla «moderazione», secondo il quale «Tutti

⁹ Sulla problematica vedi ora M. Monti, *Le Internet platforms, il discorso pubblico e la democrazia*, in *Quaderni costituzionali*, 4, 2019, 811 ss. Vedi anche il *Il Forum: Le sfide della democrazia digitale*, cit., spec. 255 ss.

¹⁰ Vedi per riferimenti il commento *CasaPound e Forza Nuova, oscurati i profili social. «Facebook ci blocca, è di sinistra»* in *Il Sole 24 Ore*, consultato il 27 gennaio 2020.

¹¹ *CasaPound e Forza Nuova, oscurati i profili social. «Facebook ci blocca, è di sinistra»*, in *Open Online*, 2 novembre 2019 (consultato il 27 gennaio 2020). In altri interventi di Panel della Seconda Conferenza di ICON-S Italia, «Le nuove tecnologie e il futuro del diritto pubblico», cit., si è dato conto di questo episodio: vedi in particolare G. Donato, *Il potere senza responsabilità dei social media nelle campagne elettorali* e F. Musella, *Algoritmi, tecnologie digitali e futuro della democrazia*.

¹² Vedi Trib. Roma, sez. impresa, 11 dicembre 2019 (R.G. 59264/2019), annotata da R. Bin, *Casa Pound vs. Facebook: un'ordinanza che farà discutere*, in *lacostituzione.info*, 15 dicembre 2019, che rileva come in via cautelare non si sia affrontata la questione dell'eventuale «violazione da parte di Casa Pound dei principi e delle regole costituzionali», che dovrebbero essere oggetto del giudizio di merito, dando «precedenza alle ragioni del pluralismo politico su ogni altra considerazione». Tale decisione, ricordata anche da M. Pietrangelo, *Intervento* in *Il Forum: Le sfide della democrazia digitale*, cit., 283, evidenziando soprattutto il brano della pronuncia, dove si afferma che «Il rispetto dei principi costituzionali e ordinamentali costituisce per il soggetto Facebook ad un tempo condizione e limite nel rapporto con gli utenti che chiedano l'accesso al proprio servizio», e commentata ora da A. Jr. Golia - R. Behring, *Private (Transnational) Power without Authority. Online fascist propaganda and political participation in CasaPound v. Facebook*, in *Verfassungsblog*, 18 febbraio 2020 (consultato il 27 gennaio 2020).

¹³ Vedi Trib. Roma, sez. diritti della persona e immigrazione civile, 24 febbraio 2020 (R.G. 64894/2019), depositata quando questo contributo era in bozza di stampa, in cui il giudice in composizione monocratica ha affermato conclusivamente un «dovere legale» di Facebook di rimuovere contenuti illeciti, non solo per violazione delle condizioni contrattuali, ma anche (e direi soprattutto) per violazione di un complesso sistema normativo che si fonda sul diritto internazionale, sul diritto dell'Unione europea, su quello della Convenzione europea dei diritti dell'uomo e sul diritto nazionale, oltre che su una «vasta giurisprudenza nazionale e sovranazionale», dettagliatamente citata nella pronuncia.

Simposio: I *social network* fra comunicazione e partecipazione politica

possono partecipare alla discussione sui canali social del Pd», utilizzando «toni educati e rispettosi» e non essendo «ammessi commenti che istighino o facciano riferimento al razzismo, alla xenofobia, all'omofobia, alla violenza o a qualunque forma di discriminazione: di genere, di razza, di lingua, di religione, di disabilità. Sono altresì vietati insulti, affermazioni violente o volgari. I commenti o le risposte che violino le suddette regole saranno tempestivamente rimossi e/o segnalati alle rispettive piattaforme». Di stretta democrazia interna è poi il profilo che implica che i *social network* possano rappresentare un inedito strumento per organizzare, dentro a un partito politico, un momento di confronto pluralistico tra diverse posizioni e opinioni, piuttosto che il modo per sostenere una candidatura a una carica direttiva del partito o per selezionare le candidature del partito alle elezioni politiche e/o amministrative. Spicca in proposito, negativamente, la vicenda del MoVimento 5 Stelle, oggetto anche di una conosciuta decisione del Tribunale di Napoli del 13 luglio 2016, che ha accolto l'istanza di sospensione delle deliberazioni di espulsione di 20 iscritti al MoVimento 5 Stelle, accusati di avere costituito un gruppo Facebook segreto, «per manipolare il libero confronto per la formazione del metodo di scelta del candidato sindaco e della lista per le elezioni amministrative» napoletane del 2016: gruppo Facebook che potremmo considerare, con il linguaggio dei partiti di un tempo, come una sorta di corrente nel partito, vietata dagli atti costitutivi del MoVimento¹⁴.

4. *Social network* e partiti politici in lotta per il potere

C'è, infine, da avviare un primo ragionamento sul rapporto tra *social network* e partiti politici in lotta per il potere, se è vero che quest'ultima accezione, anche per il costituzionalista, è il cuore dell'art. 49 Cost., presupponendo tale disposizione un assetto pluripartitico nel quale i cittadini iscritti ai partiti concorrono alla determinazione della politica nazionale, presentandosi alle elezioni con liste e candidati, per eleggere in particolare i membri del Parlamento.

In un altro intervento di questo *Panel*, quello di Davide Servetti, ci si è interrogati, *de jure condito* e *de jure condendo*, sulla disciplina applicabile al fine di regolamentare l'uso dei *social network*, soprattutto durante le campagne elettorali, per preservare, tra tutti i caratteri del diritto di voto dell'art. 48 Cost., quello della sua libertà effettiva¹⁵.

Ma la lotta per il potere va oltre il – pur ineliminabile – momento elettorale, è contesa che si porta nelle aule parlamentari attraverso il legame problematico tra l'art. 49 e l'art. 67 Cost., non trascurandosi i richiami in Costituzione all'esistenza dei gruppi parlamentari, non sempre peraltro perfetta fotografia dei partiti politici esistenti fuori dal Parlamento; è confronto politico serrato che si svolge nel binario delle dinamiche più genuine della nostra forma di governo parlamentare e al fine di garantire la formazio-

¹⁴ Sul punto vedi già G. Grasso, *op. cit.*, 71; sulla decisione citata nel testo vedi anche E. Caterina, *Il giudice civile e l'ordinamento interno dei partiti politici: alcune considerazioni sulle recenti ordinanze dei Tribunali di Napoli e di Roma*, in *Osservatorio sulle fonti*, 3, 2016, 1 ss.

¹⁵ Vedi D. Servetti, *Social network, deliberazione pubblica e legislazione elettorale di contorno*, ora in questo stesso fascicolo della *Rivista*.

ne di un Governo, nominato ai sensi dell'art. 92 Cost. e sostenuto da una maggioranza parlamentare, attraverso il voto di fiducia, secondo quanto dispone il successivo art. 94 del testo costituzionale. È a quel punto che la «politica generale» del Governo, alla luce dell'art. 95 Cost., inizia a essere perseguita, rappresentando peraltro solo un pezzo della trama più ampia della «politica nazionale» dell'art. 49 Cost., il pezzo “vincente” potremmo dire, misurato su quanto potrà durare la vita di un Governo nel corso di una legislatura.

I partiti politici dalle aule parlamentari hanno spesso ricondotto la politica e la lotta per il potere nelle piazze, nelle strade – oltre che nei dibattiti televisivi o sulla carta stampata –, il che non può che essere un bene per il corretto funzionamento di un sistema democratico, se il piano della decisione politico-parlamentare e quello della legittimazione di un Governo, appoggiato dalla fiducia parlamentare, a guidare un Paese, non vengono continuamente esposti ai mutevoli umori popolari, confondendo ad arte i numeri e le maggioranze presenti in Parlamento con i numeri espressi da “bagni di folla” nelle piazze o da sondaggi quasi quotidiani sul gradimento delle diverse forze politiche e dei Governi.

Le piazze sono oggi, sempre più, piazze virtuali¹⁶, che hanno certamente nei *social network* la loro “punta di diamante”; come avveniva in passato, quando si facevano soltanto comizi, cortei o manifestazioni, anche le piazze virtuali contribuiscono largamente a raccogliere il consenso. Ancora più che in passato, però, misurare la forza effettiva di questo sostegno nell'opinione pubblica e negli orientamenti di voto esige grande prudenza, per i partiti politici e i loro leader, protagonisti della scena sui *social*, tutti dovendosi ricordare che l'efficacia di un'immagine o di un video condivisi su Facebook o su Instagram da migliaia di utenti o la buona riuscita di un *tweet* propagato a catena su Twitter possono anche rapidamente cambiare, azzerando in un battere di ciglia tutto il consenso ottenuto.

¹⁶ Questo profilo è stato ben sottolineato anche da E. Celeste, *Social network e politica: il valore di un tweet*, intervento nel Panel “I *social network* fra comunicazione e partecipazione politica”, cit., ora in questo fascicolo della *Rivista. Delle Internet platforms* (e in particolare di Facebook) come fori pubblici, applicando tale istituto del diritto americano nel contesto italiano, discute ora M. Monti, *op. cit.*, spec. 827 ss.