

FAKE NEWS E NON SOLO, INFORMAZIONI INGANNEVOLI E DISTORSIVE

a cura di: Avv. Giovanni CARIDI, Avv. Carlo CARLI e Avv. Giancarlo CATERINA

Avvocati del Foro di Roma

Indice: 1. Nozione ed inquadramento storico giuridico delle *fake news*. 2. La complessità del fenomeno della disinformazione anche attraverso la diffusione di fake news. 3. L'influenza delle tecnologie informatiche e dei social sui comportamenti sociali. 4. Rilevanza del fenomeno nel settore economico industriale.

* * * *

1. Nozione ed inquadramento storico-giuridico delle *fake news*.

Con il termine "*Fake news*" si intendono tutte quelle notizie che inventano del tutto le informazioni, disseminano contenuti ingannevoli, distorcono in maniera esagerata le notizie vere.

Lo studioso statunitense Robert Darnton ha ricostruito la storia della disinformazione a partire dal VI secolo d.C. osservando come l'uso manipolatorio delle informazioni è passato attraverso diverse modalità: si pensi alle cosiddette "*pasquinate*" (satire per lo più brevi, in versi e in prosa, contro i papi e la Curia o contro persone o costumi giudicati degni di biasimo che venivano attaccate al torso di Pasquino, che divenne così il grande divulgatore della satira politica, dotta e popolare di Roma) o, ancora, ai "*canard*" (pettegolezzi) fogli distribuiti nelle strade di Parigi con notizie spesso ingannevoli; fino ad arrivare ai giornali londinesi di fine '700, quando, secondo lo stesso Darnton, le notizie false hanno raggiunto il proprio picco.

Al giorno d'oggi, chiunque può accedere a innumerevoli fonti di informazione e allo stesso tempo creare un contenuto informativo con bassi costi e alte potenzialità di diffusione.

Ciò ha portato in alcuni casi ad una divulgazione dell'informazione per generare facili profitti pubblicitari o per influenzare l'opinione altrui con finalità di vario genere.

Rispetto al passato oggi le notizie giungono all'utenza in maniera diversa, basti pensare a strumenti del web quali social networks o motori di ricerca che forniscono agli utenti informazioni più o meno vere in tempo reale dando più risalto al singolo contenuto (un titolo sensazionalistico, una bella foto) che non alla fonte che l'ha prodotto.

E questo elemento gioca molto a favore di siti che producono per l'appunto "*fake news*" per scopi di *clickbaiting* (acchiappaclick o esca da click).

Il Clickbait è strettamente connesso al concetto di *fake news* ed indica un contenuto web la cui principale funzione è di attirare il maggior numero possibile d'internauti, per generare rendite pubblicitarie online.

Lo stesso Facebook ha denunciato di recente numerosi tentativi di propaganda e manipolazione dell'informazione, apparentemente orchestrati da governi o soggetti organizzati, sfruttando le "*fake news*", ma anche profili falsi che puntano a influenzare l'opinione pubblica.

Tra le false notizie di maggiore portata annoveriamo, in tema di Brexit, lo slogan sull'autobus della campagna del "*Leave*" che sosteneva come "*ogni settimana 350 milioni di sterline vengono mandate in Europa*" e la promessa che in caso di vittoria al referendum, tali somme sarebbero state investite in sanità pubblica.

Il dato è stato, poi, smentito dagli stessi Autori, ma solo dopo la vittoria al referendum.

Altro recente caso di *fake news* è quello relativo alle elezioni USA, dove la notizia più condivisa in assoluto su Facebook è stata quella "*falsa*" secondo cui il Papa Francesco aveva deciso di appoggiare Donald Trump nella propria campagna elettorale.

Si è molto discusso dell'uso di "*fake news*" per scopi propagandistici in contesti elettorali anche diversi da quelli degli Stati Uniti, quali quelli di Germania, Olanda e, di recente, anche in Francia.

Tuttavia molte notizie false non riguardano solo la politica ma anche il mondo dello spettacolo e dell'intrattenimento.

Di recente, Facebook ha lanciato negli Stati Uniti un servizio di segnalazione delle notizie che sono state messe in dubbio da alcune note testate di *fact-checking* (verifica delle fonti).

Google ha invece deciso di colpire le testate *clickbating* produttrici di false notizie, bloccando la propria pubblicità sui loro domini.

In Europa diversi governi si sono attivati per arginare il fenomeno delle *fake news*: la Germania ha introdotto una legge (la cosiddetta *Netzwerkdurchsetzungsgesetz*) che prevede multe fino a 50 milioni di euro per i siti che non rimuovono notizie diffamatorie o caluniose (il provvedimento non riguarda le "*notizie false*" in genere, ma solo alcune tipologie); nella Repubblica Ceca è stata creata un'unità governativa per timore di influenze russe in campo informativo.

Anche in Italia con il DDL Garbarino è stata presentata una proposta di legge contro le *fake news* che però è stata giudicata come "*pericolosa*" sia da alcuni esponenti politici che da attivisti per le libertà digitali.

Mentre si aspetta una legge *ad hoc* che permetta di smorzare il fenomeno delle *fake news*, i dati dei ricercatori e degli analisti si fanno sempre più preoccupanti.

Non solo le notizie false su Internet aumentano in numero e in forza pervasiva, le campagne di smascheramento e informazione hanno spesso l'effetto di renderle più popolari.

Avv. GIOVANNI CARIDI

* * * *

2. La complessità del fenomeno della disinformazione anche attraverso la diffusione di *fake news*.

La disinformazione può essere definita come quell'attività malevola che mira a fornire e diffondere deliberatamente informazioni false, fuorvianti o non oggettive, distorcendo o alterando la realtà dei fatti allo scopo di ingannare, confondere o modificare le opinioni di qualcuno verso una persona, un argomento, una situazione, traendone spesso vantaggio.

Da sempre l'uomo - come anche richiamato nella Bibbia - utilizza l'arma della menzogna, menzogna che non necessariamente è "*bugia*", ma anche falsa prospettazione, oppure omissione di parte dei fatti per arrivare a dare una impressione diversa.

La "*disinformazione*" è ampiamente studiata in ambito militare e commerciale, tuttavia da un punto di vista giuridico ne è stato disciplinato qualche aspetto.

A titolo esemplificativo e non esaustivo si pensi al reato di aggioaggio oppure a quello di *insider trading*, o dei danni all'immagine, o ancora alla vera e propria truffa.

Il concetto di disinformazione (creazione e condivisione consapevole di informazioni che si sa essere false) deve essere tenuto distinto da quello della cosiddetta "*misinformazione*" (condivisione involontaria di informazioni false).

Infatti la condivisione di informazioni non vere può capitare anche a chi non ha l'obiettivo di ingannare chi legge (si pensi, ad esempio, alla condivisione di *fake news* sui *social networks* nell'erronea convinzione che invece siano vere) e chi produce involontariamente un'informazione falsa tende poi a rettificarla e/o integrarla appena emergono nuovi elementi.

Lo stesso non si può affermare per chi vuole diffondere disinformazione in maniera consapevole.

In tal caso, può concretizzarsi il fenomeno della "*reception*", ovvero quell'insieme di azioni che tendono a ricostruire una verità da dare in pasto a qualcuno.

In genere, il loro intento più importante è quello di "*disorientare*", quindi togliere certezze, ed ecco il motivo della pericolosità di una legge specifica sulle *fake news*! anche ammesso (...) che

la commissione che la studia sia armata delle migliori intenzioni ed anche di buona fede, risulta oltremodo difficile andare a disciplinare una attività decettiva o fuorviante!

Avv. CARLO CARLI ed Avv. GIOVANNI CARIDI

* * * *

3. L'influenza delle tecnologie informatiche e dei social sui comportamenti sociali.

Nel tentativo di fare un'analisi su come i maggiori *social network* influenzino e manipolino i comportamenti sociali, appare necessario dare atto che la collettività sia sempre più *digital oriented* e meno consumatrice di dati e fatti concreti.

Che cosa significa questa affermazione?

Siamo nel 2017 e tutti i giorni diventiamo sempre più social, sia per l'influenza che i social media stanno avendo sulla nostra vita e quotidianità, sia per il bombardamento di notizie che ci arrivano direttamente dalla rete e dal mondo del web.

Secondo il report Digital nel 2016, gli utenti di internet sono 3,4 miliardi su una popolazione di 7,4 miliardi di persone.

Questo numero è la testimonianza di quanto importante sia all'epoca attuale l'utilizzo del web.

In particolare dalla ricerca emerge che il 40% (circa 2,3 miliardi) degli utenti a livello globale accedono a internet tramite mobile.

A testimonianza di questo dato di fatto e indiscutibile, parlano i numeri: gli accessi a internet tramite mobile ammontano, all'inizio del 2016, al 39% con un aumento del 21% rispetto all'anno precedente (2015) ed emerge parallelamente una diminuzione dell'uso sia del desktop (-9%) che dei tablet (-21%).

In tutta questa forte affluenza nella navigazione sul web, non possiamo dimenticarci dell'importanza dei Social Network: a livello mondiale gli utenti che utilizzano le piattaforme social ammontano a 2,3 miliardi.

I picchi più alti di utilizzo provengono dal Nord America ed Europa, a seguire Sud America e Asia.

I Social più utilizzati sono Facebook (1,5 miliardi di utenti, in continua crescita) e le *app* di messaggistica istantanea, come WhatsApp che vede 900 milioni di utenti attivi (nel 2015 si attestavano a 600 milioni) e Facebook Messenger (circa 800 milioni di utenti).

Focalizzandoci ora in modo particolare sul nostro Paese, la ricerca ha mostrato che circa 38 milioni di italiani navigano in rete, il 47% accede costantemente ai social e nel dettaglio il numero di utenti che si connettono alle piattaforme social si è attestato a 24 milioni nel 2016 (in crescita rispetto al 2015).

Ma cosa significa essere sempre così costantemente connessi sul web?

Certamente questo aspetto implica e coinvolge più aspetti: si apprendono nuove notizie, si ricevono più informazioni precise e specifiche, è possibile accedere a più fonti, condividere contenuti di ogni tipo o semplicemente scambiarsi opinioni e pareri.

La conseguenza di questo, enfatizzata soprattutto da un passaparola tra utenti molto più rapido di quello che si ha nella realtà al di fuori del contesto internet, è che non sempre le notizie che si ricevono o che si diffondono possano essere vere.

Pensiamo ad esempio alle "News Feed" di Facebook: si tratta di uno spazio dedicato sul social network in cui compaiono tutte le notizie e le curiosità che sono legate ai nostri interessi, gusti, attività che compiamo nella nostra vita.

Queste inserzioni che ci appaiono sono frutto dell'algoritmo di Facebook, in grado di monitorare ogni giorno i nostri "spostamenti" mentre navighiamo e quindi captare e poi memorizzare quali sono le categorie che maggiormente ci interessano.

È possibile anche scegliere cosa vogliamo vedere come notizie e informazioni, modificando il nostro profilo e indicando quali sono le nostre preferenze.

Abbiamo detto quindi, che siamo costantemente bombardati da notizie di ogni genere. Emerge, quindi, un punto da affrontare: quanto sono vere e originali queste informazioni e quante sono "fake", le cosiddette "bufale"?

È evidente come l'evoluzione dell'informazione, avvenuta in modo così repentino negli ultimi decenni, se da un lato ha fornito enormi opportunità di accrescimento della conoscenza a trecentosessanta gradi per enormi fette della collettività, come dimostrano i dati sopra indicati, dall'altro lato presta il fianco a notizie di ogni genere, spesso prive di verifica e riscontro, in grado di influenzare le masse e modificarne le decisioni, più o meno importanti, sotto vari profili, da quello apparentemente più frivolo, legato al mercato e, dunque, agli acquisti in generale, a quello ben più importante legato alle scelte politiche e, a volte, alla destabilizzazione stessa degli assetti democratici.

Si pensi al caso più recente legato al Russiagate, in merito al quale ogni giorno emerge un nuovo colpo di scena.

Prima la scoperta dell'esistenza di un esercito di hacker russi che da un palazzo di San Pietroburgo inquinavano il dibattito politico digitale Usa fingendosi attivisti americani: interventi ispirati dal Cremlino per creare scompiglio nelle elezioni presidenziali, mettere in cattiva luce Hillary Clinton e seminare discordia su ogni fronte, dai matrimoni gay al razzismo. Poi l'individuazione di centrali di disinformazione russe anche in territorio americano: ben 250 finti siti di protesta come *BlackMatter.Us.com* e *DoNotShoot.Us.com* hanno

sede in un villino di *Staten Island*, quartiere insulare nella baia di New York, sede della *Greenfloid LLC*, società del russo-americano Sergey Kashyryn.

E mentre Facebook, Google e Twitter – che il primo novembre dovranno affrontare un processo politico-mediatico davanti alle commissioni di Camera e Senato che indagano sul Russiagate – giocano d'anticipo annunciando impegni di autoregolamentazione per evitare il ripetersi di simili campagne di disinformazione, anche *YouTube* finisce sul banco degli imputati: la piattaforma video più diffusa al mondo è accusata di aver apertamente agevolato la rete televisiva russa RT nel suo sforzo di conquistare una visibilità mondiale. Posizione che questo *network*, da sempre nel cuore di Putin, ha poi utilizzato per rilanciare le campagne degli hacker di San Pietroburgo.

La scoperta della profondità delle interferenze russe nella politica Usa transitate attraverso i canali di «*Big Tech*» che non solo ha lasciato le porte aperte, ma ha addirittura incassato parecchi soldi per pubblicità mirante ad alimentare conflitti in America.

Siamo, dunque, a una resa dei conti?

Dopo anni di torpore, il Congresso si è svegliato e ora si vede un gran fervore.

Proposte di legge per responsabilizzare i big della rete sui contenuti sessuali o per regolamentare la pubblicità elettorale, ma c'è anche chi punta a una vera legislazione antitrust contro i nuovi monopoli.

Qui la novità principale è venuta da John McCain: il vecchio leone repubblicano, ai ferri corti col presidente Trump, ha dato la sua adesione alla proposta di legge di regolamentazione della pubblicità elettorale su Internet presentata da due senatori democratici: Mark Warner e Amy Klobuchar.

Non è una novità da sottovalutare, mentre le indagini sul Russiagate, che andranno ancora avanti a lungo, continueranno a tenere sotto pressione Facebook, Google e Twitter.

Ma le possibilità che tutto questo si traduca in leggi efficaci sono assai esigue. In teoria gli argomenti per un intervento sulle posizioni monopoliste (Google che controlla quasi il 90% dei motori di ricerca, Amazon il 74% del mercato degli ebook mentre Facebook, con le sue Instagram, WhatsApp e Messenger, domina, col 77%, il traffico delle reti sociali) sono solidi.

Appelli in questa direzione vengono dal mondo dell'economia, dell'accademia e perfino da scienziati dell'intelligenza artificiale come Yoshua Bengio, uno dei padri del *machine learning*, secondo il quale se il domino dei mercati è un serio problema economico, non vanno sottovalutati i rischi per la democrazia che possono derivare da un'eccessiva concentrazione di potere tecnologico in campi che possono cambiare i destini dell'umanità.

L'autoregolamentazione.

Qui pesa anche l'atteggiamento di Facebook e Twitter che, capito il rischio che stavano correndo, sono corse ai ripari annunciando progetti di autoregolamentazione proprio alla vigilia del «processo» in Parlamento.

Il copione l'ha già scritto, in alcune pre-audizioni, Randall Rothenberg, capo di Iab, associazione lobbistica che rappresenta le aziende digitali: «Dobbiamo fare di più, essere più trasparenti, ma facciamo da soli. L'autoregolamentazione è più efficace di una legge generale».

Come al solito, Silicon Valley chiede di essere esentata dalle regole, di essere creduta sulla parola. Stavolta non dovrebbe funzionare davanti all'evidente fallimento dei controlli interni fin qui predisposti. Ogni vincolo riduce il traffico e, quindi, i profitti: serve una legge perché nessuna azienda ha interesse a introdurlo.

I limiti.

Forse stavolta accadrà, ma le difficoltà sono formidabili.

Da un lato quelle giuridiche: difficile prevedere una norma di protezione dei dati personali che si applichi a Facebook, Google e Twitter ma non alle società di marketing, alle telecomunicazioni, alle tv o al credito.

Dall'altro quelle politiche: non solo molti parlamentari preferiscono non sfidare giganti tecnologici che possono metterli in cattiva luce davanti al loro elettorato ma è diffusa la sensazione che in tutte le elezioni – dal Congresso ai voti locali per governatori, sindaci e perfino i consigli scolastici – ci sia ormai una folla di candidati vogliosi di usare Facebook come ha fatto Trump nella campagna 2016.

Avv. GIANCARLO CATERINA

* * * *

4. Rilevanza del fenomeno nel settore economico industriale.

Per sintetizzare sia concetti che ragionamento, cercando di individuare contesto attuale e futuro – e, quindi, i possibili effetti sul piano giuridico di quanto in oggetto – desidero utilizzare tre spunti.

Il primo: una notizia apparsa su Twitter

Siamo alla follia o quasi? Il Governo vorrebbe coinvolgere Facebook+Google per certificare la qualità delle fonti. Come privatizzare (orwellianamente) la giustizia - Repubblica

Fake news il governo chiede trasparenza ai colossi del web

Palazzo Chigi vuole coinvolgere Google e Facebook per certificare la qualità delle fonti

ANDREA SANNAZZI, ROMA

Il governo ritiene che non siano necessarie ulteriori leggi per contrastare la disinformazione in rete e non appoggerà iniziative parlamentari in tal senso. Lo si apprende da fonti di Palazzo Chigi.

La strategia, in vista delle prossime elezioni politiche, sarà quella della collaborazione con le società che gestiscono le piattaforme digitali - i cosiddetti Over the Top, come Google e Facebook - per ottenere magistratura. L'approccio sarà opposto: invece di limitare gli utenti a individuare le fonti qualificate.

In questo senso sia Google che Facebook si sono già mossi con il progetto Trust - al quale aderiscono diverse testate internazionali, tra le quali Repubblica - che garantisce la certificazione di qualità ai contenuti, mantenendoli e garantendoli negli algoritmi di ricerca e visibilità. Inoltre, gli editori possono cercare i giornali legittimi esistenti accanto a ciascuno dei contenuti pubblici.

Di cosa parlavano i post rimossi

27,8%	27,7%	15,8%	22,7%	9,5%
Narrazione e stile contro gli immigrati	Conte contro i riciclatori	Oggetti strisci	Civiltà e moralità	Oggetti religiosi

2,2% Altre 2,8% Gender 4,5% Religione 8,7% Razza 8,7% Antimazzette

Italian Politics on Twitter

"Siamo alla follia o quasi? Il Governo vorrebbe coinvolgere Facebook+Google per certificare la qualità delle fonti. Come privatizzare (orwellianamente) la giustizia - Repubblica"

TWITTER.COM

Il secondo: una notizia apparsa sulla Rivista Science

La notizia è questa: un team di scienziati statunitensi del RIKEN-MIT Center for Neural Circuit Genetics e del MIT Picower (il Massachusetts Institute of Technology) - coordinati dal professore di Biologia e Neuroscienze e Direttore del Centro, dottor Susumu Tonegawa - sono riusciti a impiantare falsi ricordi nel cervello di topi geneticamente modificati, manipolando proprio l'engram cellulare e l'ippocampo.

Sembra fantascienza, ma non lo è.

La sperimentazione sull'uomo è quindi possibile (ammesso che non sia stata già tentata, come pure anticipato oltre 20 anni fa nel *movie "RETURN TO MARS"*), dando il via all'impianto di ricordi, magari per fini medici o psichiatriche (es., la cura di soggetti affetti da patologie che portano a dimenticanze).

Il terzo: una notizia apparsa su www.corrierecomunicazioni.it

RAPPORTO TREND MICRO: *Cybersecurity*, lo spionaggio industriale fa più paura degli hacker. In sostanza, le aziende italiane sarebbero preoccupate da furto di dati e attacchi della concorrenza; meno da azione informatica malevola. Così solo il 35% di esse ha pronto un piano di risposta in caso di violazione della propria 'struttura' informatica, nonché della propria immagine (specialmente virtuale) nel Mercato.

Eppure casi "quasi inspiegabili" di spionaggio industriale e di illecito trasferimento

tecnologico (soprattutto nei settori difesa, aereospazio, biotech e ricerca energetica) da parte di aziende straniere ce ne sono stati, probabilmente in misura maggiore di quanto si è potuto sapere.

Ora, il punto fondamentale da cui partire - credo - sta nella considerazione che la famosa **"globalizzazione"** ha prodotto almeno due grandi effetti: **la informatizzazione di massa e la nuova modalità percettiva di tempo / spazio.**

La prima, in estrema sostanza, ha prodotto **una iperpresenza - ormai oltremodo invasiva - del computer nella vita umana** (personale, istituzionale, aziendale).

La seconda, **un nuovo elemento personale che va ad aggiungersi a quella complessità percettiva** definibile come BIAS Individuale.

Ulteriore conseguenza, sia della prima che della seconda situazione, sta nella **modifica dei classici criteri di riconducibilità dei parametri della responsabilità**; in buona sostanza, ci sono vari casi - e sono in aumento - nei quali risulta difficile o impossibile individuare la fonte della decisione volitiva.

Gli effetti pratici sono infiniti.

Per limitarci a quelli che potrebbero (anche non arrivare ad) ottenere gli onori delle cronache giudiziarie, vorrei ricordare i seguenti casi di *'falsificazione'* o *'artefazione'* di:

- certificazioni degli *standards* costruttivi di elementi parti di ricambio (auto, navi, aerei);
- cartelle cliniche di strutture sanitarie (piccole, medie, grandi);
- fascicoli di istruttoria giudiziaria, di processi, di detenzione;
- sistemi scada di infrastrutture sensibili / critiche, quali impianti semaforici di intere zone, o strutture di difesa militare, o strutture per la sicurezza incendi, o di interi apparati di ascensori pubblici e condominiali, o degli elettrodomestici casalinghi *'smart'*;
- strumenti di pubblicizzazione notizie (dai giornali, anche non on line, fino ai messaggi radiofonici emessi per ragioni di sicurezza).

Casi che, appunto, possono essere **compiuti tanto da 'esseri umani', quanto da 'entità meccaniche' o semplicemente 'apparati virtuali'**.

E' un mondo, questo, dove un *'sistema predisposto'* situato in un qualsiasi punto del globo può azionare dei fatti -ad esempio **un 'messaggio' con un contenuto umanamente significativo**, che a sua volta è capace di innescare delle **conseguenze sul comportamento di considerevoli quantità di soggetti.**

Ora, chiamare ciò semplicemente *'fake news'* credo sia quantomeno riduttivo.

Certo è pericoloso e, peraltro, risulta anche misurabile con sofisticati sistemi algoritmici,

applicati con le tecniche della moderna scienza cognitiva.

Primissime conclusioni.

In molti dei casi prospettati appare evidente che la minaccia - di qualsiasi natura e forma fosse - dovrebbe esser gestita in primo luogo da strutture pubbliche dedicate (senza peraltro necessariamente arrivare a forme di censura alle comunicazioni!).

Rimane però il fatto che gli Utenti - tanto persone fisiche, quanto giuridiche, oltre che strutture no-profit - ben potrebbero tentare di reclamare azioni tese a quantificare / liquidare le sofferenze o lesioni subite in modo diretto e indiretto, nonché i danni per disservizi.

Sarà solo una questione di prova?

Sarà questo Ordinamento giuridico italiano e comunitario in grado di soddisfare le richieste che si può ipotizzare nasceranno numerosissime?

Avv. CARLO CARLI