

Controllo della disinformazione: possibilità, efficacia e rischi

di
Giuseppe Verrigno

SOMMARIO: 1. Incontrastata disinformazione? - **2.** Efficacia e rischi del “controllo” - **3.** Conclusioni.

1. Incontrastata disinformazione?

La diffusione di informazioni false pare essere oggi diventata una componente inscindibile di tutte le piattaforme digitali: notizie irreali, immagini manipolate, video illusori, sono i principali alimentatori della disinformazione online. Questi contenuti, veri e propri ostacoli alla corretta informazione, sono tutti creati ad arte e diffusi per ingannare gli utenti ed ingenerare in essi erronee convinzioni. Davanti al dilagare delle c.d. *fake news*, su Internet ed in particolare sui social network¹, è sempre più importante riflettere su quale sia lo sforzo messo in capo dalle istituzioni per contrastarle, e quindi quale sia la sua efficacia e quali rischi potrebbe comportare.

Il primo concreto tentativo in questa direzione si registra a livello Europeo. Dopo alcuni prodromici interventi² che ne hanno delineato gli obiettivi, il *Code of practice on disinformation*³ è la sintesi di un accordo raggiunto tra le istituzioni Europee, i rappresentanti delle piattaforme online, gli inserzionisti e le principali aziende pubblicitarie i quali, insieme⁴, hanno stabilito regole e principi da seguire per porre un argine alla crescente disinformazione.

¹ Per alcuni dati sulla pericolosità e diffusione della disinformazione, Demos – Coop, *Osservatorio capitale sociale – 57 - i media, Internet e le fake news*, dicembre 2017; AGCOM, *Percezione e dispercezione. Molto “razionali” o troppo “pigri”*, febbraio 2020.

² Si fa riferimento in particolare al lavoro dell’*High Level Expert Group* il quale, a partire dal gennaio 2018 su iniziativa della Commissione, individua nei suoi report alcune misure da adottare al fine di contrastare la disinformazione, promuovendo la trasparenza sui contenuti online, il c.d. *fact-checking* o l’incentivo alla “analfabetizzazione digitale” tra giovani e adulti, in *A multi-dimensional approach to disinformation*, consultabile su <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>, pp. 22ss.

³ EU Code of practice on disinformation, 2018, consultabile su <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/code-practice-disinformation>.

⁴ G. PAGANO, *Il Code of Practice on Disinformation. Note sulla natura giuridica di un atto misto di autoregolazione*, in *federalism.it*, n. 11/2019.

Ed è proprio da quest'ultimo concetto che l'atto prende le mosse, proponendone due differenti nozioni⁵, una in positivo e una in negativo. *"Un'informazione rivelatasi falsa o fuorviante"*, cumulativamente *"concepita, presentata e diffusa a scopo di lucro o per ingannare intenzionalmente il pubblico"* e *"che può arrecare un pregiudizio pubblico"*, inteso come *"minacce ai processi politici democratici e di elaborazione delle politiche e a beni pubblici quali la tutela della salute dei cittadini, dell'ambiente e della sicurezza dell'UE"*: così viene definita la disinformazione online nel preambolo del Codice. A questa, come accennato, si aggiunge un'ulteriore nozione volta a chiarire ciò che disinformazione non è: pertanto tale concetto non include *"la pubblicità ingannevole, gli errori di segnalazione, la satira e la parodia, o notizie e commenti chiaramente identificabili come di parte, e non pregiudica gli obblighi giuridici vincolanti, i codici pubblicitari in regime di autoregolamentazione e le norme concernenti la pubblicità ingannevole."*

Definito l'oggetto della sua regolamentazione l'atto continua con la sezione *"scopi"* nella quale viene previsto non solo che i firmatari si impegnino a riconoscere l'importanza di una corretta informazione, ma che il *"codice intende individuare le azioni che i firmatari potrebbero attuare per risolvere le sfide legate alla "disinformazione"*. *"Potrebbero"*: pertanto non vengono previsti obblighi, ma degli *"inviti"*, dei *"suggerimenti"*, lasciando le aziende firmatarie libere di scegliere quale tra gli strumenti previsti in particolare adottare.

Nelle cinque sezioni⁶ in cui si articolano gli *"impegni"* vengono individuate alcune importanti misure e buone pratiche da seguire: il contrasto al c.d. *clickbaiting*, la maggiore trasparenza delle inserzioni pubblicitarie a carattere commerciale come quelle di tipo politico, l'attuazione di discipline chiare in materia di identità e abuso di bot automatizzati, l'adozione di strumenti e nuove tecnologie per dare priorità alle informazioni pertinenti, autentiche e autorevoli, l'impegnano a sostenere gli sforzi volti a tracciare e segnalare le fake news (c.d. *fact-checking*) nonché quelli messi in campo dalla rete indipendente di *fact-checkers*.

⁵ EU Code of practice on disinformation, 2018, *op. cit.*, p. 1.

⁶ *"II.A. Vaglio delle inserzioni pubblicitarie, II.B. Messaggi pubblicitari di natura politica e campagne di sensibilizzazione, II.C. Integrità dei servizi, II.D. Responsabilizzazione dei consumatori, II.E. Responsabilizzazione della comunità dei ricercatori"*, EU Code of practice on disinformation, *op. cit.*, pp. 4-8.

A queste si aggiungono in conclusione ulteriori misure a scopo valutativo. Pertanto le aziende firmatarie devono impegnarsi a redigere un resoconto annuale del loro lavoro di contrasto alla disinformazione il quale, oltre a contenere le misure adottate e gli obiettivi raggiunti, deve essere pubblico, facilmente reperibile per gli utenti nonché soggetto alla revisione di un organo valutativo terzo.

Anche nel nostro paese si registrano diversi interventi di contrasto al fenomeno della disinformazione online. L’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM), nel novembre 2017, ha istituito il “*Tavolo per la garanzia del pluralismo e della correttezza dell’informazione sulle piattaforme digitali*”⁷ il quale si poneva in continuità al percorso istituzionale da essa intrapreso e che, già a partire dal 2015, ha visto la pubblicazione alcuni rapporti e indagini conoscitive sul tema. Come nel caso del *Code of practice on disinformation* tale intervento promuove l’individuazione di strumenti di contrasto alle *fake news* nelle piattaforme digitali e lo scambio di buone pratiche, creando un punto di incontro, studio e dialogo tra istituzioni e industrie dei media sul tema della disinformazione. Dall’esperienza del suo primo anno di lavori il *Tavolo*, al fine di approfondire e affrontare le principali questioni venute in evidenza, a partire dal febbraio 2018 si è strutturato in cinque gruppi di lavoro: “*metodologie di classificazione e rilevazione dei fenomeni di disinformazione online; definizione dei sistemi di monitoraggio dei flussi economici pubblicitari, da fonti nazionali ed estere, volti al finanziamento dei contenuti fake; fact-checking: organizzazione, tecniche, strumenti ed effetti; media literacy e disinformazione online; progettazione e realizzazione di campagne informative su disinformazione rivolte ai consumatori nell’ottica di una sempre maggiore*”.

Un ulteriore nuovo intervento volto al ristabilire la corretta informazione si registra più di recente, durante l’emergenza sanitaria da Coronavirus. Si assiste infatti ad una differente e più incisiva strategia di contrasto alla disinformazione online, attraverso l’istituzione di una “*Unità di monitoraggio per il contrasto della diffusione di fake news*”.

⁷ AGCOM, *Tavolo per la garanzia del pluralismo e della correttezza dell’informazione sulle piattaforme digitali*, consultabile su https://www.agcom.it/documentazione/documento?p_p_auth=fLw7zRht&p_p_id=101_INSTANCE_FnOw5IVOIXoE&p_p_lifecycle=0&p_p_col_id=column-1&p_p_col_count=1&_101_INSTANCE_FnOw5IVOIXoE_struts_action=%2Fasset_publisher%2Fview_content&_101_INSTANCE_FnOw5IVOIXoE_assetEntryId=8971693&_101_INSTANCE_FnOw5IVOIXoE_type=document.

relative al COVID-19 sul web e sui social network”⁸. All’articolo 2 del Decreto del Sottosegretario con delega in materia di Informazione e di Editoria del 4 aprile 2020 prevede che l’Unità da esso istituita abbia il compito di “*ricognizione e classificazione dei contenuti falsi, non dimostrati o fuorvianti, creati o condivisi con riferimento al COVID-19*”. Un team di esperti e aziende dei media dunque, la cui collaborazione doveva portare all’eliminazione, attraverso l’impegno di strategie comuni, di tutti i contenuti che ostacolavano gli sforzi messi in campo dal Governo per la corretta informazione dei cittadini.

2. Efficacia e rischi del “controllo”

Questi che sono gli tra gli interventi più significativi in tema di contrasto alla disinformazione mostrano come in realtà i soggetti pubblici non siano rimasti immobili davanti a tali fenomeni, riconoscendone entità e rischi. Purtroppo è necessario chiedersi quale sia l’efficacia di questi primi interventi, quali risultati abbiano prodotto, quali prospettive aprono nella lotta alle fake news.

Il *Code of practice on disinformation* un mese dopo la sua emanazione è stato sottoscritto dalle piattaforme digitali *Facebook, Google, Twitter, Mozilla*, nonché dagli inserzionisti e da alcune aziende dell’industria pubblicitaria. A questa positiva ampia partecipazione e all’importante individuazione di misure da utilizzare contro le fake news tuttavia non ha fatto seguito certamente una efficacia nel perseguimento degli obiettivi sanciti. Il Codice sostanzialmente lascia libere le aziende firmatarie nella scelta degli strumenti da adottare al fine di avversare la diffusione di contenuti ingannevoli e di incentivare una corretta informazione degli utenti. Se a questo “invito all’autoregolamentazione” colleghiamo altresì la genericità dei contenuti previsti dall’atto e la fumosità della nozione di disinformazione⁹, l’efficacia del *Code* deve essere certamente rivalutata.

⁸ Il Decreto istitutivo è consultabile su <https://informazioneeditoria.gov.it/it/notizie/unita-di-monitoraggio-per-il-contrasto-della-diffusione-di-fake-news-relative-al-covid-19-sul-web-e-sui-social-network-adottato-il-4-aprile-il-decreto-di-istituzione-preso-il-dipartimento/>

⁹ Sounding Board, *The Sounding Board’s Unanimous Final Opinion On The So-Called Code Of Practice* 24 September, 2018, consultabile su, <https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/News/2018/09/Opinion%20of%20the%20Sounding%20Board.pdf>

Pertanto il solo fine che con esso viene raggiunto è quello di sollecitare un maggiore interesse e una maggiore responsabilità sui temi della disinformazione da parte dei firmatari¹⁰, non avendo essi obblighi da perseguire né in termine di disposizioni da adottare né di risultati da raggiungere, potendo defilarsi peraltro in qualsiasi momento dagli impegni assunti¹¹.

Le stesse considerazioni possono essere riferite all'attività del *"Tavolo per la garanzia del pluralismo e della correttezza dell'informazione sulle piattaforme digitali"* dell'AGCOM che, sebbene fornisca importanti studi sul tema creando altresì una sede permanente di confronto tra istituzioni, esperti, università e imprese del web, anch'esso è proteso ad incentivare negli stessi termini del *Code* l'autoregolamentazione delle piattaforme digitali. Nessun obbligo nel tipo di strumenti da mettere in campo o di politiche da seguire, ma un dialogo costante volto allo scambio di buone pratiche, volto a seguire alcuni generici principi nei servizi offerti e ad impegnarsi nel contrasto alla disinformazione online.

Criticità di opposto tenore possono nascere invece anche quando l'intervento da parte dei soggetti pubblici diventa più incisivo.

Con *"l'Unità di monitoraggio per il contrasto della diffusione di fake news relative al COVID-19 sul web e sui social network"*, il Governo italiano ha inteso salvaguardare gli sforzi da esso protesi ad una buona informazione dei cittadini su una materia delicata come la salute. Tuttavia l'attività dell'*Unità di monitoraggio*, seppur meritoria e nata in una fase d'emergenza, si espone a non poche critiche¹². Da una parte essa viene istituita con un atto amministrativo; la sua attività, che inevitabilmente si pone in stretto rapporto con l'articolo 21 della Costituzione, non viene disciplinata dunque con un atto legislativo, destando pertanto non poche preoccupazioni sui rischi di compressione dei diritti costituzionalmente garantiti della libertà di pensiero e d'opinione. Dall'altra parte tale Decreto àncora il lavoro di quella che è stata definita dalla stampa *Task force* ad una definizione nebulosa di *fake news*; l'oggetto di *"ricognizione"* di quest'organo è

¹⁰ M. MONTI, La disinformazione online, la crisi del rapporto pubblico-esperti e il rischio della privatizzazione della censura nelle azioni dell'Unione Europea (*Code of practice on disinformation*), in *Federalismi.it*, 11/2020, p. 294.

¹¹ *"Un firmatario può ritirarsi dal codice o da impegni specifici all'interno del codice in qualsiasi momento"*, EU Code of practice on disinformation, *op. cit.*, p. 10.

¹² B. PONTI, *Le asimmetrie dell'Unità di monitoraggio per il contrasto alle fake news sul COVID-19*, in *LaCostituzione.info*, 7 aprile 2020.

rappresentato da tutti i contenuti falsi o fuorvianti e da quelli in particolare che sono potenzialmente “*idonei a indebolire le misure di contenimento del contagio ovvero ad accentuare la difficoltà della gestione emergenziale*”. Non risulta chiaro quale contenuto possa essere considerato come “pericoloso”, e quindi quale sia il margine di movimento del gruppo di esperti, perimetro già di per sé di complessa individuazione a causa dall’assenza di una condivisa e precisa definizione di disinformazione nonché – in particolare – dalle numerose ed incerte informazioni sul virus.

3. Conclusioni

Più che controllo sulla disinformazione quello messo in campo oggi da parte delle istituzioni nazionali e comunitarie è un attento monitoraggio.

Certamente positivi sono stati e sono ancora gli sforzi protesi allo studio e all’individuazione dei un *core* minimo di tutela degli utenti di internet e dei social network, sebbene non siamo sicuramente sufficienti a porre un’efficace soluzione al problema.

Gli incentivi all’autoregolamentazione da parte delle istituzioni non solo lasciano le grandi industrie del media libere di adottare come sottolineato qualsivoglia misura di contrasto alla disinformazione, ma gli delegano in tal modo la responsabilità di scegliere cosa è nocivo per la corretta informazione e cosa no. Dall’altra parte, seguendo l’esempio dell’*Unità di monitoraggio* - seppur si tratti di un tentativo nato in un momento d’emergenza - la strada giusta non può essere neanche quella di creare una sorta di organo deputato alla selezione della verità¹³.

A questo deve aggiungersi l’ambiguità e l’incertezza che contraddistingue la nozione di *fake news* come quella di disinformazione. Può benissimo considerarsi fuorviante (e non falsa) ad esempio la notizia “ad effetto” proposta da un giornale online il cui contenuto tuttavia non rispecchia perfettamente quanto evidenziato dal titolo. Questa è infatti una delle pratiche più utilizzate sui social media da blog e giornali online per attirare il lettore¹⁴ il quale, spesso, si limita ad una lettura superficiale del *post* senza curarsi di leggere e approfondire per intero la notizia rimanendo così falsamente

¹³ R. FERRARI ZUMBINI, *Che cose significa fake-news? (Un concetto non chiaro e il rischio di fare peggio)*, in *Federalismi.it*, 10 aprile 2020.

¹⁴ Information Society Project at Yale Law School and the Floyd Abrams Institute for Freedom of Expression, *Fighting Fake News*, 2017, p. 5.

informato. Non può la pigrizia degli utenti contribuire ad etichettare come falsa e pericolosa per la corretta informazione una semplice strategia mediatica o un'interpretazione.

È quindi necessario stabilire le esatte coordinate che consentano di delineare un contenuto come dannoso per il discorso pubblico e l'informazione dei cittadini, con cui si riesca nettamente a distinguere le false notizie dalle opinioni personali, dai giudizi di valore, dalle interpretazioni.

Ecco perché non può che auspicarsi una sempre maggiore cooperazione tra l'Unione Europea e le grandi aziende dell'industria mediatica, e un sempre maggiore interesse al fenomeno da parte dal nostro paese, magari con degli interventi volti ad una regolamentazione più stringente dei comportamenti e dei contenuti presenti in tutti i motori di ricerca come sui social network, un intervento che definisca con chiarezza cosa si intenda per fake news e disinformazione, una disciplina che renda trasparente la provenienza delle informazioni¹⁵.

In tema di chiarezza e trasparenza esempio da tenere in considerazione e perfezionare potrebbe essere quello promosso dall'Italia durante la recente emergenza sanitaria. Davanti alla cresciuta disinformazione¹⁶ rispetto alla portata del virus e alle misure da adottare per la prevenzione al contagio, la Presidenza del Consiglio dei Ministri e il Ministero della Salute hanno siglato un accordo¹⁷ con Facebook, Twitter e YouTube il quale prevedeva la creazione sulle loro piattaforme digitali di un pannello informativo che indirizzasse tutti gli utenti alla pagina del sito del Ministero dedicata alle corrette informazioni sul Covid-19. L'adozione di questi strumenti potrebbe consentire di rendere informazioni importanti immediatamente fruibili agli utenti in momenti particolarmente delicati – l'esempio fa riferimento alla pandemia ma potrebbe replicarsi ad esempio per

¹⁵ F. SCIACCHITANO – A. PANZA, *Fake news e disinformazione online: misure internazionali*, in *Media Laws*, 1/2020, p. 130.

¹⁶ AGCOM, *Osservatorio sulla disinformazione online. Speciale coronavirus*, consultabile su https://www.agcom.it/documentazione/documento?p_p_auth=fLw7zRht&p_p_id=101_INSTANCE_FnOw51VOIXoE&p_p_lifecycle=0&p_p_col_id=column1&p_p_col_count=1&_101_INSTANCE_FnOw51VOIXoE_struts_action=%2Fasset_publisher%2Fview_content&_101_INSTANCE_FnOw51VOIXoE_asset_EntryId=18199403&_101_INSTANCE_FnOw51VOIXoE_type=document

¹⁷ *Ministero della Salute, Covid-19, accordo del Ministero con i Social per un'informazione corretta*, 29 febbraio 2020, consultabile su http://www.salute.gov.it/portale/news/p3_2_1_1_1.jsp?lingua=italiano&menu=notizie&p=dalministero&i d=4131

la diffusione delle corrette modalità per l'esercizio del diritto di voto per le elezioni o per diffondere il materiale informativo per votare ai referendum.

Qualsiasi intervento regolativo tuttavia non potrà prescindere da un drastico incentivo ad una "educazione digitale"¹⁸ tra i cittadini, come dal contemperare la libertà di accedere liberamente ad Internet e il principio della libertà di espressione di cui all'articolo 11 della Carta dei diritti fondamentali dell'Unione Europea e all'articolo 10 della Convenzione Europea dei Diritti dell'Uomo.

È necessario trovare un - sicuramente complesso - bilanciamento tra il diritto ad esprimere liberamente il proprio pensiero e l'importanza per tutti i cittadini di non divenire costantemente vittime della disinformazione.

¹⁸ In tal senso si riscontra nel nostro paese un recente intervento legislativo; la Legge 92 del 2019 sull'introduzione dell'insegnamento scolastico dell'educazione civica, all'art. 5 prevede una "*educazione alla cittadinanza digitale*".