



ISTITUTO DI STUDI  
POLITICI ECONOMICI E SOCIALI

# **FAKE NEWS**

**ORIGINI, EVOLUZIONE E CONTRASTO DEL  
FENOMENO**

**NOVEMBRE 2025**



# Fake News

Origini, evoluzione e contrasto del fenomeno

Riccardo Maria Noceti  
Coordinatore del Rapporto



## Indice

Origine ed etimologia del termine .....	3
Cenni circa l'evoluzione dell'attività comunicazionale.....	5
<i>Fake News</i> come costante senza bandiera della storia umana .....	8
Falsità delle notizie e <i>social media</i> un binomio attuale, non privo di elementi di rischio .....	11
Influenza delle <i>fake news</i> sul dibattito politico e sull'opinione pubblica .....	13
Rimedi a livello nazionale .....	17
Ipotesi risolutive di caratura nel perimetro dell'Unione Europea .....	28
Tecniche individuali per difendersi dalle <i>fake news</i> .....	35
Riacquisto e sviluppo del pensiero critico individuale come sistema di difesa universale ed efficace.....	38
Analisi di contesto e pertinenti spunti di riflessione .....	40
<i>Focus</i> circa le dimensioni del fenomeno alla luce dell'attività di analisi condotta .....	52
Profili di rischio per la società, con particolare riferimento alle fasce di popolazione meno attrezzate a riconoscere il fenomeno.....	58
Linee strategiche di azione per rendere maggiormente consapevoli i fruitori delle notizie.....	64
Riepilogo ragionato a definizione del quadro d'insieme, così come elaborato a seguito della ricerca condotta.....	69
Bibliografia/ Sitografia .....	72



## Origine ed etimologia del termine

L'espressione *fake news* ha ottenuto una diffusione massiccia e una significativa risonanza globale in tempi piuttosto recenti; il termine è entrato in voga nel dibattito comune di stampo economico, politico e sociale a partire dall'anno 2016, nel pieno corso della campagna presidenziale statunitense tra Hillary Clinton e Donald Trump, che, al suo termine, vedrà prevalere quest'ultimo.

Sebbene lo sfruttamento di false notizie e della propaganda siano presenti da secoli, il termine *fake news* ha iniziato ad essere utilizzato nel linguaggio di tutti i giorni con una certa frequenza proprio per descrivere storie inventate, spesso con intenti politici o economici; le stesse sono caratterizzate da una propagazione rapidissima, accentuata ancor di più dai progressi della tecnologia e, più nello specifico, dall'utilizzo, ormai massivo e capillare, dei *social media* da parte di fasce sempre più ampie delle collettività nazionali.

Prima del 2016, esistevano già, specialmente nel mondo anglosassone, alcuni termini utilizzati per descrivere le informazioni false o fuorvianti come, ad esempio, *hoax* (scherzosa burla, spesso con intento ingannatore), *misinformation* (informazione errata o imprecisa, diffusa anche senza l'intenzione di ingannare), *disinformation* (informazione falsa diffusa col solo scopo di ingannare o manipolare), *propaganda* (distorsione totale o parziale dell'informazione, utilizzata per promuovere una particolare causa o punto di vista)<sup>1</sup>. Tuttavia, il termine *fake news* si è distinto per la sua connotazione specifica di notizie, "fabbricate" ad arte, che imitano i *format* e lo stile del giornalismo autentico, con l'obiettivo precipuo di apparire credibili, degne di fede e, dunque, di ingannare il pubblico non sufficientemente informato o avveduto.

La sua etimologia è del tutto pacifica e si compone di due sostantivi inglesi di uso molto comune: *fake*, che deriva dall'inglese arcaico "faken", antenato anche del verbo "to make", che significava "fare, costruire, creare" e, nel tempo, ha assunto il significato di "falso, contraffatto, non autentico" e *news*, che deriva dal francese antico "noveles" (plurale di "novele"), a sua volta dal latino "nova" (cose nuove, notizie) e che ha mantenuto, sino ad oggi, inalterato il suo significato di informazioni su eventi recenti e importanti<sup>2</sup>. Quindi, *fake news* significa, letteralmente, "notizie false" o "notizie contraffatte": la sua forza e la sua rapida adozione derivano verosimilmente dalla sua grande versatilità ed eccezionale idoneità a descrivere, in modo conciso ma efficace, un fenomeno sempre più complesso e preoccupante.

---

<sup>1</sup> Per ulteriori approfondimenti, cfr. W. Quattrociocchi, *Misinformation*, Franco Angeli, 2016.

<sup>2</sup> C. Wardle, *Information Disorder: An interdisciplinary Framework in Articles and Speeches relating Communications della Cornell University*, 2017.



Secondo un significativo studio effettuato dalla Sapienza Università di Roma<sup>3</sup>, attualmente, possiamo descrivere sei tipologie prevalenti di *fake news*:

- *Disinformazione*. Basata su notizie false create di proposito per sviare l'avversario, come fanno, come vedremo in seguito, le agenzie di *intelligence* o le forze militari in guerra, ma anche le aziende se vogliono confondere i concorrenti prima del lancio di un prodotto. Il concetto di disinformazione in lingua inglese si distingue, come abbiamo sopra accennato, da "misinformazione", che rimanda invece a un'informazione che può essere anche solo involontariamente falsa.
- *Propaganda*. L'informazione viene predisposta strategicamente per sostenere un'idea e conquistare il pubblico, con l'obiettivo di raggiungere prima il cuore che la mente delle persone. La disinformazione è solo una delle forme in cui può presentarsi la propaganda, quella in cui si ricorre "all'uso della menzogna come strumento di persuasione di massa". Il fine della propaganda è, pertanto, esclusivamente quello di generare consenso, a prescindere dalla natura o dalla tipologia di informazioni che veicola (se vere o false).
- *Informazione di parte* (c.d. *partisanship*). Informazioni non necessariamente false, ma sicuramente di parte, presentate in modo da difendere interessi o portare avanti punti di vista di determinati settori e gruppi di interesse. Questo tipo di informazioni può riguardare il dibattito su temi "settoriali" (ad esempio, vaccini, cambiamenti climatici).
- *Errori giornalistici*. In questo caso la *fake news* è legata a errori umani. Il giornalista verifica le fonti, ma le fonti possono "mentire" o essere poco affidabili. In alcuni casi, i giornalisti sono colpevoli di aver diffuso notizie pubblicate originariamente su siti umoristici, presentandole, poi, come vere.
- *Satira/parodia e burla* (c.d. *hoax*). La satira e la burla sono falsità divertenti, create per far ridere. Sono sempre notizie false, anche se in questi due casi lo scopo è solo la parodia o la critica del sistema, e l'ilarità. Se in alcuni siti l'intento satirico e parodistico è dichiarato esplicitamente, fin dalla pagina di informazioni del sito, molti altri si muovono su una linea molto più ambigua e mirata al c.d. *clickbait*<sup>4</sup>.
- *Teorie cospirazioniste*. Si tratta di narrazioni che, per quanto non veritiere, sono suscettibili di condizionare il modo in cui gli individui si rapportano alla realtà e le loro scelte politiche. All'origine dell'attrazione esercitata da tali teorie, vi è il bisogno di trovare una ragione ultima dei nostri disagi, il che porta gli individui a ricercare una logica superiore in grado di ridurre la complessità del mondo e convogliare un'ansia

---

<sup>3</sup> G. Paoloni, Documenti, istituzioni e social network: le discipline documentarie e il fenomeno fake news, studio della Sapienza Università di Roma, 2018.

<sup>4</sup> Per ulteriori approfondimenti sul tema, si rimanda al sito dell'Osservatorio per la *Digital Innovation* del Politecnico di Milano al link <https://www.osservatori.net>.



generalizzata, un'insicurezza e un'incertezza diffuse, su paure specifiche.

La diffusione e la rapida evoluzione delle nuove tecnologie di comunicazione hanno creato un urgente bisogno di comprendere le complesse forze che stanno rimodellando i *media* e la politica.

Secondo lo studioso dell'Università di Oxford Andrew Chadwick<sup>5</sup>, l'attività comunicazionale, anche politica, è sempre più modellata dalle interazioni tra le logiche dei media, tradizionali e contemporanei. Organizzazioni pubbliche e private, gruppi e individui, in questo sistema sono collegati da relazioni complesse e in continua evoluzione, basate sull'adattamento e sull'interdipendenza; ed è proprio per tale motivo, allora, che le *fake news* diventano un tema centrale per la comprensione, l'analisi e il futuro sviluppo della società contemporanea.

## Cenni circa l'evoluzione dell'attività comunicazionale

Un ulteriore aspetto preliminare ed essenziale che preme analizzare in questa sede è, quindi, quello relativo alla radicale trasformazione che, in particolare nell'ultimo secolo, ha investito l'attività comunicazionale; un'incredibile e, per molti versi imprevedibile, evoluzione che, dalle sue forme più arcaiche e consolidate, si è evoluta fino alle odierne, interconnesse dinamiche di comunicazione di massa<sup>6</sup> tipiche dei *social network* e alle sofisticate prospettive dell'Intelligenza Artificiale, che, verosimilmente, rivoluzionerà nuovamente il settore, in modalità al momento ancora non completamente preconizzabili.

Da sempre, infatti, la comunicazione si è strutturata, in maniera naturale e spontanea, come un'attività eminentemente interpersonale e diretta; il dialogo *vis-à-vis*, la narrazione orale, tramandata di generazione in generazione (si pensi ai poemi omerici), e, successivamente, l'avvento della scrittura (sumeri e babilonesi, circa 3000 a.c.) e della stampa (J. Gutenberg, 1436) hanno rappresentato le fondamenta su cui si è edificato lo scambio di informazioni e la costruzione del sapere collettivo.

I *media*, oggi considerati tradizionali, quali la stampa periodica, la radio e la televisione, emersi con forza nel Novecento, ci hanno introdotto ad un'epoca di comunicazione di massa, caratterizzata da un modello prevalentemente unidirezionale, dove un emittente centrale diffonde contenuti a un pubblico vasto, relativamente passivo e indifferenziato. Fino ai tempi recenti, tuttavia,

---

<sup>5</sup> A. Chadwick, *The Hybrid Media System: Politics and Power*, Oxford Academic, 2017.

<sup>6</sup> Per maggiori informazioni sulle dinamiche della comunicazione di massa, cfr. E. Canetti, *Massa e Potere*, Adelphi Edizioni, 2022.



l'autorevolezza della fonte e la mediazione professionale dei giornalisti sono stati elementi cardine per la validazione e la diffusione delle informazioni.

L'irruzione sulla scena globale della rete *Internet* e, ancor di più, negli ultimi anni, dei *social network*, (basti pensare a *Facebook*, *Instagram* o al più recente *Tik Tok*) ha innescato una mutazione "genetica", complessiva e strutturale, nel settore della comunicazione. Si è assistito, per citare lo studioso Thomas Khun<sup>7</sup>, ad un cambio di paradigma, da un modello c.d. *broadcast* ad un sistema reticolare e partecipativo, in cui i singoli individui non sono più meri recettori, bensì nodi proattivi nella "rete", creatori e diffusori, a loro volta, di contenuti e significati, come diffusamente ha scritto sul tema Albert-László Barabási, fisico ungherese, tra i principali teorici delle "reti"<sup>8</sup>. La barriera tra emittente e ricevente, poi, si è progressivamente assottigliata, dando luogo a dinamiche comunicative multidirezionali e orizzontali. La velocità e la capillarità della diffusione informativa hanno raggiunto livelli senza precedenti, con la capacità di mobilitare l'opinione pubblica su scala globale in tempi estremamente ridotti. Questa democratizzazione dell'informazione, però, ha portato con sé nuove sfide, tra cui la proliferazione di informazioni non verificate e la frammentazione del discorso pubblico in "camere dell'eco" polarizzate<sup>9</sup>.

Utile, a tal fine, l'analisi di Guriev e Papaioannou (2022). Nel loro studio si sostiene che un fenomeno socio-politico significativo, come l'ascesa del populismo nelle economie occidentali, sia stato pressoché contemporaneo all'accelerazione nella diffusione di *Internet* a banda larga e dei *social media*; i medesimi studiosi ritengono, inoltre, che tale profilo temporale non possa essere considerato una mera coincidenza ma indice di una mutazione genetica dell'attività comunicazionale<sup>10</sup>. Dalle analisi dell'Eurobarometro, poi, i *social media* emergono prepotentemente come la fonte principale di informazione dei cittadini europei.

In effetti, pare che i messaggi brevi e sensazionalistici che vengono veicolati dai *social* colpiscano il fruitore dell'informazione con l'immediatezza del loro linguaggio ben più di quanto non facciano i media tradizionali; in tali casi, il linguaggio, più che compreso dall'utente viene percepito<sup>11</sup>. Perché i *social media* si prestano meglio di altri strumenti informativi a diffondere messaggi che possono essere scorretti e manipolati? Poiché, come accennato, uno dei loro tratti distintivi è una comunicazione multidirezionale e orizzontale; l'*audience* che riceve il messaggio in un *social* diventa anche strumento di divulgazione e genera così un rimbalzo dell'informazione. Inoltre, le camere dell'eco e la percezione

---

<sup>7</sup> T. Khun, *La struttura delle rivoluzioni scientifiche*, Einaudi, 2009.

<sup>8</sup> Per ulteriori approfondimenti, cfr. A.L. Barabasi, *Link. La scienza delle reti*, Einaudi, 2004.

<sup>9</sup> *Ibidem*.

<sup>10</sup> S. Guriev, E. Papaioannou, *The Political Economy of Populism*, in *Journal of Economic Literature*, III, 2022.

<sup>11</sup> B. Moffitt, S. Torney, *Rethinking Populism: politics, mediatization and political style*, University of Luxembourg Press, 2014.



selettiva delle notizie facilitano la personalizzazione dei messaggi, che, in tal modo, vengono assorbiti più rapidamente e con minor senso critico dagli utenti.

Secondo diversi istituti di ricerca sociale, la tecnologia digitale ha, dunque, reso possibile stabilire relazioni interattive tra mittenti e ricevitori, neutralizzando la potenziale censura dei *mass media* tradizionali. Un recente studio rafforza quest'idea, sviluppando un approccio teorico alla cosiddetta "logica dei media di rete" nelle tre dimensioni di produzione, distribuzione e utilizzo delle notizie. Rispetto ai media tradizionali, si ribadisce il ruolo degli utenti di fruitori e contestualmente produttori di notizie. La distribuzione, qui, segue la logica della c.d. viralità; non viene distribuita la notizia più rilevante ma quella più interessante, indipendentemente dalla veridicità o meno del contenuto. In questo segmento di distribuzione si inseriscono le già citate camere dell'eco, popolate da utenti con interessi e opinioni simili, e la terza dimensione di utilizzo delle notizie. Le notizie vengono, infatti, utilizzate per trovare e dare conferma, per rafforzare i legami tra simili e per stabilizzare i confini della comunità, reale o virtuale<sup>12</sup>.

Gli anni più recenti sono stati, altresì, caratterizzati dall'avvento pervasivo dell'Intelligenza Artificiale (c.d. AI). L'*Artificial Intelligence* si sta progressivamente integrando in ogni aspetto dell'attività comunicazionale, con implicazioni di vasta e ancora inesplorata portata. Da un lato, essa offre strumenti sofisticatissimi per l'analisi dei dati, la personalizzazione dei messaggi, l'automazione dei processi comunicativi (come i *chatbot*, *software* progettati a tutti gli effetti per sostenere conversazioni, anche di registro elevato, con gli esseri umani, e la generazione automatica di contenuti) e l'ottimizzazione delle strategie di *marketing* e di comunicazione e parrebbe possedere il potenziale necessario per rendere la comunicazione ancora più efficiente, mirata ed interattiva<sup>13</sup>.

D'altro canto, però, l'integrazione dell'AI in campo comunicazionale solleva rilevanti interrogativi etici e sociali: la trasparenza degli algoritmi, la potenziale manipolazione dell'opinione pubblica attraverso i c.d. *deepfake*<sup>14</sup> e la diffusione automatizzata di *fake news*, la tutela della *privacy* e la responsabilità editoriale, in un contesto di contenuti generati da macchine "intelligenti", sono solo alcune delle sfide che la società contemporanea è chiamata ad affrontare e risolvere.

A prescindere dalle possibilità di un intervento pubblico nello specifico settore, che verranno di seguito analizzate, comprendere le implicazioni di questa evoluzione, con i suoi innegabili vantaggi e i suoi intrinseci rischi, è imperativo ed essenziale per "navigare" con consapevolezza nel panorama informativo del futuro e per preservare l'integrità del dibattito pubblico e il regolare funzionamento dei processi democratici.

---

<sup>12</sup> U. Klinger, J. Svensson, *The emergence of network media logic in political communication: A theoretical approach*, Uppsala University Press, 2015.

<sup>13</sup> Chatbot case study: come rivoluzionano la comunicazione, in Alma Laboris Business School.

<sup>14</sup> Per maggiori informazioni, si veda il comunicato stampa sul tema, emesso dal Garante per la Protezione dei dati personali del 28.12.2020.



## *Fake News* come costante senza bandiera della storia umana

Le *fake news* non sono un fenomeno nuovo, ma, nel corso della storia umana, hanno assunto forme e impatti del tutto diversi a seconda del contesto sociale, tecnologico e politico di riferimento. Nell'antichità, la diffusione delle notizie era, come accennato sopra, prevalentemente orale; ciò rendeva le voci e le calunnie estremamente efficaci e, in tale contesto, i regnanti e i generali, da sempre, hanno utilizzato la propaganda per esaltare le proprie imprese o denigrare i nemici.

Il primo evento storico ad aver cagionato la diffusione di notizie, verosimilmente false, a scopo propagandistico è quello della battaglia di Qadesh del 1274 a.C. circa, combattuta tra gli antichi egizi, agli ordini del grande Faraone Ramses II e il Regno Ittita. Ramsete fece incidere su numerosi templi e santuari a scopo votivo una “versione” dello scontro che lo vedeva come eroe invincibile, attribuendo a sé la vittoria schiacciante, nonostante le fonti, non scritte, ma rinvenute da numerosi reperti in Anatolia e in Siria, e l'analisi storica, suggeriscano un esito ben più incerto di quanto documentato dai templi egiziani; quanto descritto fa presumere si fosse già in presenza di una forma di propaganda a scopo nazionalistico, per quanto primitiva e non scritta<sup>15</sup>.

La prima *fake news* scritta di cui si ha notizia nella storia, tuttavia, è una lettera, in realtà mai scritta, redatta dal generale spartano Pausania, in base alla quale lo stesso fu considerato colpevole di alto tradimento per la sua presunta intenzione di tradire i greci e passare al servizio del monarca persiano Serse.

Si tratta, pertanto, di un termine solo all'apparenza moderno e che, in realtà, affonda le proprie radici già nell'antichità<sup>16</sup>, come afferma lo storico e filologo Luciano Canfora con l'analisi della cennata lettera, riprodotta da Tuciddide nel primo libro della *Guerra del Peloponneso*. La verosimiglianza della lettera prevalse sul lecito dubbio della sua eventuale veridicità e, pertanto, il popolo condannò Pausania.

In epoca greca e romana, retori e politici divennero maestri nel manipolare le masse attraverso discorsi pubblici e “libelli” diffamatori. Durante le guerre puniche, a Roma, si diffondevano storie e dicerie sulla incredibile crudeltà dei Cartaginesi al solo scopo di rendere i Romani più propensi ad affrontare importanti campagne belliche. Anche le false accuse contro figure politiche, come quelle che portarono all'esilio di Cicerone o alla condanna di Socrate, possono essere viste come forme di disinformazione utilizzate unicamente per scopi politici. Gli storici ritengono che sia stato l'imperatore Ottaviano Augusto il primo

---

<sup>15</sup> A. Elli, P. Bondielli, Ramses II e gli Ittiti. La battaglia di Qadesh, il trattato di pace e i matrimoni dinastici, Ananke, Firenze, 2013.

<sup>16</sup> L. Canfora, *Filologia e libertà*, Mondadori, 2008.



ad utilizzare la propaganda in maniera massiccia e trasversale, così da consolidare il proprio potere, commissionando, per la prima volta, ad artisti e poeti opere e fatiche letterarie che esaltassero la sua figura di pacificatore dopo i sanguinosi anni delle guerre civili tra Mario e Silla, prima, e Giulio Cesare e Pompeo, poi<sup>17</sup>.

Nel Medioevo, vi fu una vera e propria proliferazione di leggende, miti e pettegolezzi, spesso a sfondo religioso o politico; la scarsa alfabetizzazione della società favoriva la diffusione di “storie” senza alcuna possibilità di verifica. Basti pensare alle Crociate, durante le quali le narrazioni sulle atrocità commesse dagli “infedeli” o sulle ricchezze delle Terre Sante erano spesso del tutto esagerate o completamente inventate, al solo scopo di incentivare la partecipazione popolare, ovvero alle voci sulla diffusione della Peste Nera: durante le epidemie di peste del XIV secolo, in particolare, si diffusero molto rapidamente in tutta Europa voci false che attribuivano la colpa dell’epidemia a minoranze etniche (ad esempio, gli Ebrei) ovvero a particolari individui dotati di oscuri, non confermabili poteri, le c.d. streghe e gli untori. La diffusione di tali credenze ha comportato inutili persecuzioni e indicibili violenze<sup>18</sup>.

Nel succedersi del tempo e percorrendo la letteratura, si nota, poi, una modificazione del sistema di comunicazione con il quale si trasmettono le false notizie; un passaggio fondamentale è costituito dall’invenzione della stampa. L’invenzione della stampa a caratteri mobili da parte di Gutenberg, nel XV secolo, infatti, costituì una vera e propria rivoluzione nelle modalità di informazione degli strati della popolazione alfabetizzati. Se da un lato, permise una maggiore diffusione del sapere, dall’altro, accelerò anche la circolazione di informazioni false e, in quell’epoca, i *pamphlet* e i c.d. “fogli volanti” divennero strumenti di assoluto potere – basti pensare alla di poco successiva Riforma Protestante<sup>19</sup>. Le controversie religiose fecero maturare un terreno del tutto fertile per la disinformazione: sia i protestanti sia i cattolici cominciarono a pubblicare testi a scopo diffamatorio e caricaturale contro l’avversario; lo stesso Martin Lutero fu un maestro nell’utilizzo della stampa e, con i suoi scritti, contribuì a diffondere le proprie tesi e ad attaccare la Chiesa cattolica, sovente con argomentazioni che oggi definiremmo *fake news*<sup>20</sup>.

Tra il XVIII e il XIX secolo, con la crescita dell’alfabetizzazione, lo sviluppo della stampa periodica e lo sviluppo tecnologico nei trasporti, le *fake news* divennero sempre più sofisticate e in grado di raggiungere un pubblico più ampio e indistinto; durante la Rivoluzione francese e americana, ad esempio, giornali e *pamphlet* erano infarciti di propaganda e disinformazione e sfruttati da entrambe le parti in conflitto, così da incitare alla rivolta popolare o screditare i monarchi regnanti e le fazioni opposte.

---

<sup>17</sup> P. Zanker, *Augusto e il potere delle immagini*, Bollati Boringhieri, Torino, 2006.

<sup>18</sup> A. Barbero, *Benedette Guerre: Crociate e Jihad*, Laterza, Bari, 2015.

<sup>19</sup> F. Filippi, *500 anni di rabbia: rivolte e mezzi di comunicazione da Gutenberg a Capitol Hill*, Bollati Boringhieri, Torino, 2024.

<sup>20</sup> E. Catelani, “Fake news e democrazia”, in *Rivista di Diritto Costituzionale*, I, 2020.



Nel 1835, il *New York Sun* pubblicò una serie di articoli, noti successivamente come *Great Moon Hoax* che descrivevano la scoperta della vita aliena sulla Luna da parte dell'astronomo John Herschel, il quale si dichiarava in grado di osservare, con uno speciale cannocchiale, umani alati e unicorni intenti a muoversi in un intricato panorama lunare; si trattò di una delle più grandi “bufale” giornalistiche della storia, in grado di ingannare centinaia di migliaia di persone.

Nel corso del XX secolo, con l'avvento della radio e, poi, della televisione, i mezzi di comunicazione di massa raggiunsero una portata senza precedenti, rendendo la propaganda e le *fake news* ancora più pervasive; livelli estremi furono raggiunti con la Prima Guerra Mondiale, nel corso della quale si verificò una vera e propria demonizzazione del nemico e la diffusione di storie inventate su atrocità per sostenere il morale interno e mobilitare l'opinione pubblica, come ad esempio storie su “fabbriche di cadaveri” in Germania.

Nella Seconda Guerra Mondiale, il regime nazista di Hitler, favorito dal Ministro della Propaganda Goebbels, raggiunse livelli forse mai più raggiunti nell'utilizzo funzionale della radio e degli organi di stampa per diffondere menzogne, odio razziale e sostenere la narrativa alla base dell'ideologia del Terzo Reich; gli Alleati e i regimi totalitari in Italia, Portogallo e Spagna sfruttarono anch'essi disinformazione e propaganda, sebbene in modo meno capillare e pervasivo<sup>21</sup>.

L'adattamento radiofonico della *Guerra dei Mondi* di Orson Welles, nel 1938, provocò il panico in alcune zone degli Stati Uniti, poiché molti ascoltatori credettero che un'invasione aliena stesse realmente avvenendo, dimostrando ancora una volta il potere dei *media* di creare false realtà. Anche negli anni Cinquanta, Sessanta e Settanta la c.d. “Guerra Fredda” vide impegnati gli Stati Uniti e l'Unione Sovietica in una vasta guerra di propaganda, per screditare l'altro sistema politico ed economico.

La storia delle *fake news* è quindi, come brevemente osservato, un percorso secolare, che dimostra la costante sfida tra la ricerca della verità e la tendenza, esclusivamente umana, di manipolare la realtà. Sebbene le tecnologie si siano evolute, il motivo di fondo alla base del fenomeno, ossia l'acquisizione di influenza, ricchezza e potere, è rimasto invariato. La sfida attuale è quella di adattarsi alla velocità e alla portata dell'era digitale, sviluppando nuovi strumenti e una maggiore consapevolezza critica per affrontare la disinformazione.

E ora, veniamo ai tempi attuali”<sup>22</sup>.

---

<sup>21</sup> G. Mari, *L'orchestra di Goebbels*, Edizioni Lindau, Torino, 2025.

<sup>22</sup> Cfr. M. Vella, *Da Pericle a Trump, passando per Dumas: alle origini delle fake news*, Università di Siena, 2019, in riv. “Vita”, periodico italiano dedicato al terzo settore, del 10.07.2019.



## Falsità delle notizie e *social media* un binomio attuale, non privo di elementi di rischio

Ai nostri giorni, il termine *fake news* ha valicato ogni confine spazio-temporale, tanto che l'autorevole *Collins Dictionary* lo ha definito, nel 2017, “espressione dell’anno” dopo che, a livello globale, se ne è iniziato a parlare sistematicamente dal 9 novembre dell’anno precedente (come sopra brevemente accennato), giorno dell’elezione a Presidente degli Stati Uniti d’America di Donald Trump, il quale ha utilizzato in alcune occasioni il termine rivolgendosi alla stampa.

In Europa l’attenzione a tale locuzione è stata posta nell’aprile 2017, in seguito alla presentazione, alla discussione e all’approvazione della legge tedesca anti-notizie false e *anti-hate speech online*; anche in Italia il dibattito è, inevitabilmente, in continua crescita, visto che il termine è impiegato per definire una vasta gamma di contenuti ingannevoli, inequivocabilmente falsi ma ugualmente capaci di creare divisioni e contrapposizioni, perché in grado di agire sui sentimenti elementari e immediati dell’uomo, come la paura, l’odio, l’interesse e la prepotenza, nonostante siano celati nell’anonimato. Le narrative più diffuse in questo senso sono quella della perdita di sovranità nazionale o, al contrario, di un pericoloso ritorno al nazi-fascismo, quelle del collasso imminente e della minaccia ai valori “tradizionali” e quelle che vedono da un lato gli interessi delle *élites* tecno-plutocratiche contro quelli delle persone comuni.

«Il più delle volte è difficile, se non impossibile – per usare le parole della studiosa Maria Vella – conoscere gli autori delle *fake news*, a maggior ragione nell’età dei *social*. Noi non conosciamo i “signori della Disinformazione” (termine di origine sovietica e titolo di uno scritto polemico di F. Nicodemo, tutt’altro che rassicurante sugli effetti che circa un decennio di *social media* hanno avuto sulla nostra credulità) ma, di sicuro, loro conoscono noi: le nostre paure, i nostri pregiudizi, il malessere collettivo, propagandosi velocemente soprattutto grazie ai grandi colossi della rete che favoriscono una maggiore ricerca e diffusione delle informazioni. Ma, a prescindere dal fatto che *Facebook* e gli altri media siano un acceleratore formidabile, il punto di partenza rimane quello che, tendenzialmente, e lo dimostrano numerosi studi scientifici (alcuni dei quali ripercorreremo) si crede a ciò in cui già prima si voleva credere»<sup>23</sup>.

La paura, in questo senso, è una componente essenziale del processo di creazione e diffusione delle *fake news*<sup>24</sup>. Ai nostri giorni, si tratta di un fenomeno che sta crescendo esponenzialmente, basti avviare una ricerca su *Google Trends* per confermare questa realtà: dall’ottobre 2016, le interrogazioni sul motore di ricerca con il termine *fake news* sono diventate ricorrenti, per poi aumentare esponenzialmente

---

<sup>23</sup> Ibidem.

<sup>24</sup> Cfr. M. Bloch, *La guerra e le false notizie* (1921), Donzelli Editore, 2004.

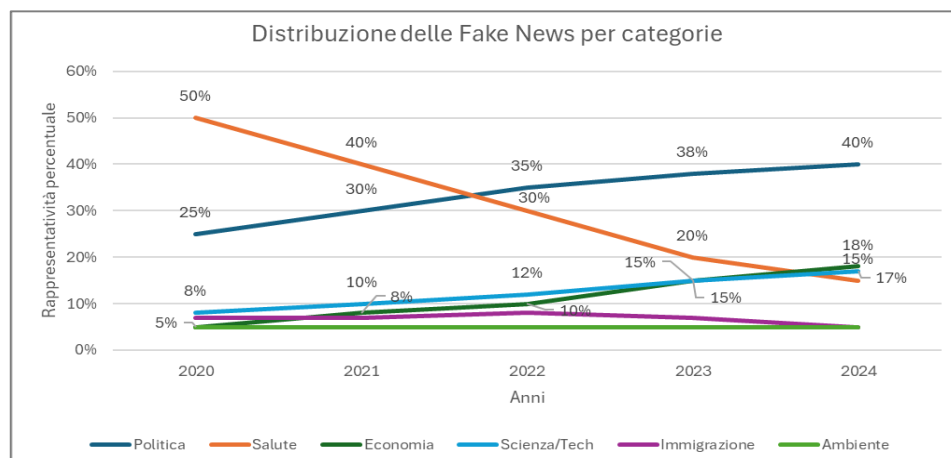


nel mese seguente e attestarsi su livelli elevati sino ad oggi. In altri termini, la deliberata creazione e diffusione di informazioni false (la c.d. disinformazione) e la condivisione involontaria di informazioni false (la c.d. “misinformazione”, che secondo una ricerca dell’Osservatorio New-Italia, nel 2017, ha coinvolto il 53% degli italiani), ha sicuramente varcato i nostri confini, quelli del *marketing* politico e della propaganda, venendo condivise e commentate forse più delle notizie pubblicate *online* dai *media* tradizionali, diffondendosi come un virus sulle notizie senza verificarle<sup>25</sup>. Mentre *Facebook*, *Google* e gli altri giganti dell’*online* sono alle prese, senza grandi risultati, con la necessità di porre un freno alla circolazione di notizie false sulle loro piattaforme, intervenendo sui loro algoritmi per abbattere la visibilità da una lato dei portali che mentono sulla loro origine e finalità e, dall’altro, dei *post* costruiti solo per ottenere dei *click*, diventa sempre più difficile e pericoloso decidere chi debba diventare l’“arbitro della verità”, compito fino a poco tempo fa riservato alle Istituzioni sovranazionali, agli Stati e alle rispettive emanazioni.

La seguente tabella analizza la distribuzione, nel nostro Paese, di *fake news* per categorie e materie di interesse dei cittadini, dall’anno 2020 al 2024. È significativo rilevare come circa il 40% delle notizie relative alla politica, reperibili su qualsiasi fonte di informazione disponibile (ivi compresi *media* tradizionali e social), sia, in buona sostanza, falso o riporti informazioni non del tutto fedeli e corrette. È interessante, altresì, osservare il livello di disinformazione delle notizie riguardanti la salute negli anni 2020 e 2021, in piena epidemia da Covid-19 – fenomeno che appare oggi però decisamente scemato. Sono in crescita tendenziale, negli ultimi due anni, le false informazioni relative ad argomenti di economia, scienza e tecnologia; stabile, invece, il livello di *fake news* relativo al fenomeno dell’immigrazione e al tema dell’ambiente, *climate change* ecc.

## GRAFICO 1

Distribuzione Fake News per categorie (Fonte: Digital News Report)



<sup>25</sup> Cfr. A. Martusciello, *Manipolazioni o pluralismo: il caos dell’informazione*, Armando, 2019.



## Influenza delle *fake news* sul dibattito politico e sull'opinione pubblica

Le *fake news*, intese come informazioni deliberatamente false o manipolate, presentate con le vesti dell'autenticità giornalistica, esercitano un'azione subdola e insidiosa sul *modus cogitandi* dell'opinione pubblica e sulle dinamiche di espressione del potere politico. La loro capacità di propagarsi con celerità e capillarità attraverso le infrastrutture digitali, in particolare i *social network*, come sopra osservato, conferisce alle stesse un potenziale di alterazione del discorso pubblico di rilevante entità.

In ambito politico, le *fake news* possono essere impiegate come strumento di propaganda, ovvero per gettare discredito sulla parte avversa (la c.d. ridicolizzazione o Hahaganda), con l'obiettivo di minare la reputazione di determinate figure politiche, partiti o Istituzioni. Attraverso la diffusione di narrazioni infondate e spesso emotivamente caratterizzate, il "signore della disinformazione", per citare ancora Nicodemo, può mirare a influenzare l'orientamento del voto, a polarizzare gli elettorati e a destabilizzare alcuni processi democratici fondamentali, tra cui le elezioni.

La "fabbricazione" su scala industriale e la conseguente diffusione di storie false possono erodere la fiducia della pubblica opinione nei confronti delle fonti informative legittime e delle Istituzioni, creando un clima di scetticismo diffuso e generalizzato, che può favorire l'adesione di una parte della società, non particolarmente alfabetizzata e istruita per discernere il falso dal vero, a teorie cospirative e a visioni del tutto distorte della realtà (basti pensare ai c.d. "terrapittisti", alle "teorie" sul 5G, sui campi magnetici, ecc.).

L'impatto delle *fake news* nei confronti dell'opinione pubblica, quindi, si manifesta attraverso la manipolazione delle percezioni e delle credenze e la diffusione di narrative errate, elementi chiave per dominare le masse, già esplicitati nella teoria antropologica di G. Le Bon, alla fine dell'Ottocento<sup>26</sup>.

L'esposizione ripetuta a informazioni false, soprattutto all'interno di "camere dell'eco" digitali<sup>27</sup>, come i *social network*, dove gli individui sono prevalentemente esposti, anche grazie all'attività di memorizzazione degli algoritmi, a contenuti che confermano le loro preesistenti convinzioni, può condurre alla radicalizzazione delle opinioni e alla difficoltà/impossibilità di discernere la verità dalla totale falsità. La tabella seguente mostra quali tra i *social network*, negli ultimi anni, abbiamo maggiormente contribuito allo spread di notizie false e disinformazione; è di immediata osservazione come i social del

<sup>26</sup> Per ulteriori approfondimenti, cfr. G. Le Bon, *Psicologia delle folle* (1895), TEA, 2004.

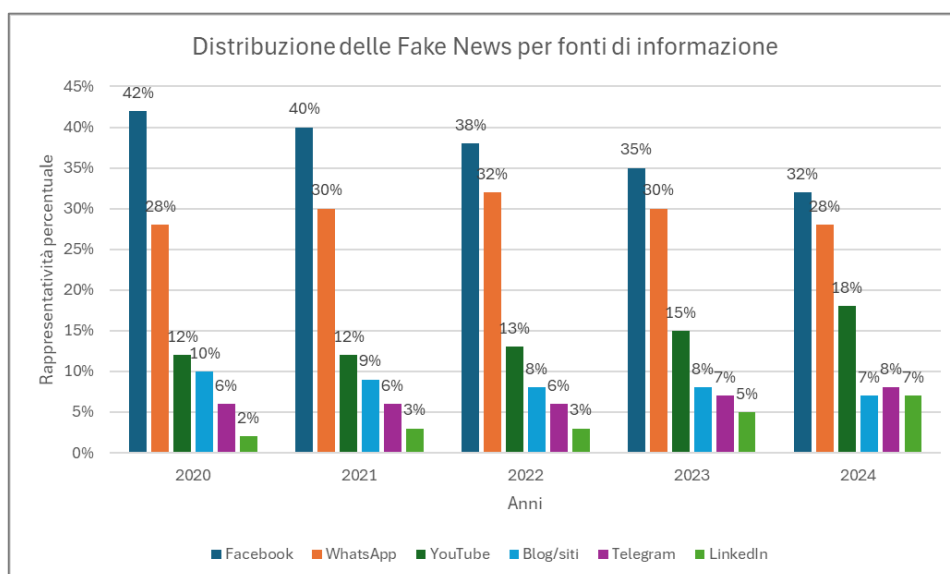
<sup>27</sup> Il termine camera dell'eco/di risonanza o *echo chamber*, molto efficace, è stato coniato dall'economista statunitense e docente dell'Università di Harvard, Jeffrey Sachs.



gruppo *Meta* (*Facebook* e *WhatsApp*) abbiano giocato un ruolo notevolissimo in tal senso e fa tornare alla memoria i già citati “Signori della disinformazione”; *YouTube*, *LinkedIn*, *Telegram* e *blog* e siti presenti sulla rete *internet* seguono ben distanti ma presentano, comunque, tassi di distribuzione di informazioni false decisamente significativi (tra il sette e il venti per cento).

## GRAFICO 2

Distribuzione delle Fake News per fonti d'informazione (Fonte: Pew Research e Our World in Data)



Tale fenomeno può, inevitabilmente, alimentare le divisioni sociali, esacerbare i conflitti ideologici e ostacolare la formazione di un consenso informato su questioni di rilevanza pubblica. Al fine di illustrare concretamente la portata di tale influenza, si possono citare alcuni recenti esempi, afferenti ai più svariati temi, dalla politica alla sanità pubblica, sino all'economia.

- Le già ampiamente citate elezioni presidenziali statunitensi del 2016: numerose analisi hanno evidenziato la significativa diffusione di *fake news* durante la campagna elettorale, con storie del tutto false, riguardanti i candidati, che hanno circolato ampiamente sui principali *social media*. Alcune ricerche suggeriscono che tali contenuti abbiano potuto influenzare l'opinione di una parte rilevante dell'elettorato, sebbene la quantificazione precisa di tale impatto rimanga, ancora oggi, a distanza di circa dieci anni, oggetto di acceso dibattito accademico<sup>28</sup>.

<sup>28</sup> Cfr. H. Alcott, M. Gentzkow, "Social Media and Fake News in the 2016 Election", in *Journal of Economic Perspectives*, vol. II, n. 31, 2017.



- Il referendum sulla c.d. *Brexit* nel Regno Unito, anch'esso del 2016: anche in tale occasione, si è osservata una notevole circolazione di informazioni fuorvianti e di affermazioni non verificate, da parte di entrambe le fazioni (favorevoli e contrari all'uscita dall'Unione Europea). La rapidità con cui tali contenuti si sono propagati *online* ha reso arduo, per i cittadini britannici, discernere la veridicità delle informazioni presentate, potenzialmente influenzando le decisioni di voto<sup>29</sup>.
- La pandemia da *Covid-19*: la crisi sanitaria globale ha rappresentato un terreno assolutamente fertile per la proliferazione di *fake news* inerenti all'origine del virus, ai metodi di prevenzione, alle cure e ai vaccini. Tali narrazioni infondate hanno sovente generato confusione, alimentato la paura e, in taluni casi, ostacolato l'adozione di comportamenti responsabili, volti alla tutela della salute pubblica<sup>30</sup>, come si può osservare nella tabella di seguito.

**TABELLA 1**

**Tipologia delle fonti di informazione sul Covid-19 utilizzate dagli italiani durante la pandemia. Val.% e V.A. in mln (Fonte: Centro documentazione dell'Eurispes, 2021)**

Fonti informative	%	v.a. (in milioni)
Media tradizionali (stampa, televisione, radio..)	75,5	37,9
<i>di cui solo media tradizionali</i>	16,7	8,4
Internet e social media	63,7	32,0
<i>di cui solo social e siti internet (ufficiali e non)</i>	7,8	3,9
Né media tradizionali né internet e social media	6,8	3,4
Non ho ricevuto informazioni	0,6	0,3

(\*) Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte

- Le ingerenze straniere nei processi organizzativi democratici: alcuni Stati, come la Federazione Russa, sono stati accusati di utilizzare la diffusione di *fake news* e la manipolazione di contenuti *online* come strumento di ingerenza nei processi politici di altri Paesi. L'obiettivo è

<sup>29</sup> Cfr. H. Marshall, A. Drieschova, Post-Truth Politics in the UK's Brexit Referendum, in *New Perspectives, Interdisciplinary Journal of Central & East European Politics and International Relations*, vol. XXVI, n. 3, 2018.

<sup>30</sup> Cfr. A. Mantineo, "Completamente falso, praticamente vero. Le fake news e il racconto dell'emergenza coronavirus", *Media*, 2020.



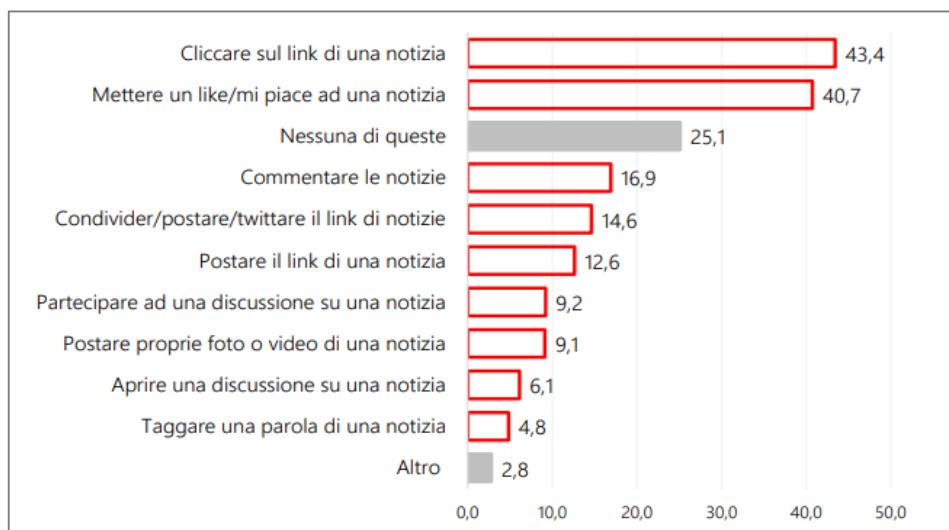
spesso quello di seminare discordia, minare la fiducia nelle Istituzioni democratiche e favorire specifici interessi geopolitici<sup>31</sup>.

- Il momentaneo rimbalzo delle Borse mondiali a seguito del crollo per i dazi, nell'aprile 2025: a seguito della diffusione di una *fake news* circa la presunta volontà del Presidente Donald Trump di congelare temporaneamente i dazi doganali promessi a carico di alcuni Paesi stranieri, si è assistito ad un rapidissimo *rally* dei mercati azionari, con conseguente afflusso di miliardi di dollari sulle principali piazze di scambio mondiali, quasi immediatamente seguito da un nuovo crollo, una volta diffusa una nota di smentita ufficiale da parte della Casa Bianca<sup>32</sup>.

La percentuale della popolazione che si informa per il tramite delle piattaforme sociali e che, pertanto, rischia di incorrere in informazioni false ci è fornita direttamente dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, la quale stila, ogni anno, un Rapporto, il c.d. "Osservatorio annuale sul sistema dell'informazione", in cui si analizzano le dinamiche del panorama informativo italiano, con uno speciale *focus* su come le notizie vengono prodotte, distribuite e fruite, e sull'affidabilità percepita dai cittadini; i dati per il 2025 sono riportati sotto.

### GRAFICO 3

Percentuale di popolazione che si informa tramite social o piattaforme (Fonte: Eurostat/AGCOM)



<sup>31</sup> Ad esempio, il presunto *Russia-gate* negli U.S.A. del 2016 o il c.d. "caso Metropol", del 2019, in Italia, da cui è scaturita anche un'inchiesta giudiziaria, poi archiviata, nel 2023. Cfr. "Il caso Metropol: l'inchiesta sui fondi russi della Lega" in *Il Sole-24Ore* del 27 aprile 2023.

<sup>32</sup> Cfr. R. Piccolo, Finta pausa dei dazi, ecco il post che ha mandato in tilt Wall Street, in *Wired* del 08.04.2024.



## Rimedi a livello nazionale

La Costituzione Italiana non prevede espressamente la sussistenza di una specifica libertà di informazione, ma la stessa è ricavabile dalle decisioni della Corte costituzionale che la riconducono al parametro generale dell'art. 21 Cost.<sup>33</sup>.

La diffusione di *fake news* comporta la necessità di confrontarsi con il tema della verità/veridicità dei fatti nell'ambito del diritto all'informazione. Più nello specifico, la prospettiva va traslata dalla necessità di tutelare il vero e il verosimile a quella di tutelare ciò che è "subiettivamente falso", per utilizzare le parole del giurista Alessandro Pace. La questione è se la creazione e diffusione del falso nel contesto dell'informazione possa essere inquadrata come libertà di informazione e quindi, in ultimo, come libertà di espressione.

Per quanto riguarda il peculiare tema della veridicità delle notizie, lo stesso aveva avuto un notevole spazio all'interno dei dibattiti dell'Assemblea costituente. L'art. 16 (attuale art. 21 Cost.) al comma quinto prevedeva, come emerso dalla Prima Sottocommissione, che: «Per le funzioni speciali della stampa periodica la legge dispone controlli sulle fonti di notizie e sui mezzi di finanziamento idonei a garantire la fede pubblica»<sup>34</sup>. Le esigenze del comma riportato erano, per l'appunto, quelle della tutela contro le *fake news*: «Queste norme, (...) che debbono servire come un invito e come una traccia per il legislatore, sono di grande importanza, perché si riferiscono principalmente all'obbligo dell'indicazione dei bilanci e delle fonti delle notizie. Si sa quali sconvolgimenti possano produrre le notizie false od inventate»<sup>35</sup>. Successivamente, il testo dell'art. 16, co. 5, del primo dicembre, come approvato dalla Commissione, mantiene il riferimento al controllo delle fonti («La legge può stabilire controlli per l'accertamento delle fonti di notizie e dei mezzi di finanziamento della stampa periodica»), ma perde tuttavia il riferimento alla "fede pubblica", anche in ragione di una generale semplificazione e riduzione dell'articolo.

La paura della (ri)costituzione di un "Ministero della verità" orwelliano aveva portato i costituenti, nei lavori dell'Assemblea del 14 aprile 1947, alla cancellazione del comma quinto dell'art. 16 nella parte relativa al "controllo delle fonti"<sup>36</sup>. Serve, tuttavia, rilevare che la soppressione del "controllo delle fonti" fu

---

<sup>33</sup> Ex pluribus C. Cost., sent. 112/93. P. Costanzo, *Informazione nel diritto Costituzionale*, in *Digesto delle discipline pubblicistiche*, Torino, 1993.

<sup>34</sup> Seduta della Prima Sottocommissione del 27 settembre 1946, in *La Costituzione della Repubblica nei lavori preparatori della Assemblea Costituente*, Edizione a cura della Camera dei Deputati, Roma, 1976.

<sup>35</sup> Così il Relatore On. Basso, *ibidem*.

<sup>36</sup> Guida la carica l'On. Cevelotto, seguito dall'On. Badini Confalonieri e dall'On. Giannini. Lavori in Assemblea, seduta pomeridiana del 14 aprile 1947, in *La Costituzione della Repubblica nei lavori preparatori della Assemblea Costituente*, edizione a cura della Camera dei Deputati, Roma, 1976.



dettata dal timore di svolte autoritarie e non da considerazioni tese a inquadrare anche le notizie dolosamente inventate come protette dall'art. 21. Il timore espresso dall'On. Celotto e da altri, distanziandosi dalle considerazioni originarie per il quale era stato pensato il comma (la censura del falso), sposta l'ambito della questione dalla censura del falso alla necessità di non fornire ai futuri governi strumenti costituzionali per la limitazione della libertà di stampa.

La dottrina costituzionalistica italiana, a prescindere dalla sua volontà di abbracciare una tesi funzionale della libertà di espressione o una individualistica, sembra unanime nel ritenere il subiettivamente falso non protetto dall'art. 21 Cost.<sup>37</sup> Il dilemma sarebbe dunque solo quello dell'opportunità della repressione, secondo la teoria individualistica, o della necessità della repressione, secondo quella funzionalista<sup>38</sup>.

Per quanto riguarda la giurisprudenza costituzionale, la Corte sembra, in un *obiter dictum*, sancire la necessità di veridicità delle notizie nell'ambito della stampa<sup>39</sup> e sicuramente ritiene legittima, come più sotto vedremo, la sanzione penale della diffusione di false notizie, anche se solo nel caso di turbamento dell'ordine pubblico.

Appare dunque doversi affermare una “non protezione” della creazione di notizie false, ove con notizie si intendano esclusivamente divulgazione di fatti di cronaca. In altri ambiti il falso, anche subiettivo, potrebbe trovare protezione<sup>40</sup>: si pensi al falso nell'ambito del diritto di satira (del quale spesso è presupposto), del diritto di critica e dell'espressione politica (nei quali può essere usato come espediente dialettico), della libertà religiosa e, infine, nell'ambito delle teorie politiche “complotte”, ossia quelle complesse costruzioni ideologiche che imputano “politicamente” determinati avvenimenti a determinate categorie o gruppi (da quelle sul Gruppo Bilderberg a quelle sulle *lobby* dei vaccini, ad esempio). Tale protezione non è prevista nell'ambito dell'informazione. È, dunque, costituzionalmente legittimo addivenire a forme di repressione delle false notizie diffuse con dolo.

Andando ad analizzare, nel dettaglio, gli strumenti a disposizione del legislatore nazionale italiano per porre un freno al dilagare delle *fake news*, ad una prima analisi, emergono quindi unicamente fattispecie oggetto di tutela da parte della legge penale, ancora applicabili in concreto e dai contenuti piuttosto attuali, seppur siano coeve alla pubblicazione del nostro Codice Penale, in piena età fascista. Il contrasto alla diffusione di false notizie era, infatti, sanzionato nel

---

<sup>37</sup> Cfr. P. Barile, *Il soggetto privato nella Costituzione Italiana*, Padova, 1953; C. Esposito, *La libertà di manifestazione del pensiero nell'ordinamento italiano*, Milano, 1958.

<sup>38</sup> S. Fois, *Principi costituzionali e libera manifestazione del pensiero*, Milano, 1957.

<sup>39</sup> Dopo aver ripreso le dichiarazioni del Congresso internazionale dei giornalisti di Bordeaux (maggio 1954), la Corte evidenzia che “il diritto di attingere notizie, pubblicarle e sottoporle al vaglio della critica deve essere conforme alla verità sostanziale dei fatti”. C. Cost., sent. 16/1981.

<sup>40</sup> Per ulteriori specificazioni relative alla necessità di distinguere il falso nell'ambito del diritto all'informazione da altre tipologie di espressioni a: M. Monti, *Le “bufale” online e l'inquinamento del public discourse*, in P. Passaglia - D. Poletti (a cura di), *Nodi virtuali, legami informali: Internet alla ricerca di regole*, Pisa, 2017.



nostro ordinamento, già prima della Costituzione, unicamente nell'alveo penalistico, come accennato, e ben prima che si diffondesse il termine *fake news*.

La norma che viene subito in evidenza quando si accosta il nostro sistema di tutele legislative al fenomeno delle *fake news* è sicuramente la fattispecie contravvenzionale di cui all'art. 656 c.p. che è quanto più di simile, con tutti i limiti che si vedrà di qui a poco, ad una "norma generale" in materia di repressione penale delle *fake news*; l'art. 656 c.p. punisce, invero, la pubblicazione o la diffusione di notizie false, esagerate o tendenziose, atte a turbare l'ordine pubblico. Specificatamente, la norma in parola sanziona la condotta di «Chiunque pubblica o diffonde notizie false, esagerate o tendenziose, per le quali possa essere turbato l'ordine pubblico».

In ordine alla "compatibilità" del disposto dell'art. 656 c.p. con il principio costituzionale della libera manifestazione del pensiero, di cui al richiamato art. 21 Cost., è necessario rilevare come la Consulta abbia più volte avuto modo di pronunciarsi sulla piena legittimità costituzionale del prefato articolo del codice, dichiarando, in ben tre sentenze, non fondate le questioni di legittimità costituzionale sollevate su di esso. In particolare, fondamentale è la sentenza n. 19 del 16 marzo 1962, sulla quale si tornerà in seguito in quanto fornisce un'interpretazione "costituzionalmente orientata" del concetto di "notizia falsa, esagerata o tendenziosa", espressione che integra sia la fattispecie dell'art. 656 c.p. sia altre norme (ad esempio, vedremo, l'art. 265 c.p.), sentenza a cui ne sono seguite altre due: la n. 199 del 19 dicembre 1972 e la n. 210 del 3 agosto 1976, che hanno ribadito quanto già stabilito sulla legittimità dell'art. 656 c.p.

Riguardo al disposto normativo dell'art. 656 c.p. si tratta, come si evince dallo stesso, di una norma "sussidiaria" giusto l'inciso "*se il fatto non costituisce un più grave reato*", che, pertanto, trova applicazione (con conseguente assorbimento della condotta illecita) laddove non ricorrano ipotesi più gravi come quelle previste, ad esempio, dagli artt. 265 c.p. (disfattismo politico), 267 c.p. (disfattismo economico) e 501 c.p. (rialzo o ribasso fraudolento di prezzi sul pubblico mercato).

La circostanza che si tratti, come detto, della norma che maggiormente consente la repressione del fenomeno delle *fake news* si ricava anche dal fatto che, proprio a partire da essa, vi siano state diverse iniziative, di stampo parlamentare, tese a prevedere una nuova norma, che sanzionasse la pubblicazione a mezzo *internet* di notizie false, in modo ancora più ampio rispetto al testo dell'art. 656 c.p. e, invero, nel corso della XVII legislatura era stato presentato il disegno di legge n. 2688, che prevedeva, tra gli altri, l'introduzione di una nuova fattispecie di reato, l'art. 656 *bis* c.p., che avrebbe dovuto sanzionare «Chiunque pubblica o diffonde, attraverso piattaforme informatiche destinate alla pubblicazione o diffusione di informazione presso il pubblico, con mezzi prevalentemente elettronici o comunque telematici, notizie false, esagerate o tendenziose che riguardino dati o fatti manifestamente infondati o falsi».



Passando ad un'analisi contenutistica della norma, in primo luogo, da una rapida scorsa, si evince come la condotta oggetto di sanzione penale consista nella pubblicazione e/o diffusione di “notizie false, esagerate o tendenziose” e questo la differenzia, pertanto, dalla fattispecie di cui all'art. 265 c.p., nella quale, oltre alla pubblicazione di false “notizie”, esagerate o tendenziose, viene punita, altresì, la diffusione o comunicazione di mere “voci”.

Atteso che tanto la “voce” quanto la “notizia” hanno, quale loro contenuto caratterizzante, la comunicazione di una “informazione”, ovvero di uno o più dati o elementi tra loro correlati in maniera logica che consentano di avere conoscenza più o meno esatta di un fatto, di una situazione e/o di un modo di essere<sup>41</sup>, la giurisprudenza ha chiarito in cosa consista la differenza tra essi. La Cassazione ha infatti evidenziato che, mentre la “voce” è caratterizzata “dalla vaghezza e dalla incontrollabilità” (dell'informazione in essa contenuta e diffusa), la “notizia”, rilevante ai fini della configurabilità del reato di cui all'art. 656 c.p., è invece un'informazione “non del tutto svincolata da oggettivi punti di riferimento che consentano la identificazione degli elementi essenziali di un fatto e ne rendano possibile il controllo”<sup>42</sup>.

Dunque, mentre “in tempo di pace”, la previsione di cui all'art. 656 c.p. sanziona esclusivamente la diffusione di false “notizie” (le quali siano comunque idonee a turbare l'ordine pubblico), invece “in tempo di guerra”, con l'art. 265 c.p., la sanzione penale mira a reprimere anche la diffusione di mere false “voci”, purché siano idonee a «destare pubblico allarme o deprimere lo spirito pubblico o altrimenti menomare la resistenza della nazione di fronte al nemico». «Tale differenza sanzionatoria se, da un lato, sembrerebbe trovare una sua ragione d'essere nel “maggior pericolo” che può derivare dalla circolazione di informazioni false (sotto forma sia di voci che di notizie) in tempo di guerra, tuttavia a ben vedere non trova una reale spiegazione logica, atteso che, in tempo di pace, la circolazione di “voci” ovvero di informazioni che per la loro natura vaga non consentano un controllo è più pericolosa rispetto alla “notizia”, la quale essendo ancorata a dati reali può essere più facilmente smentita»<sup>43</sup>.

Dal confronto tra le prefate norme emerge, comunque, in maniera cristallina e limpida come il fenomeno della diffusione delle notizie, ovvero voci, false viene considerato dal nostro legislatore molto più grave quando tali condotte vengono poste in essere *tempus belli* rispetto a condotte identiche attuate in “tempo di pace” e questo sia rispetto al trattamento sanzionatorio (l'art. 265 c.p. è un delitto che prevede un minimo edittale di anni cinque e un'ipotesi aggravata di cui al comma terzo che prevede addirittura l'ergastolo, mentre l'art. 656 c.p. è una mera contravvenzione) sia rispetto, come si è osservato sopra, al perimetro della

---

<sup>41</sup> Cfr. Enciclopedia *on line* Treccani.

<sup>42</sup> Cassazione penale, Sez. VI, sentenza n. 3967 del 17 marzo 1977.

<sup>43</sup> S. Latorre, *Fake news: la pubblicazione di notizie false*, in *La Magistratura*, rivista dell'Associazione Nazionale Magistrati, 05.12.2021.



condotta incriminata (che, nel caso dell'art. 265 c.p., come accennato, comprende anche le "voci").

Analizzando la "formula" legislativa utilizzata dall'art. 656 c.p. per connotare la condotta incriminata, possiamo evidenziare come essa faccia riferimento alla pubblicazione o diffusione di "notizie false, esagerate o tendenziose". Deve, tuttavia, osservarsi che la medesima formula, ovvero il riferimento alle notizie "false, esagerate e tendenziose", è stata utilizzata anche nelle fattispecie di cui agli articoli 265, 269 (oggi abrogato) e 501 c.p., cosicché si può ipotizzare che essa costituisca lo *standard* del concetto di "falsificazione" della notizia che il legislatore ha inteso adottare sì da attribuirgli il rilievo penale<sup>44</sup>.

In realtà, una precisa formulazione della condotta, con il riferimento alle notizie "false, esagerate e tendenziose" presenta talune problematiche di non poco conto sul piano interpretativo, le quali tuttavia sono state "risolte" in maniera definitiva dalla Corte costituzionale con le sentenze innanzi citate.

Infatti, ad un primo, superficiale esame della fattispecie prevista dall'art. 656 c.p., la formulazione della norma sembrerebbe supportare la tesi che i tre aggettivi "false, esagerate e tendenziose" siano riferiti ad altrettante, distinte ipotesi incriminatrici, tra loro dunque "alternative", ipotesi questa avallata, peraltro, anche da certa giurisprudenza di merito<sup>45</sup>.

La conseguenza di una tale interpretazione, che, come si vedrà, va rifiutata in quanto non compatibile con la carta costituzionale, è la seguente: se le notizie "esagerate e tendenziose" sono "alternative" ovvero sono "altro" rispetto alle notizie "false", allora una notizia esagerata o tendenziosa potrà essere anche "vera" ma integrare la fattispecie incriminatrice. In tal senso, nella citata sentenza n. 199 del 1972 della Corte costituzionale il pretore di Firenze, nella sua ordinanza remissiva della questione di costituzionalità, aveva ricordato come «...secondo l'interpretazione della norma in esame, comunemente accolta in dottrina ed in giurisprudenza, si deve qualificare come tendenziosa anche una notizia che, pur vera, sia presentata e commentata in modo non obiettivo, onde propagandare – attraverso un'interpretazione di parte – determinate correnti di idee o l'affermazione di determinati principi o interessi». Tale interpretazione, come si è già accennato, non può trovare accoglimento perché sarebbe palesemente in contrasto con l'art. 21 della Costituzione, in quanto in materia di diritto alla libera manifestazione del pensiero non si può "censurare" un'affermazione veritiera come idonea a turbare l'ordine pubblico (in una democrazia, fatta salva la tutela del segreto di Stato, dire la "verità" non può mai essere considerato idoneo a turbare l'ordine pubblico).

Un'interpretazione "costituzionalmente orientata" non può che essere, come ha avuto modo di osservare il magistrato Latorre, sostituto presso la Procura di Sondrio, quella più "restrittiva" che vede le notizie "esagerate e tendenziose" in

---

<sup>44</sup> Ibidem.

<sup>45</sup> Cfr. C. cost., sentenza n. 199/72, in relazione all'eccezione sollevata dal Pretore di Firenze.



rapporto di *species a genus* rispetto alle notizie “false” (siano esse totalmente o solo parzialmente false”) e che esclude di conseguenza dal “cono” dell’incriminazione le notizie “vere”, seppur presentate in modo “tendenzioso”. Tale interpretazione parrebbe trovare completa adesione nella sentenza n. 19 del 1962 della Corte costituzionale, la quale, rigettando l’eccezione di incostituzionalità dell’art. 656 c.p., ha ravvisato che: «l’espressione notizie false, esagerate o tendenziose impiegata nell’art. 656 del cod. pen. è una forma di endiadi, con la quale il legislatore si è proposto di abbracciare ogni specie di notizie che, in qualche modo, rappresentino la realtà in modo alterato»<sup>46</sup>.

Sempre la Consulta, nel richiamato approdo, specifica che la fattispecie legale dell’art. 656 c.p.: «non comprende, dunque – contrariamente a quanto una certa parte della giurisprudenza ritiene – il caso di chi divulga interpretazioni, valutazioni, commenti, ideologicamente qualificati, e persino tendenziosi, relativi a cose vere; ma semplicemente il caso di chi divulga notizie, falsandole attraverso la maniera di riferirle, e cioè notizie che, in un modo o nell’altro, non rappresentano il vero»<sup>47</sup>.

Dunque, per essere compatibile con il dettato dell’art. 21 della Costituzione, non è sufficiente che una notizia sia qualificabile come esagerata o tendenziosa, ma sarà necessario accertare, da parte del Giudice di merito, se essa abbia, ad ogni modo, contribuito a veicolare un messaggio che abbia travisato e falsato la realtà.

Ulteriore elemento costitutivo della fattispecie è che la notizia falsa, esagerata o tendenziosa debba venire diffusa o essere pubblicata, con ciò intendendo che la stessa debba essere adeguatamente veicolata attraverso l’utilizzo di un qualsivoglia mezzo audio-visivo o telematico, potenzialmente idoneo a raggiungere un numero indeterminato di persone, cosicché debba escludersi dal novero delle condotte incriminate quelle modalità di comunicazione (come, per esempio, il c.d. passaparola) che non siano concretamente idonee a raggiungere la totalità dei consociati.

Per quanto riguarda l’utilizzo dei due termini “pubblicare” e “diffondere”, va evidenziato che, secondo la dottrina e la giurisprudenza maggioritari, il termine “pubblicazione” di norma è riferito tipicamente alla diffusione a mezzo “stampa”, mentre la condotta di “diffusione” include un significato più vasto e ricomprende qualsivoglia mezzo che sia idoneo a costituire un “canale di informazione” ovvero a trasmettere una notizia a una platea potenzialmente indeterminata di soggetti.

Ultimo elemento della fattispecie è che la diffusione di una notizia falsa, esagerata o tendenziosa debba essere potenzialmente idonea a “turbare l’ordine pubblico” ovvero «il complesso dei beni giuridici fondamentali e degli interessi pubblici primari sui quali si regge l’ordinata e civile convivenza nella comunità nazionale, nonché la sicurezza delle Istituzioni, dei cittadini e dei loro beni». Come si vede dalla formulazione della norma, si tratta di un “reato di pericolo”

---

<sup>46</sup> C. Cost., sentenza n. 19/1962.

<sup>47</sup> Ibidem.



per la sussistenza del quale, come ha sottolineato anche la giurisprudenza di legittimità, a «...nulla rileva, ai fini della sua esclusione, il fatto che non si sia verificato alcun turbamento dell'ordine pubblico, essendo sufficiente che vi fosse un'astratta possibilità che un tale turbamento in effetti si verificasse»<sup>48</sup>. Per quanto attiene al concetto di turbamento, sempre la giurisprudenza, ha chiarito che esso è riferito a sensazioni di apprensione, eccitazione, sfiducia che possano colpire l'opinione pubblica a seguito della diffusione della falsa notizia<sup>49</sup>.

In relazione all'attuale "configurazione" del fenomeno delle *fake news*, poi, merita attenzione una pronuncia della Suprema Corte per cui non incorrerebbe nella contravvenzione di cui all'art. 656 c.p. colui che: «...convinto di affermare il vero o comunque ignaro di narrare il falso, rifacendosi a fatti realmente accaduti, ne dia una interpretazione soggettiva, che trovi nei fatti stessi un fondamento di possibile verità e sia legittimata da opinioni nello stesso senso diffuse»<sup>50</sup>.

Questa sentenza, pur essendo datata, risulta particolarmente rilevante in relazione al fenomeno dei c.d. *retweet* o *repost*, ovvero le condotte di ripubblicazione in rete di contenuti già caricati *online* da altri soggetti, talora accompagnandoli con brevi messaggi di commento. Deve premettersi che, come si evince dall'anno della sua pronuncia, il 1974, tale arresto giurisprudenziale è stato stilato quando il *World Wide Web* era solo un'idea, a conoscenza di pochi addetti ai lavori; infatti, le origini di *Internet* risalgono al noto progetto "ARPANET", ovvero una *maxi* rete di *computer* ad uso militare sviluppata a partire dal 1969 negli Stati Uniti dall'Agenzia *Advanced Research Projects Agency* (c.d. *ARPA*), e, soltanto nel 1993, il Consiglio Europeo per la Ricerca sull'energia Nucleare (c.d. CERN) di Ginevra lanciava, per la prima volta nella storia, la versione liberamente accessibile dal pubblico di *internet* del *World Wide Web*<sup>51</sup>.

Tale arresto giurisprudenziale fa emergere, poi, un problema nella parte in cui afferma che la diffusione di una falsa notizia sia scriminata quando "...*sia legittimata da opinioni nello stesso senso diffuse...*", perché questa interpretazione non tiene conto che le *fake news*, nell'era di *Internet*, spesso si basano proprio sulla condivisione massiccia e reiterata di messaggi falsi e, per tale motivo, se si ritiene che si possa diffondere false notizie, esenti da responsabilità, soltanto per il fatto che "molti altri" abbiano "condiviso" la medesima notizia falsa, si rischia di legittimare le stesse, perché più esse vengono diffuse più i soggetti che a loro volta le diffondono nuovamente potranno invocare, quale esimente, la tesi per cui erano in totale buona fede, in quanto tanti altri avevano condiviso e diffuso la medesima falsa notizia. La tesi avallata dagli Ermellini poteva quindi avere una ragione d'essere in un sistema mediatico in cui la

<sup>48</sup> Cassazione penale, Sez. I, sentenza n. 9475 del 7 novembre 1996.

<sup>49</sup> Cassazione penale, Sez. VI, sentenza n. 1569 del 5 novembre 1974.

<sup>50</sup> Cassazione penale, Sez. VI, sentenza n. 1546 del 9 aprile 1974.

<sup>51</sup> S. Latorre, *Fake news: la pubblicazione di notizie false*, in *La Magistratura*, rivista dell'Associazione Nazionale Magistrati, 05.12.2021.



diffusione delle notizie poteva avvenire in relazione a un numero potenzialmente limitato di mezzi di comunicazione, peraltro sottoposti a controllo statale, atteso che i giornali, le riviste, scientifiche e non, le radio e le televisioni, per quanto numerosi, sono sempre in numero ridotto e soprattutto sono mezzi soggetti ad un controllo al vertice delle notizie, a differenza di *internet* in cui ogni persona fisica mediante un *social* (considerando, peraltro, il fatto che può operare su più *social*) diventa “fonte” di una notizia attraverso il collegamento reticolare, in *network*, con altri soggetti che condividono le medesime idee.

Un limite intrinseco alla diffusione di false notizie, tuttavia, sembra poter essere individuato nella sentenza stessa, ove si stabilisce che non è sufficiente che la falsa notizia trovi “legittimazione” in altre opinioni dello “stesso senso” ma è bensì necessario che essa: “*trovi nei fatti stessi un fondamento di possibile verità*” e, dunque, quando le affermazioni false (ad esempio, che “il cancro possa essere curato senza alcun trattamento medico ma soltanto risolvendo un conflitto interiore”), per quanto possano essere “supportate” persino dalle tesi di medici, dietologi o biologi, se risultano “palesamente” false non possono esentare da pena coloro i quali le diffondono. A tal proposito, deve evidenziarsi che le ipotesi fatte non sono di mera scuola ma vi sono stati effettivamente medici che hanno sostenuto e sostengono ancora tali tesi assurde e pericolose e vi sono stati casi in cui il loro operato ha portato alla morte di persone che potevano essere curate con le terapie tradizionali, ma si sono affidate a simili assurdità scientifiche<sup>52</sup>. Ovviamente a fronte della diffusione di notizie come quelle a cui si è fatto riferimento del cancro che si cura senza l’uso di farmaci ovvero come se fosse un semplice “problema psicologico”, che comunque trovano fondamento in controverse teorie mediche, sarà compito del Giudice verificare se chi le ha diffuse versi quantomeno in colpa (trattandosi di reato contravvenzionale esso è punito anche a titolo meramente colposo) oppure si versi in una situazione per cui le fonti possano avere determinato nel soggetto un ragionevole affidamento sull’apparente “verità” della notizia<sup>53</sup>.

È bene considerare che, oltre all’art. 656 c.p. che, fuor di dubbio, costituisce la prima norma nazionale che viene in mente all’osservatore del fenomeno delle *fake news*, esistono, altresì, talune altre norme non prive di interesse. In particolare, ci si riferisce qui all’art. 595 c.p., la celebre diffamazione, la quale sancisce che la fattispecie viene ad esistenza quando una notizia falsa lede la reputazione di una persona (o di un ente). Se l’offesa è arrecata con il mezzo della stampa o con qualsiasi altro mezzo di pubblicità (quindi anche *online*, sui *social media*, ecc.), la pena è aggravata con la reclusione da sei mesi a tre anni o con una multa non inferiore a 516 euro. Ulteriori norme degne di interesse ai nostri fini sono l’art. 658 c.p., il 661 c.p. e l’art. 185 del D.Lgs. 58/1998, il c.d. TUF. La

---

<sup>52</sup> Per la cura col “bicarbonato per endovena” e per i suoi esiti infausti, si veda per esempio la sentenza n. 1432 del 2012 della Cassazione penale Sez. IV.

<sup>53</sup> Per ulteriori informazioni, consultare il link <https://lamagistratura.it/penale-e-sorveglianza/reati-dove-le-fake-news-costituiscono-la-condotta-incriminata-lart-656-c-p/>



prima delle menzionate norme è il procurato allarme presso l’Autorità, il quale punisce chiunque, annunciando disastri, infortuni o pericoli inesistenti, suscitati allarme presso l’Autorità, ivi incluse le Forze dell’Ordine, la Protezione civile, gli Enti di Stato o presso enti o persone che esercitano un pubblico servizio. La pena, qui, è l’arresto fino a sei mesi o l’ammenda. La seconda norma è rubricata come abuso della credulità popolare ed è una norma ancora inserita nel Codice penale ma, ormai, depenalizzato, il quale prevede una sanzione amministrativa pecuniaria – da 5.000 a 15.000 euro – per chiunque, pubblicamente, cerchi con qualsiasi impostura di abusare della credulità popolare, se dal fatto può derivare un turbamento dell’ordine pubblico. L’ultima norma di interesse, rinvenibile in una legge complementare ma avente, comunque, rilevanza penale nello specifico settore finanziario è la nota manipolazione del mercato o *insider trading*; tale norma sanziona chiunque diffonda notizie false o ponga in essere operazioni simulate o altri artifici idonei a provocare una sensibile alterazione del prezzo degli strumenti finanziari.

Una volta osservato e analizzato il perimetro normativo di tutela del cittadino dalle *fake news*, come osservato piuttosto datato ma non privo di utilità, perlomeno in astratto, è ora il caso di soffermare l’attenzione sull’attività che uno strutturato sistema di *intelligence* nazionale dovrebbe effettuare per prevenire il rischio *fake news* e, più nel dettaglio, realizzeremo come si sta muovendo il Sistema per l’informazione e la sicurezza della Repubblica italiana, nei confronti di tale tema, anche alla luce dei già accennati mutamenti del quadro tecnologico di riferimento.

In prima analisi, possiamo agevolmente definire il Sistema di informazione per la sicurezza della Repubblica come il complesso di organi e autorità che hanno il compito di assicurare le attività di informazione per la sicurezza, allo scopo di salvaguardare la Repubblica da ogni pericolo e minaccia proveniente sia dall’interno sia dall’esterno del Paese.

Il Sistema di informazione per la sicurezza della Repubblica è composto da:

- Presidente del Consiglio dei ministri;
- Autorità delegata;
- Comitato interministeriale per la sicurezza della Repubblica (CISR);
- Dipartimento delle informazioni per la sicurezza (DIS);
- Agenzia informazioni e sicurezza esterna (AISE);
- Agenzia informazioni e sicurezza interna (AISI).

Tra i compiti svolti dal Sistema di informazione per la sicurezza della Repubblica vi è, come sopra accennato, l’attività di *intelligence*. L’*intelligence* è lo strumento che lo Stato utilizza per raccogliere, conservare e diffondere ai soggetti interessati, siano essi pubblici o privati, le informazioni significative per la tutela della sicurezza delle Istituzioni, dei cittadini e delle aziende. L’*intelligence* svolge, pertanto, un ruolo fondamentale e imprescindibile per il quale si serve di profili professionali che provengono da ambienti disparati e multidisciplinari, il personale dell’*intelligence* può agire, poi, secondo peculiari procedure, rivolte a garantire riservatezza agli operatori e alle loro attività.



Nel nostro Paese, tale compito è stato affidato, con la legge 124/2007, al Dipartimento delle informazioni per la sicurezza (DIS), il cui Direttore generale viene nominato direttamente dal Presidente del Consiglio dei ministri, e alle due Agenzie operative, che si occupano degli aspetti inerenti alle dimensioni interna (AISI) ed esterna (AISE) della sicurezza nazionale. Tali Organismi di informazione per la sicurezza sono deputati a mantenere e garantire l'indipendenza della Repubblica, la salvaguardia delle Istituzioni democratiche, la protezione degli interessi politici, economici, industriali, militari e scientifici e la sicurezza cibernetica.

Dal punto di vista della funzione, l'*intelligence* può essere descritta come processo informativo, definito da un ciclo di azioni, articolato su tre fasi e finalizzato agli obiettivi generali individuati dalle autorità di governo:

- acquisizione della notizia, attraverso la ricerca, la raccolta e la valutazione dei dati acquisibili da una variegata e ampia gamma di fonti, che vanno dal singolo individuo all'uso di sofisticate apparecchiature elettroniche. In questa fase particolare, assumono rilievo le fonti aperte, come i mezzi di comunicazione di massa e la rete;
- gestione dell'informazione, in cui, attraverso l'analisi, si trasforma l'elemento informativo grezzo in un articolato contributo conoscitivo. Questa fase rappresenta il passaggio distintivo dell'*intelligence*;
- comunicazione all'autorità di governo sia di semplici informazioni, sia di rapporti, analisi e punti di situazione, utili per le decisioni da assumere o per le attività strategiche da intraprendere.

L'estensione del concetto di sicurezza nazionale fa sì che vengano oggi inclusi, tra i destinatari dei servizi di *intelligence*, anche Amministrazioni ed Enti pubblici.

In considerazione delle nuove sfide, della grande e sempre maggiore complessità, nonché della rapidità con cui si evolve lo scenario, interno ed esterno, in cui l'*intelligence* muove i propri passi, è possibile individuare, ad oggi, le seguenti tipologie di raccolta e di elaborazione delle informazioni<sup>54</sup>.

Tra queste, in base alla tipologia di fonte di informazione, possiamo rinvenire:

- *Osint* (*Open Source intelligence* – attività di raccolta delle informazioni mediante l'analisi di fonti aperte);
- *Imint* (*Imagery intelligence* – attività di raccolta delle informazioni mediante l'analisi di fotografie aeree o satellitari);
- *Humint* (*Human intelligence* – attività di raccolta delle informazioni mediante contatti interpersonali);
- *Sigint* (*Signal intelligence* – attività di raccolta delle informazioni mediante l'intercettazione e analisi di segnali, sia tra persone sia tra macchine);

---

<sup>54</sup> Per ulteriori approfondimenti, consultare: <https://www.sicurezzanazionale.gov.it/sisr.nsf/index.html>.



- *Techint* (*Technical intelligence* – riguardante armi ed equipaggiamenti militari);
- *Masint* (*Measurement and Signature intelligence* – attività di raccolta delle informazioni non classificabili nelle precedenti categorie).

A partire dal 2020, con la pandemia da Covid-19, si è assistito ad un'impennata di campagne di disinformazione e *fake news*. Una mirata e coordinata azione di *intelligence* è stata riservata alla c.d. minaccia ibrida – per definizione veicolata su diversi domini (quello diplomatico, militare, economico-finanziario, *intelligence*, ecc.) – che, in concomitanza con il dispiegarsi dell'emergenza sanitaria, è stata caratterizzata da costanti tentativi di intossicazione del dibattito pubblico attraverso attività di disinformazione e/o di influenza, nel contesto di più ampie campagne ibride.

Al riguardo, è stata registrata un'elevatissima produzione di *fake news* e narrazioni allarmistiche, sfociate in un *surplus* informativo (c.d. infodemia<sup>55</sup>) di difficile discernimento per la collettività. Un fattore di rischio intrinseco al fenomeno della disinformazione *online* ha continuato a risiedere nelle logiche e negli algoritmi alla base dello stesso funzionamento dei *social media*, che tendono a creare un ambiente autoreferenziale ed autoalimentante, fondato sulla condivisione dei contenuti e delle relazioni di interesse che, polarizzando l'informazione disponibile, ne alimenta quindi la percezione parziale e faziosa.

In tale contesto, alla luce della particolare attenzione riservata al tema anche in ambito comunitario, come vedremo in seguito, la ricerca informativa ha permesso di rilevare il ricorso all'utilizzo c.d. combinato o *joint*, da parte dei principali *hostile actors* di matrice statale, di campagne disinformative e attacchi cibernetici, volti a sfruttare l'onda emotiva provocata dalla crisi sanitaria, nel tentativo di trasformare la pandemia in un vantaggio strategico di lungo termine: ciò, anche attraverso manovre miranti ad influenzare l'opinione pubblica ed i processi decisionali nazionali, nonché a danneggiare i nostri assetti economici.

Sullo sfondo di un dibattito internazionale in costante evoluzione, il Comparto *intelligence* ha inoltre continuato a promuovere iniziative di raccordo e interscambio volte a consolidare la definizione del perimetro della minaccia e a rafforzare le capacità nazionali di prevenzione e contrasto anche attraverso le sinergie tra gli attori istituzionali (*in primis*, il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, quello dell'Interno e della Difesa) e la cooperazione con i principali *partner* internazionali<sup>56</sup>.

Nella relazione prodotta dall'*Intelligence* italiana per l'anno 2020, vengono delineate una serie di minacce per l'interesse nazionale e, tra queste, rientrano anche le *fake news*: non c'è, come abbiamo osservato anche sopra, nulla di nuovo nella pratica di diffondere falsità per influenzare l'opinione pubblica (perlomeno

---

<sup>55</sup> Per ulteriori approfondimenti sul sostantivo, visitare il sito della Fondazione Patrizio Paoletti, *link* <https://fondazionepatriziopaoletti.org/>.

<sup>56</sup> Per ulteriori approfondimenti, consultare: <https://www.sicurezza nazionale.gov.it/sisr.nsf/index.html>  
e: <https://www.dogma.it/it/news/fake-news>



dai tempi di Pericle), fare soldi o provocare dissensi. Tuttavia, con l'avvento delle nuove tecnologie, ora è estremamente semplice, sicuramente più che in ogni altra epoca storica, veicolare la disinformazione tramite i *social media*, i *forum online* e le già ricordate “camere di risonanza o dell'eco”.

## Ipotesi solutive di caratura nel perimetro dell'Unione Europea

L'Unione Europea, su un piano sovranazionale, sta affrontando in maniera attiva la sfida posta dalle *fake news* attraverso un approccio multilivello, che combina misure legislative, iniziative di autoregolamentazione e sostegno a progetti di *fact-checking* e maggior alfabetizzazione mediatica, sempre nel rispetto dell'art. 11 della Carta dei Diritti Fondamentali dell'Unione Europea, la quale sancisce la piena “libertà di espressione e di informazione”.

Il livello di azione, che, come vedremo, è in continua evoluzione, si caratterizza per alcune direttrici principali quali il c.d. approccio *multi-stakeholder* e di autoregolamentazione, basato sulla collaborazione con le grandi piattaforme *online* e i principali attori del settore, promuovendo, ad esempio, la stesura di codici di condotta e principi di autoregolamentazione (ad esempio, il Codice di Condotta sulla Disinformazione, lanciato nel 2018, un impegno volontario sottoscritto da talune importanti piattaforme *online* come *Google*, *Meta*, *TikTok*, *X* e associazioni di settore, che prevede una serie di misure che le piattaforme si impegnano ad adottare per contrastare la diffusione della disinformazione), l'intervento legislativo diretto – ad esempio, il *Digital Services Act* (c.d. *DSA*), emanato con regolamento (UE) 2022/2065, entrato in vigore nel 2024, che rappresenta una vera e propria pietra miliare nella regolamentazione dei servizi digitali e introduce obblighi differenziati per diverse categorie di piattaforme *online*, con requisiti più stringenti per le *Very Large Online Platforms* (c.d. *VLOPs*) e i *Very Large Online Search Engines* (c.d. *VLOSEs*) a causa del loro significativo impatto sui cittadini.

Tale norma regolamentare impone alle *VLOPs* e alle *VLOSEs* di effettuare valutazioni di rischio sistemiche, identificando i rischi legati alla diffusione di contenuti illegali e dannosi, inclusa la disinformazione, e adottare misure di mitigazione proporzionate, implementare misure di trasparenza più elevate riguardo ai sistemi di raccomandazione dei contenuti e alla pubblicità, inclusa quella politica, fornire meccanismi efficaci e trasparenti per consentire agli utenti di segnalare contenuti illegali, inclusa la disinformazione, e per le piattaforme di agire su tali segnalazioni in modo tempestivo e non discriminatorio, collaborare con i *fact-checker* e adottare misure per aumentare la visibilità delle informazioni verificate, fornire informazioni chiare e accessibili agli utenti sulle proprie



politiche di moderazione dei contenuti e, infine, istituire funzioni di *compliance* interna e avvalersi di *audit* indipendenti.

Tra le altre direttrici d'azione dell'Unione rientrano il sostegno al *fact-checking* e alla diffusione di una maggior alfabetizzazione mediatica, attuata mediante il finanziamento di svariate iniziative e progetti tra cui l'*European Digital Media Observatory* (c.d. *EDMO*), che aggrega *hub* nazionali e regionali di *fact-checker*, ricercatori e altre parti interessate per monitorare, analizzare e contrastare la disinformazione, il programma *Horizon Europe* per progetti di ricerca e innovazione volti a sviluppare strumenti e metodologie per l'individuazione, l'analisi e il contrasto della disinformazione, nonché per promuovere l'alfabetizzazione mediatica tra i cittadini e la diffusione di iniziative a livello nazionale, promosse da parte degli Stati membri, per integrare l'alfabetizzazione mediatica nei corsi scolastici e sensibilizzare il pubblico sui rischi della disinformazione.

L'ultima direttrice seguita, in questi anni, in ambito europeo è quella della cooperazione internazionale, attuata, in concreto, mediante la collaborazione con organizzazioni internazionali, Paesi terzi e tutte le altre parti interessate per scambiare informazioni, condividere buone pratiche e coordinare azioni volte a contrastare la disinformazione e la diffusione delle *fake news* a livello globale. In tale ultima direttrice d'azione rientra il dialogo costante con le piattaforme globali e la partecipazione ai *forum* internazionali dedicati alla sicurezza informatica e alla lotta alla disinformazione.

Sul piano dell'attività d'*intelligence*, un ruolo fondamentale in ambito europeo, paragonabile a quello sopra descritto per il Sistema di informazione per la sicurezza della Repubblica, è quello svolto dal Servizio europeo di azione esterna (c.d. SEAE), un servizio dell'Unione europea responsabile, in generale, per gli affari esteri comunitari. Creato a seguito del Trattato di Lisbona, il SEAE è entrato in funzione dal 1° dicembre 2010 e ha sede a Bruxelles, in Belgio. Il Servizio per l'azione esterna sostiene l'attività dell'Alto rappresentante dell'Unione Europea per gli affari esteri e la politica di sicurezza e risponde direttamente ad esso. Di fatto, il Servizio costituisce un vero e proprio "ministero degli esteri" dell'Unione Europea e ne gestisce la politica estera e l'attività diplomatica; ha natura burocratica e diplomatica e non ha autonomia politica<sup>57</sup>. Il SEAE svolge anche un importante ruolo per quanto concerne l'*intelligence* comunitaria; al proprio interno, infatti, il *Joint Situation Centre* (c.d. *SitCen*), nato dalla fusione del precedente *Joint Situation Centre* del Consiglio Europeo con l'unità di crisi della Commissione europea, è parte integrante del prefato Servizio.

Gli agenti del *SitCen* raccolgono informazioni per conto dell'Unione Europea e sono uno strumento importante per consentire al Servizio e all'Alto rappresentante di operare in maniera rapida ed efficace, soprattutto in caso di crisi. Gli agenti del *SitCen*, allo stato, però, sono ancora privi dei poteri di compiere

---

<sup>57</sup> A. Rettman, *EU takes 'historic' step on new diplomatic service*, in *EU Observer*, 08.07.2010.



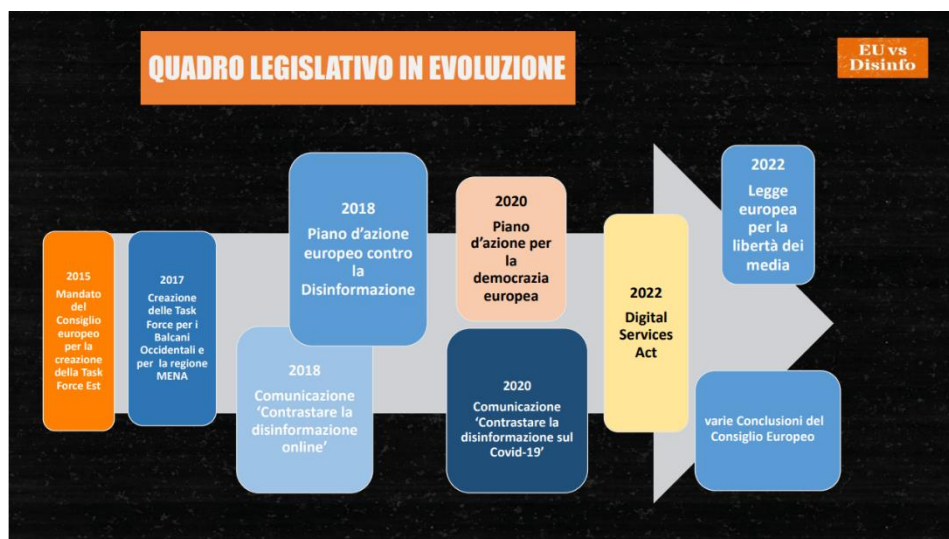
operazioni di *intelligence* paragonabili a quelle svolte dai servizi dei singoli Stati membri<sup>58</sup>. Nel 2015, all'interno del *SitCen* è stata creata la struttura *East StratCom Task Force*, una *task force* avente lo scopo di combattere la disinformazione e le *fake news* diffuse in chiave antieuropea.

Tale *task force* ha identificato i maggiori rischi strategici per l'Unione Europea derivanti dalle *fake news*, che sono i seguenti:

- possibile impatto sulle scelte di voto libere e informate e sulle opinioni politiche dei cittadini europei;
- polarizzazione della società europea;
- perdita di fiducia da parte dei cittadini nella democrazia;
- uso di nuove tecnologie, in particolare i *social network*, in maniera distorta;
- disumanizzazione delle persone e perdita dei valori alla base della cultura europea.

FIGURA 11

#### Quadro legislativo in Evoluzione



A partire dall'istituzione della *East StratCom Task Force*, sono stati compiuti numerosi passi avanti: in particolare, nel 2017, è stata istituita una speciale *task force* per monitorare aree di particolare interesse comunitario quali i Balcani occidentali, il Medio Oriente e il Nord Africa (c.d. *MENA*), da sempre zone del mondo verso cui l'Unione si appropria con interesse, anche alla luce di eventuali, possibili minacce.

<sup>58</sup> A. Rettman, *EU diplomats to benefit from new intelligence hub*, in *EU Observer*, 22.02.2010.



Le campagne di disinformazione su vasta scala rappresentano una delle sfide più importanti per l'Unione e richiedono una risposta coordinata da parte di tutti i Paesi membri; pertanto, la Commissione ha sviluppato ulteriori iniziative per contrastare la disinformazione, tra cui:

- nel 2018, la Comunicazione “Contrastare la disinformazione *online*: un approccio europeo”, che contiene una raccolta di strumenti e consigli utili per contrastare la diffusione della disinformazione e garantire la protezione dei valori dell'Unione Europea;
- nel 2018, il Piano d'azione sulla disinformazione, che mira a rafforzare la capacità e la cooperazione unionale nella lotta contro la disinformazione;
- nel 2020, il Piano d'azione per la democrazia europea, che elabora importanti orientamenti in materia di obblighi e responsabilità delle piattaforme *online* nella lotta contro la disinformazione;
- nel 2020, la Comunicazione “Contrastare la disinformazione sul *Covid-19*”, che riunisce un'ampia gamma di attori per impegnarsi in una vasta serie di campagne volte a contrastare la disinformazione sulla pandemia;
- nel 2022, il già menzionato *Digital Services Act* o *DSA*, che definisce gli intermediari e le piattaforme *online* come i mercati *online*, i *social network*, le piattaforme per la condivisione di contenuti, gli *app store* e le piattaforme *online* per viaggi e alloggi. L'obiettivo principale di tale norma è la prevenzione delle attività illegali e dannose *online* e la diffusione di notizie false; si prefigge di garantire la sicurezza degli utenti, proteggere i diritti fondamentali dei cittadini e creare un contesto equo e aperto per le piattaforme. Il regolamento sui servizi digitali, dunque, tutela i consumatori e i loro diritti fondamentali, stabilendo norme chiare e proporzionate per le attività *online*, promuove l'innovazione, la crescita e la competitività e facilita l'espansione delle piattaforme più piccole, delle PMI e delle *start up*. I ruoli degli utenti, delle piattaforme e delle autorità pubbliche sono riequilibrati in base ai valori europei, ponendo al centro i cittadini;
- sempre nel 2022, il Regolamento (UE) 2024/1083, noto come regolamento europeo sulla libertà dei *media*, che istituisce una nuova serie di norme per proteggere il pluralismo e l'indipendenza dei *media* nell'Unione, grazie alle quali i *media* – pubblici e privati – potranno operare più facilmente a livello transfrontaliero nel mercato interno dell'Unione, senza pressioni indebite e nel contesto della trasformazione digitale dello spazio mediatico. Il Regolamento servirà, per esempio, a proteggere l'indipendenza editoriale, le fonti giornalistiche, anche dall'uso di *spyware*, garantire il funzionamento indipendente dei *media* del servizio pubblico, aumentare la trasparenza circa la proprietà dei *media*, tutelare gli stessi contro la rimozione ingiustificata di contenuti *online* da parte di grandi piattaforme, introdurre un diritto alla



personalizzazione dell'offerta su dispositivi e interfacce, garantire la trasparenza della pubblicità statale per i fornitori di servizi di media e le piattaforme *online*, che gli Stati membri forniscano una valutazione dell'impatto delle principali concentrazioni del mercato dei media sul pluralismo e sull'indipendenza editoriale, nonché, infine, ad aumentare la trasparenza della misurazione dell'*audience* per i fornitori di servizi di media e gli inserzionisti.

**FIGURA 2**

Iniziative intraprese da UE



Altre importanti iniziative intraprese dall'Unione nello specifico settore sono le seguenti.

- Iniziativa contro le azioni legali strategiche contro la partecipazione pubblica (c.d. *SLAPP* o *strategic lawsuit against public participation*), emanata con la Direttiva 2024/1069, che ha l'obiettivo di proteggere le persone fisiche e giuridiche da procedimenti giudiziari abusivi e unicamente tesi a boicottare l'informazione e la partecipazione al dibattito su temi di interesse pubblico, nonché a garantire che le persone e le organizzazioni che lavorano su questioni di interesse pubblico, quali i diritti fondamentali, le accuse di corruzione, la protezione della democrazia o la lotta alla disinformazione, godano della protezione dell'Unione contro le cause legali strategiche tese a bloccare la partecipazione pubblica. La protezione comunitaria si applicherà a tutte le liti transfrontaliere, tranne quando sia il convenuto sia il ricorrente provengono dallo stesso Paese membro in cui si trova il Tribunale, ovvero quando il caso è rilevante solo per uno Stato membro.



- Il Codice di condotta e buone pratiche sulla disinformazione, approvato dal Consiglio europeo nel febbraio 2025, è un quadro pionieristico concordato da un'ampia gamma di portatori di interessi – piattaforme *online*, motori di ricerca, settore pubblicitario, *fact-checkers* e organizzazioni della società civile. Inizialmente, istituito nel 2018, è stato notevolmente rafforzato nel 2022 con l'obiettivo, ottenuto nel 2025, di essere riconosciuto come Codice di condotta ai sensi della legge sui servizi digitali.
- Meccanismo congiunto sulla resilienza elettorale: nelle conclusioni del Consiglio del 21 maggio 2024, è fornita una panoramica dei vari meccanismi a disposizione dell'Unione per contrastare le minacce ibride e le ingerenze straniere e proteggere processi democratici fondamentali, come le elezioni.
- Il già citato *EDMO*, nato nel 2022 e in continua fase di rafforzamento, è l'Osservatorio europeo dei media digitali ed è un progetto che sostiene la comunità indipendente che lavora per combattere la disinformazione; funge da polo di collaborazione tra verificatori di fatti, accademici e altri portatori di interessi pertinenti e li incoraggia a collegarsi attivamente con le organizzazioni dei media, gli esperti di alfabetizzazione digitale e a fornire sostegno ai responsabili politici.
- Il *Foreign Information Manipulation and Interference* (c.d. FIMI) *toolbox*, chiamato anche “Pacchetto europeo contro la disinformazione”, rappresenta un insieme di strumenti attivati dal SEAE nel contrasto delle attività manipolatorie, condotte intenzionalmente e in modo coordinato, da attori statali o non, che minacciano o impattano negativamente sui valori e sui processi politici europei. Dalla pubblicazione del primo *report*, a inizio 2023, emerge che «molteplici attori esterni hanno continuato, dal 2022, con i loro tentativi strategici, intenzionali e coordinati a manipolare i fatti, creare confusione, a seminare discordia, paura e rabbia. L'obiettivo di queste operazioni», si legge ancora, «è quello di minare la credibilità delle Istituzioni democratiche e incoraggiare divisioni e polarizzazioni nelle società europee». Tale “pacchetto” di misure mira ad aumentare la consapevolezza e la comprensione da parte del pubblico dell'operazione di disinformazione, svolta da alcune potenze straniere, in particolare la Federazione Russa, e ad aiutare i cittadini europei e non solo a sviluppare la resilienza alla manipolazione delle informazioni e alla disinformazione.
- Il Regolamento (UE) 2024/900, emanato nel corso del 2024 e nato nel 2022 come proposta di regolamento, stabilisce norme per la trasparenza e il *targeting* della pubblicità politica. L'obiettivo che si prefigge è quello di garantire un dibattito politico aperto ed equo, contrastando la manipolazione delle informazioni e le interferenze straniere sui processi politici democratici. Alcuni principi fondamentali del Regolamento sono



i seguenti: i cittadini devono poter riconoscere i messaggi di pubblicità politica, sapere chi li ha realizzati e se sono stati mirati a uno scopo, la pubblicità politica deve rispettare il diritto alla vita privata e tutelare la libertà di opinione e di parola, i dati personali possono essere utilizzati per il *targeting* algoritmico della pubblicità politica solo se l'interessato ha espresso il suo consenso, è vietato utilizzare alcune categorie di dati personali, come etnia, religione, orientamento sessuale così come sponsorizzare annunci provenienti dall'esterno del territorio unionale, prima delle elezioni.

- Il Sistema di allerta rapido (c.d. RAS), infine, avviato quasi quarant'anni fa e precisamente nel 1979, nel settore degli alimenti e dei mangimi per animali, è diventato, nell'epoca delle *fake news* uno strumento informativo *multitasking*, progettato per lo scambio rapido di informazioni tra le autorità nazionali su rischi per la salute legati non più soltanto ad alimenti e mangimi ma anche alle emergenze sanitarie, come quella del *Covid-19*. Il sistema in parola prevede che il Paese membro che individua un pericolo per la salute debba informare gli altri Paesi membri in merito all'emergenza in questione e alle misure preliminarmente adottate per far fronte al rischio. Tale rapido scambio di informazioni consente a tutti i membri del RAS di verificare in tempo reale se anch'essi siano interessati dal problema e se sia necessario intraprendere un'azione urgente. Alle autorità dei Paesi interessati spetta la responsabilità di adottare le necessarie misure urgenti, tra cui l'informazione diretta del pubblico, il ritiro di prodotti dal mercato e lo svolgimento di controlli amministrativi *in loco*.

Come osservato, conclusivamente, l'Unione Europea, a tutti i livelli e su più piani di azione, è estremamente impegnata nel contrasto al fenomeno delle *fake news* e della disinformazione in generale, che rientra tra i rischi strategici per l'Unione.

Lo spartiacque fondamentale sembra essere rappresentato dall'emanazione della DSA: prima di tale fondamentale regolamento, invero, mancavano regole comuni e condivise in materia di diffusione di contenuti illegali e di contrasto alla disinformazione, non vi erano regole sulla moderazione dei contenuti né alcuna supervisione o responsabilità pubblica sulle grandi piattaforme *online*, come *Meta*, *TikTok*, *X et al.* Dopo l'approvazione della DSA, finalmente, sono state introdotte regole sull'ordinaria diligenza delle piattaforme (c.d. *due diligence*), è stata prevista la protezione dei contenuti leciti da rimozioni indebite o moderazioni arbitrarie, direttamente gestite dalle piattaforme, è stata avviata un'attività di gestione del rischio per le *Very Large Online Platforms* e sono stati introdotti a carico di queste ultime obblighi di trasparenza, di responsabilità e un'adeguata cornice di supervisione pubblica.

Gli anni a venire saranno necessariamente densi di sfide sia per l'Unione sia per gli Stati membri, che dovranno affrontare il tema della completa attuazione



delle normative di matrice comunitaria, cercando, al contempo, di armonizzarle con quanto già presente nelle norme nazionali, come sopra osservato nel caso del nostro Paese.

## Tecniche individuali per difendersi dalle *fake news*

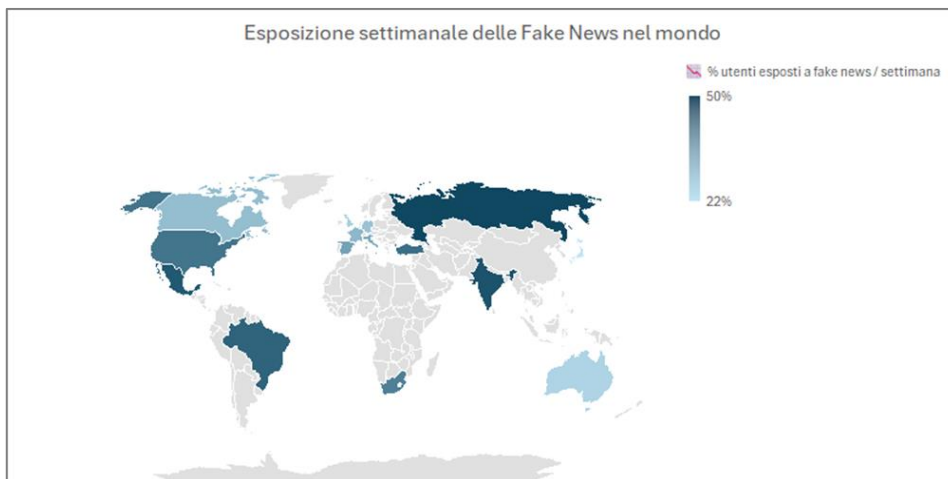
Le *fake news* rappresentano, come abbiamo osservato, la “contraffazione” delle notizie, dalla distorsione manipolativa dei fatti alla disinformazione totale, che viene creata ignorando completamente le norme editoriali, le regole, i processi adottati nei *media* per garantire la conformità e verificabilità, e che non può resistere a nessun controllo, anche superficiale, sulla conformità e la realtà, ma nonostante tutto ciò ha un potente effetto sulla coscienza di un gran numero di persone; difendersi dalle *fake news* diventa allora essenziale per il singolo individuo e richiede un approccio attivo e consapevole, ma, in pratica, per migliorare la qualità della nostra comprensione degli eventi, sono rinvenibili alcune “tecniche” individuali di grande utilità, che a breve analizzeremo<sup>59</sup>. La tabella seguente fornisce un quadro piuttosto significativo circa l’importanza di attuare le pratiche di difesa individuale che andremo ad analizzare in quanto dà la cifra dell’esposizione settimanale alle *fake news*, da parte di un utente medio, residente nei Paesi economicamente più sviluppati del pianeta, per cui vi siano dati disponibili: è significativo rilevare come un cittadino medio europeo abbia un’esposizione alle *fake news*, sul totale delle informazioni cui ha accesso settimanalmente, pari a circa il venticinque per cento di tale complesso informativo. La condizione non è buona, seppur sia decisamente più negativa per il consumatore di notizie medio indiano, messicano o russo, il quale, nel medesimo periodo di tempo, ha accesso a informazioni false, deviate o fuorvianti in un caso su due.

---

<sup>59</sup> Per ulteriori approfondimenti sul tema, A. Palmonari, N. Cavazza, M. Rubini, *Psicologia sociale*, Il Mulino, 2012.

**FIGURA 3**

**Esposizione settimanale alle Fake News nel mondo (Fonte: Digital News Report)**



In passato, il compito di assicurare una corretta informazione al pubblico indifferenziato spettava alle televisioni e alle importanti testate giornalistiche, le quali, monopolizzando il canale di diffusione di massa delle notizie, si prestavano come unica fonte autorevole per il pubblico stesso. Adesso l'accesso illimitato ad *internet* ha tramutato anche piccole realtà informative in potenziali diffusori di *news* su vasta scala. Ma chi accredita le fonti odierne? Come il lettore, l'ascoltatore nell'era della società dell'informazione fluida<sup>60</sup> può riconoscere e accantonare una *fake news*? Come può individuare un media accreditato e autorevole a scapito di un mero produttore di informazione contraffatta? La vera difesa contro le *fake news* inerte alla capacità delle società civili democratiche di dotarsi di un robusto *frame* di resilienza culturale<sup>61</sup>. Un fronte che interpellì la responsabilità di ciascun attore della catena dell'informazione, onde tutti, nella diversa posizione e ruolo, affermino il proprio "no" rispetto a ciò che ripugna all'intelligenza e alla coscienza dei più, e alla scienza accreditata. Tutti: chi fa, chi trasmette, chi riceve informazione, e chi ha il dovere di vigilarla — non solo autorità, anche scuola e famiglie. Questo, soprattutto questo, ci consentirà di resistere, "pensando con la propria testa", come raccomandava Kant<sup>62</sup>.

Il primo difensore del cittadino è, infatti, il cittadino consapevole, ben informato, capace di saper individuare un buon canale informativo ed essere razionale nella scelta delle fonti di riferimento.

Melissa Zimdars, professoressa di Comunicazione e Media al *Merrimack College* in *Massachusetts* (USA) con l'aiuto dei propri collaboratori ha compilato

<sup>60</sup> Per approfondimenti sulla società fluida, cfr. Z. Baumann, *Modernità liquida*, Laterza, 1999.

<sup>61</sup> G. Ghidini e D. Manca, *Fake news ed elezioni*, in *Corriere della Sera* del 17.05.2024.

<sup>62</sup> *Ibidem*.



una lista contenente i siti che regolarmente ingannano i lettori con notizie e/o titoli altisonanti ma falsi, organizzazioni di dubbia credibilità e anche siti che normalmente non scrivono notizie false ma a volte usano i già citati *clickbait* in modo discutibile per generare traffico e quindi attrarre pubblicità<sup>63</sup>.

Insieme alla “lista della vergogna”, la Zimdars offre anche numerosi consigli utili su come “smascherare le bufale” digitali:

- *Evitare estensioni strane.* Diffidare di siti che terminano con “lo”, come *Newslo*. Di solito, assemblano informazioni accurate con notizie false, a volte per fare satira. Anche i siti che hanno estensione “.com.co” sono sospetti. Di solito, sono la versione *fake* di siti di *news* legittimi.
- *Controllare altre fonti.* Se si leggono storie che sembrano incredibili o scioccanti, meglio controllare se altre fonti accreditate le riportano. È necessario ispezionare i siti dei giornali noti e se non vi è traccia del cosiddetto *scoop* bisogna cominciare a insospettirsi.
- *Chi scrive?* Effettuare sempre una verifica sul nome dell’autore dell’articolo. Ha firmato altri pezzi? Ha un profilo *Twitter* o *Facebook* o *LinkedIn*? Se non si reperisce nulla, è probabile che si tratti di uno pseudonimo e quindi, spesso, di un articolo non veritiero.
- *Fare gli spioni.* Se un sito vi insospettisce, andate a leggere la sezione “About us” o controllate se esiste su *Wikipedia* o se viene menzionato in altri contesti.
- *Attenzione ai blog.* Alcuni siti rispettati e autorevoli (come *Forbes* e *BuzzFeed*) permettono ai *blogger* di pubblicare commenti. Ma questi articoli non passano al setaccio del controllo editoriale; pertanto, potrebbero contenere falsità.
- *Siti amatoriali.* Se la grafica e il *layout* del sito non sembrano professionali e se i titoli sono “gridati” e scritti tutti in maiuscolo, bisogna diffidare.
- *La data è importante.* Controllare quando il fatto narrato è davvero accaduto, magari con una veloce ricerca *online*. A volte, vengono “spacciate” per nuove notizie vecchie, che, in un contesto diverso, assumono tutt’un altro significato.
- *Non fermarsi alle apparenze.* Spesso ci si sofferma solo al “titolo-bomba”, che si condivide immediatamente. Meglio però leggere tutto l’articolo. A volte ci si accorge che il testo non ha nulla a che fare con il titolo o che la storia è chiaramente falsa perché non esistono prove a sostenerla.
- *Immagini dubbie.* È facile scambiare una foto per un’altra. Basta sostenere che sia stata scattata in un determinato evento quando invece è

---

<sup>63</sup> M. Zimdars, *Fake News: Understanding Media and Misinformation in the Digital Age*, The MIT Press, 2020.



inerente a un contesto totalmente differente. Per verificare le immagini si possono utilizzare *Google* o altri siti come *TinEye*.

- La regola più importante. *Pensare prima di condividere*. Chi scrive “bufale” conta proprio sull’impulso degli utenti. Spesso i titoli causano rabbia e indignazione, sono studiati per questo, per fare leva sulle emozioni di chi legge. È importante non cadere nel gioco dei produttori di bufale.

Parimenti il noto sito di *fact-checking FactCheck.org*<sup>64</sup> invita i propri lettori a sviluppare la loro capacità di verifica dell’attendibilità della notizia attraverso delle semplici regole:

- *Considerare la fonte*: esaminare il sito per assicurarsi che sia legittimo e controllare la sua *mission* e le sue informazioni di contatto per capire se si tratta di notizie, satira o opinioni;
- *Leggere oltre il titolo*;
- *Controllare l’autore*;
- *Qual è il supporto alle fonti?*;
- *Controllare l’esattezza della data riportata*;
- *Distinguere l’informazione dalla satira*;
- *Controllare i pregiudizi*, in particolare i c.d. *bias* di conferma; le persone, infatti, sono più propense ad accettare le informazioni che confermano le loro convinzioni e tendono a respingere le informazioni che non lo fanno. Purtroppo, il risultato di tutta questa disinformazione non è semplicemente ignoranza ma può anche provocare conseguenze spiacevoli e gravi<sup>65</sup>;
- *Consultare gli esperti*: chiedere, in caso permangano dubbi, agli esperti del settore per la verifica di eventuali *fake news*.

## Riacquisto e sviluppo del pensiero critico individuale come sistema di difesa universale ed efficace

*In primis*, volendo riassumere quanto sopra menzionato, è necessario sviluppare il pensiero critico e lo scetticismo informato, non accettare acriticamente l’informazione, soprattutto se sorprendente o carica di grandi implicazioni emotive; poi, è bene cercare di riconoscere e tener presente i principali *bias* cognitivi, emersi con forza dagli studi di psicologia clinica e

<sup>64</sup> E. Kiely, L. Robertson, *How to spot Fake News on FactCheck.org*, 18.11.2016.

<sup>65</sup> Cfr. D. Kahnemann, *Pensieri lenti e veloci*, Mondadori, 2011.



comportamentale nel corso del ventesimo secolo. In effetti, alcuni importanti studiosi, tra cui Daniel Kahnemann, Richard Thaler e Amos Tversky *et al.* hanno individuato come tutti gli uomini siano tendenzialmente soggetti a pregiudizi che possono influenzare grandemente la nostra percezione della realtà, come ad esempio, il *confirmation bias* (la tendenza a cercare e interpretare informazioni che confermano le nostre credenze preesistenti), l'*halo effect* o effetto alone (la generalizzazione positiva o negativa di un'impressione su un determinato oggetto, che va a inficiare la nostra percezione complessiva), l'*hindsight bias* o *bias* del senno del poi, che consiste nell'errore del giudizio retrospettivo, o, infine, il *bias* di *Baader-Meinhof*, un pregiudizio cognitivo secondo cui, dopo aver notato qualcosa per la prima volta, si tende a notarla più spesso, portando a credere che ciò abbia un'elevata frequenza. Un ultimo elemento utile ai fini dello sviluppo del pensiero ragionato è quello di coltivare sempre una sana curiosità e volontà di approfondire autonomamente<sup>66</sup>.

In seconda battuta, è necessario analizzare con un certo rigore le fonti, al fine di valutarne la credibilità, verificarne la trasparenza, esaminarne, se rinvenuta in rete, il dominio *web* e l'*URL*, che possono essere ingannevoli. Bisogna porre attenzione agli errori grammaticali o sintattici nel nome del dominio e considerare, infine, con una certa attenzione la data di pubblicazione, perché, come osservato, informazioni datate, infatti, potrebbero essere state decontestualizzate o superate da nuovi sviluppi<sup>67</sup>.

È, poi, importante esaminare con attenzione il contenuto delle notizie, cercando di riconoscere l'utilizzo artato di linguaggi particolarmente sensazionalistici o emotivi come titoli in maiuscolo, uso eccessivo di punti esclamativi, appelli diretti alle emozioni – paura, rabbia, indignazione – sono spesso tattiche per attirare l'attenzione e manipolare l'opinione pubblica (un linguaggio sobrio e neutrale è generalmente un indicatore di maggiore affidabilità), identificare errori fattuali o incongruenze (prestare attenzione a eventuali contraddizioni all'interno del testo, dati errati o affermazioni non supportate da prove), valutare la qualità della scrittura (errori grammaticali, sintassi incerta e impaginazione confusa possono indicare scarsa professionalità e, potenzialmente, scarsa accuratezza delle informazioni), analizzare immagini e video (che possono essere, invero, facilmente manipolate o decontestualizzate), adottare un c.d. approccio di verifica multipla, consultando fonti differenziate e utilizzando siti di *fact-checking*.

È, infine, importante rammentare sempre la responsabilità individuale nella condivisione delle informazioni, come buona prassi, indipendentemente dagli eventuali e piuttosto remoti profili penalistici sopra rilevati. È Buona norma non condividere se non si è certi (in caso di dubbio sulla veridicità di un'informazione, la scelta più responsabile è di non condividerla. La diffusione involontaria di *fake news* contribuisce sicuramente al problema), segnalare tutti i potenziali contenuti sospetti e cercare di educare le persone a noi vicine, condividendo le conoscenze

---

<sup>66</sup> Cfr. D. Goleman, *Intelligenza emotiva*, Rizzoli, 2011.

<sup>67</sup> Cfr. J. Burkhardt, *Combating Fake News in the Digital Age*, in American Library Association, 2018.



e buone pratiche con amici e familiari e, soprattutto, con le persone più vulnerabili alla disinformazione.

Anche gli utenti più abili possono imbattersi nelle *fake news*. Internet ha rivoluzionato le nostre vite, sia in termini di lavoro, sia di ricerca di informazioni, intrattenimento, vita sociale e acquisti commerciali. Il mondo *online* ha reso molte cose più semplici e, contestualmente, ha aperto la strada ad opportunità inimmaginabili. Allo stesso tempo, però, ha posto gli individui e le aziende alle prese con nuove e grandi sfide.

Molto probabilmente, in futuro, ci vorrà una combinazione di strumenti cognitivi intelligenti, educazione all'alfabetizzazione mediatica e un quadro normativo che limiti la rilevanza degli interessi "in ballo", al fine di rendere il mondo di *internet* e dell'*online* un luogo più sicuro; come abbiamo osservato sopra, le Istituzioni sovranazionali, tra cui l'Unione Europea, sono impegnate in prima linea in questo ambito così come gli attori nazionali le cui Agenzie d'*intelligence*, in particolare, sono già attive sul tema da diversi anni.

## Analisi di contesto e pertinenti spunti di riflessione

Il panorama informativo attuale è caratterizzato da una iper-abbondanza di contenuti, amplificata dalla velocità e dalla pervasività dei *social media*. Questo contesto "fertile" facilita la rapida diffusione di *fake news*, spesso create con intenti di disinformazione, manipolazione politica o profitto economico<sup>68</sup>. La sfiducia crescente verso le fonti di informazione tradizionali rende il pubblico più vulnerabile a narrazioni alternative, anche se infondate. Le *fake news* erodono la fiducia nel dibattito pubblico, polarizzano l'opinione e possono avere conseguenze reali e dannose a livello sociale e individuale<sup>69</sup>.

Adesso, sulla base di alcuni significativi spunti di riflessione, proveremo a fornire alcune risposte:

*Come bilanciare la libertà di espressione con la necessità di contrastare la disinformazione?*

Il panorama digitale è in continua evoluzione e porta con sé le nuove sfide legate al contrasto della disinformazione e alla regolamentazione dei contenuti *online*. Il futuro del *fact-checking*, che è la principale arma di cui il singolo può

---

<sup>68</sup> L. Nota, *La passione per la verità: come contrastare fake news e manipolazioni e costruire un sapere inclusivo*, Franco Angeli, 2019.

<sup>69</sup> S. Moscovici, *Le rappresentazioni sociali*, Il Mulino, 2005.



disporre per contrastare le *fake news*, dipenderà dalla capacità di adattare strumenti e strategie a un ecosistema sempre più complesso, in cui l'intelligenza artificiale giocherà un ruolo chiave nell'identificazione e nel contrasto delle *fake news*.

Tuttavia, l'uso di queste tecnologie solleva interrogativi cruciali sulla trasparenza, sull'affidabilità degli algoritmi e sul rischio di *bias*, evidenziando la necessità di una regolamentazione equilibrata e in continua evoluzione da parte del legislatore, a tutti i livelli.

L'ormai ben noto *Digital Services Act* (c.d. *DSA*) rappresenta un passo fondamentale in questa direzione, fornendo una base normativa solida per affrontare le sfide della disinformazione, ma la sua reale efficacia dipenderà dalla capacità dell'Unione Europea di monitorarne l'applicazione e di aggiornare costantemente le misure adottate. La collaborazione tra governi, piattaforme digitali e organizzazioni indipendenti sarà determinante per garantire l'imparzialità e la trasparenza nei processi di verifica, evitando che il *fact-checking* si trasformi in uno strumento di controllo arbitrario piuttosto che di tutela dell'informazione.

Il dibattito sulla moderazione dei contenuti *online* continua a confrontarsi con la sfida di bilanciare la libertà di espressione con la necessità di contrastare la disinformazione e i contenuti dannosi. Le piattaforme digitali devono adottare politiche di moderazione chiare, trasparenti e applicate in modo equo, evitando sia la censura eccessiva sia la permissività che favorisce la diffusione di contenuti falsi o dannosi.

Uno strumento importante in questa direzione è il diritto di ricorso, introdotto dal *DSA*, che consente agli utenti di contestare le decisioni prese dalle piattaforme in merito alla rimozione dei contenuti o alla limitazione dell'accesso. Tuttavia, la regolamentazione da sola non basta: è fondamentale investire in educazione digitale, affinché gli utenti acquisiscano competenze critiche per valutare l'affidabilità delle informazioni in modo autonomo e responsabile. La consapevolezza del pubblico è uno dei fattori più efficaci nel ridurre l'impatto della disinformazione. In un ambiente digitale sempre più dinamico e frammentato, la consapevolezza degli utenti diventa un elemento essenziale per la costruzione di un ecosistema informativo sostenibile. Individui informati e dotati di strumenti per il *fact-checking* autonomo sono meno vulnerabili alle *fake news* e più inclini a contribuire a un dibattito pubblico basato sui fatti.

Per rafforzare questo processo, è necessario che l'educazione digitale venga integrata nei sistemi scolastici a tutti i livelli e sostenuta da campagne di sensibilizzazione a livello istituzionale. Inoltre, l'adozione di strumenti tecnologici che permettano agli utenti di verificare le informazioni in modo semplice e accessibile può rappresentare un passo decisivo per aumentare la fiducia nell'informazione *online* e ridurre la diffusione di contenuti falsi o manipolati.



In sintesi, il futuro della regolamentazione digitale non può prescindere da un approccio integrato che combini innovazione tecnologica, normative flessibili e il coinvolgimento attivo degli utenti. Solo attraverso un equilibrio tra responsabilità, trasparenza e consapevolezza sarà possibile costruire un ambiente informativo più sicuro, resiliente e democratico.

*Qual è il ruolo delle piattaforme online nella moderazione dei contenuti?*

La recente pandemia da Covid-19 e il conseguente massiccio incremento nell'utilizzo di Internet, tra gli altri fattori, hanno comportato un significativo rinvigorirsi del dibattito relativo alla moderazione dei contenuti in rete. Emblematica, in tal senso, è stata la polemica relativa al ruolo svolto dall'allora ex presidente degli Stati Uniti, Donald Trump, nell'assalto a *Capitol Hill* dell'8 gennaio 2021; tale accusa ha comportato per lo stesso Trump la sospensione/*ban* da tutti i principali *social network*<sup>70</sup>. Tale evento ha posto in evidenza la necessità e l'urgenza di porre al centro della discussione pubblica e accademica la questione di come garantire, da un lato, la creazione di uno spazio digitale scevro dai contenuti potenzialmente dannosi e, dall'altro lato, la tutela dei diritti e delle libertà fondamentali, quale quella di espressione, sulla rete Internet.

Particolare preoccupazione ha suscitato la diffusione in rete di talune forme di discorsi d'odio, anche detto *hate speech*, tanto che, nel maggio 2020, il Segretario Generale delle Nazioni Unite António Guterres ha promosso un appello, su scala mondiale, volto a contrastare quello che ha autodefinito il "virus dell'odio". Nel suo intervento, il Segretario Generale ha menzionato esplicitamente i *social media*, da lui ammoniti a osservare maggior impegno nell'individuazione e puntuale rimozione di contenuti "razzisti, misogini o comunque dannosi"<sup>71</sup>.

Il tema della moderazione dei contenuti è collegato a doppio filo con quello dell'*hate speech* digitale e offre numerosi spunti di riflessione che ora approfondiremo.

L'espressione "*hate speech*" si affermò negli Stati Uniti sin dagli anni '80 del secolo scorso<sup>72</sup> (ben prima dei *social* e dell'emersione del tema delle *fake news*), grazie soprattutto al lavoro di ricerca portato avanti da esponenti della *critical race theory* quali Mari J. Matsuda e Richard Delgado<sup>73</sup>. Nei decenni seguenti, l'espressione raggiunse gli altri continenti e iniziò gradualmente ad estendersi

---

<sup>70</sup> Appena pochi mesi dopo, *Facebook* ha deciso di sospendere, altresì, l'*account* di un altro Capo di Stato, Nicolás Maduro, per aver violato le *policy* della piattaforma in materia di misinformazione. Si veda B. Ellsworth, *Exclusive: Facebook freezes Venezuela president Maduro's page over COVID-19 misinformation*, in *Reuters.com*, 27.03.2021.

<sup>71</sup> Così A. Guterres, *Appeal to Address and Counter COVID-19 Hate Speech*, in *un.org*, 08.05.2020: «I call on the media, especially social media companies, to do much more to flag and, in line with international human rights law, remove racist, misogynist and other harmful content».

<sup>72</sup> S. Walker, *Hate Speech. The History of an American Controversy*, Lincoln, 1994.

<sup>73</sup> Si veda, in particolare, M.J. Matsuda et al., *Words That Wound. Critical Race Theory, Assaultive Speech, and the First Amendment*, Boulder, 1993.



anche in Europa. Alla fine degli anni Novanta, in particolare, essa entrò nel vocabolario corrente del Consiglio d'Europa attraverso la Raccomandazione del Comitato dei Ministri n. CM/Rec (97)20<sup>74</sup>. Venne in seguito adottata per la prima volta dalla Corte Europea dei Diritti dell'Uomo in quattro sentenze pronunciate l'8 luglio 1999 e concernenti le tese relazioni intercorrenti tra il governo turco e il Partito dei Lavoratori del Kurdistan<sup>75</sup>. In Italia, i “discorsi d'odio” o “linguaggi dell'odio” fecero il proprio ingresso nel dibattito pubblico a partire dalla seconda metà degli anni 2000<sup>76</sup>.

Nonostante tale tema sia stato oggetto di notevole riflessione, sia nel dibattito pubblico sia in quello dottrinale e accademico, tuttavia, l'esatto perimetro semantico del termine “*hate speech*” appare ancora oggi piuttosto fumoso. Alexander Brown ha sottolineato come la formula assuma, anche nel discorso giuridico, contenuti e tratti tutto fuorché univoci: in realtà, essa ricomprende un'ampia famiglia di significati peculiari e variabili<sup>77</sup>.

Un'opera di sistematizzazione e di chiarificazione terminologica parrebbe quanto mai opportuna a fronte delle crescenti spinte nazionali<sup>78</sup> ed euro-unitarie<sup>79</sup> a una maggiore regolamentazione delle *fake news* che veicolano l'odio in rete.

Nel tentativo di attuare una maggiore responsabilizzazione delle piattaforme online nel contrasto all'*hate speech*, è necessario determinarne in via preliminare le varie forme espressive in esso ricomprese, così da garantire un'attività di moderazione dei contenuti non mirata ed oltremodo repressiva. Occorre, poi, delineare meglio quali siano le relazioni tra i discorsi d'odio *stricto sensu* e i fenomeni ad esso connessi ma distinti quali, per esempio, l'istigazione al terrorismo di matrice islamica<sup>80</sup>.

Ai fini di una più capillare analisi circa i termini giuridici del problema, un buon punto di partenza potrebbe essere fornito dalla definizione proposta dalla Commissione Europea contro il Razzismo e l'Intolleranza (c.d. *ECRI*) nella sua Raccomandazione “*General Policy on Combating Hate Speech*”<sup>81</sup>.

<sup>74</sup> La Raccomandazione CM/Rec(97)20 definisce nei seguenti termini l'*hate speech*: «The term “hate speech” shall be understood as covering all forms of expression which spread, incite, promote or justify racial hatred, xenophobia, anti-Semitism or other forms of hatred based on intolerance, including: intolerance expressed by aggressive nationalism and ethnocentrism, discrimination and hostility against minorities, migrants and people of immigrant origin».

<sup>75</sup> CEDU, *Erdoğan and İnce v. Turkey*, ric. 25067/94 e 25068/94 (1999); CEDU, *Sürek v. Turkey (No. 1)*, ric. 26682/95 (1999); CEDU, *Sürek v. Turkey (No. 4)*, ric. 24762/94 (1999); CEDU, *Sürek and Özdemir v. Turkey*, ric. 23927/94 e 24277/94 (1999).

<sup>76</sup> F. Faloppa, #Odio. Manuale di resistenza alla violenza delle parole, UTET, Milano, 2020.

<sup>77</sup> A. Brown, What is Hate Speech? Part 2: Family Resemblances, in *Law and Philosophy*, 2017.

<sup>78</sup> Si pensi, a titolo di esempio, al celebre e fortemente discusso testo del NetzDG. In Italia, l'on. Laura Boldrini ha, in anni recenti, presentato un disegno di legge sul contrasto all'*hate speech online*: cfr. A. Piemontese, *C'è una nuova proposta di legge in Italia per combattere l'odio online*, in *wired.it*, 06.04.2021.

<sup>79</sup> Si veda, in tal senso, lo *European Democracy Action Plan* (c.d. *EDAP*) presentato dalla Commissione Europea a dicembre 2020.

<sup>80</sup> S. Steinert, Corona and value change. The role of social media and emotional contagion. *Ethics and Information Technology*, in *Journal of Psychology*, 2020.

<sup>81</sup> ECRI, *General Policy Recommendation No. 15 on Hate Speech*, CRI (2016)15, in *coe.int*, 8 dicembre 2015. “Hate speech for the purpose of the Recommendation entails the use of one or more particular forms of expression – namely, the advocacy, promotion or incitement of the denigration,



Fissati i confini della nozione di *hate speech* e delineate le categorie di espressione allo stesso ascrivibili, il secondo problema che richiede una riflessione sul piano accademico e politico è quello relativo alle ragioni volte all'*empowerment* di una disciplina volta a favorire la moderazione dei contenuti e al contrasto dei discorsi d'odio.

La questione è piuttosto datata ed è stata al centro di un acceso dibattito a partire dalla seconda metà del secolo scorso. Essa, come noto, ha visto due approcci tra loro contrapposti. Vi è da un lato il modello "statunitense", fedele all'interpretazione che il giudice Oliver W. Holmes diede del Primo Emendamento nel 1919<sup>82</sup> e che qualifica il *free speech* come un diritto assoluto non comprimibile attraverso forme di regolazione *content-based*<sup>83</sup>. Dall'altro lato, il modello "europeo" che considera la libertà di espressione onerata da "doveri e responsabilità" e, pertanto, potenzialmente soggetta a formalità, condizioni, restrizioni o sanzioni (art. 10, par. 2, CEDU): in particolare, a fronte della risalente e ben nota metafora americana che identifica nel dibattito pubblico un *marketplace of ideas*, le giurisdizioni europee e la giurisprudenza della Corte EDU si sono dimostrate aperte alla scelta di sanzionare anche penalmente le fattispecie di *hate speech*, percepite quali lesive dei diritti e della dignità dei gruppi colpiti<sup>84</sup>, in linea anche con quanto osservato in precedenza con riferimento alla normativa nazionale.

Nonostante l'estesa letteratura sul tema, il dibattito è ancora piuttosto lontano dall'esser esaurito. Al contrario, è oggi rinnovato dalla necessità di un confronto con le nuove forme della comunicazione e dell'informazione digitali. Nel contesto attuale, l'informazione si muove, per lo più, attraverso *Internet* ed è sempre più appannaggio dei *social network* ovvero dei motori di ricerca, i quali, peraltro, tendono a proporre, suggerire e restituire agli utenti contenuti sovente faziosi e si confermano sempre più come snodi cruciali della vita sociale contemporanea, luoghi in cui si cercano notizie, si costruiscono identità e si elaborano visioni del mondo. Come posto in luce in maniera brillante da Cass R. Sunstein, *Internet* tende a restituire un'informazione incentrata sul "*Daily Me*" e, rispetto alle tradizionali forme dei *mass media*, riduce la possibilità di incontro e scontro tra punti di vista differenti<sup>85</sup>.

---

hatred or vilification of a person or group of persons, as well any harassment, insult, negative stereotyping, stigmatization or threat of such person or persons and any justification of all these forms of expression – that is based on a non-exhaustive list of personal characteristics or status that includes "race", colour, language, religion or belief, nationality or national or ethnic origin, as well as descent, age, disability, sex, gender, gender identity and sexual orientation".

<sup>82</sup> *Abrams v. United States*, 250 US 616 (1919).

<sup>83</sup> Si veda, sul punto, J. Weinstein, *An Overview of American Free Speech Doctrine and its Application to Extreme Speech*, in I. Hare – J. Weinstein (a cura di), *Extreme Speech and Democracy*, Oxford, 2009.

<sup>84</sup> Un'interessante riflessione sul modello europeo è quella proposta da J. Waldron, *The Harm in Hate Speech*, Cambridge, 2012.

<sup>85</sup> C.R. Sunstein, *#Republic. Divided Democracy in the Age of Social Media*, Princeton Press, 2017.



In tal modo, la rete alimenta la polarizzazione del dibattito e l'estremizzazione delle ideologie<sup>86</sup>, le già richiamate *echo chambers*. Non solo: gli studi di Safiya U. Noble hanno altresì illustrato come il *ranking* dei risultati proposti dai principali motori di ricerca, *Google in primis*, tenda a rispecchiare e confermare le tradizionali gerarchie etnico-razziali e sessuali, nonché a confermare stereotipi e modelli di oppressione delle minoranze<sup>87</sup>. A fronte di tali rilievi, la metafora del *free speech* quale libero mercato delle idee, all'interno del quale è destinato a sopravvivere e permanere il pensiero "migliore", acquista nuove e inedite prospettive<sup>88</sup>.

È necessario, inoltre, puntualizzare un ulteriore aspetto: l'*hate speech* nei tempi dei *social media* e dell'informazione digitale si fonda in misura sempre più ampia sulla capillare diffusione delle *fake news*. Il poliedrico fenomeno delle "bufale" in *Internet* è entrato a tutti gli effetti, come abbiamo osservato, nel dibattito politico-accademico soprattutto a seguito dell'utilizzo, in anni recenti, degli strumenti propri della misinformazione e della disinformazione per interferire, mediante ingerenza, nei processi di partecipazione alla vita democratica<sup>89</sup>.

Le *fake news*, d'altra parte, possono fungere da catalizzatore per la diffusione di stereotipi e accuse false a danno di taluni gruppi della popolazione, con conseguenze in potenza nefaste. Ad esempio, il 17 giugno 2015, a Charleston, un ragazzo di ventuno anni di nome Dylan "Storm" Roof sparò nel corso di una celebrazione religiosa presso la locale chiesa Africana Metodista Episcopale, cagionando il decesso di nove persone. In seguito, all'attentatore venne ricondotto uno scritto nel quale affermava di aver ricercato su *Google* la query "*black on white crime*". In cima alla lista delle ricerche, l'assassino aveva trovato la pagina del *Council of Conservative Citizens* (c.d. CCC), ovverosia di un gruppo di suprematisti bianchi estremamente aggressivo e attivo sul *web* il quale forniva dati parziali, non accurati e faziosi sul quantitativo di reati posti in essere dagli afro-americani ai danni dei bianchi.

L'aver preso coscienza di tali dati, del tutto erronei, ha contribuito in maniera determinante, secondo quanto emerge dal manifesto, alla radicalizzazione del pensiero del *killer*, conducendolo infine a commettere il massacro di Charleston<sup>90</sup>. Più recentemente, lo scoppio dell'epidemia da Covid-19, nel 2020, oltre ad aver cagionato un'ondata sinofobica su scala mondiale, ha altresì cagionato la diffusione, in India e nel Regno Unito, di vere e proprie "bufale" che, accusando le comunità islamiche di aver diffuso il virus, hanno portato al verificarsi di svariati episodi di islamofobia nei due Paesi<sup>91</sup>.

---

<sup>86</sup> Ibidem.

<sup>87</sup> S.U. Noble, *Algorithms of Oppression. How Search Engines Reinforce Racism*, New York, 2018.

<sup>88</sup> Si veda, sul punto, O. Pollicino, *Fake News, Internet and Metaphors (to Be Handled Carefully)*, in *Italian Journal of Public Law*, 9, 2017.

<sup>89</sup> Si veda, inter alia, O. Pollicino – E. Bietti, *Truth and Deception across the Atlantic: A Roadmap of Disinformation in the US and Europe*, in *Italian Journal of Public Law*.

<sup>90</sup> S.U. Noble, *Algorithms of Oppression*, cit.

<sup>91</sup> S. Banaji – R. Bhat, *Disinformation against Indian Muslims during the COVID-19 pandemic*, in *blogs.lse.ac.uk*, 24.10.2020; I. Awan – R. Khan-Williams, *Research Briefing Report 2020: Coronavirus, Fear and How Islamophobia Spreads on Social Media*, in *tandis.odhr.pl*, aprile 2020.



Le istituzioni nazionali e comunitarie hanno affrontato le nuove sfide reagendo con sempre maggior fermezza al tema della responsabilità delle piattaforme *online* nella diffusione di contenuti illeciti. Con riferimento all'*hate speech*, il primo tentativo dell'Unione Europea di includere in maniera attiva alcune delle principali aziende tecnologiche nella lotta al fenomeno risale al 2016 ed è stato attuato mediante la stipula su base strettamente volontaria del già richiamato Codice di Condotta, il quale rappresenta a tutti gli effetti un modello di *self-regulation*. Sottoscritto inizialmente da *Facebook*, *Microsoft*, *X* e *YouTube*, tale Codice è stato successivamente fatto oggetto di adesione da parte di *Instagram*, *Snapchat* e *Dailymotion* nel 2018, nonché di *Jeuxvideo.com* nel 2019 e di *TikTok* nel settembre 2020<sup>92</sup>. Diverso è l'approccio accolto dalla normativa tedesca nota come *NetzDG* o *Network Enforcement Act*; il testo di legge prevede, in capo ai *social network* aventi tra i propri iscritti almeno due milioni di utenti residenti nel Paese, l'obbligo di auto-dotarsi di un incisivo sistema di *notice and take down* dei contenuti illeciti (ivi incluse le fattispecie riconducibili all'*hate speech*), nonché una serie di obblighi di trasparenza e di moderazione dei contenuti<sup>93</sup>.

Più di recente, una riforma orizzontale della disciplina europea in materia di responsabilità delle piattaforme per la diffusione di contenuti illeciti è stata avanzata dalla Commissione Europea con la presentazione del già richiamato *Digital Services Act*.

La crescente responsabilizzazione degli intermediari digitali, osserva il costituzionalista statunitense Jack Balkin, discende direttamente dalla nuova sistematica del *free speech* nella società contemporanea. Se, tradizionalmente, la dialettica relativa alla regolazione della parola era diadica e vedeva il contrapporsi dell'individuo allo Stato, oggi essa assume la differente struttura di un triangolo al cui terzo vertice si inseriscono le aziende digitali<sup>94</sup>. Tale sviluppo ha determinato a sua volta un salto di paradigma sul piano giuridico-legale, con l'elaborazione di forme di "*new-school speech regulation*" fondate sulla regolazione dell'azione degli intermediari digitali.

La sostanziale delega di poteri tradizionalmente attribuiti allo Stato pone, tuttavia, non poche perplessità. Con riferimento al contrasto dell'*hate speech* e alla moderazione dei contenuti, in particolare, molti interrogativi sono determinati dal ricorso sempre maggiore agli algoritmi anche in fase di pre-moderazione, ovvero sia al fine di effettuare una prima classificazione automatica tra contenuti dannosi, non dannosi oppure dubbi<sup>95</sup>. In effetti, il ricorso all'Intelligenza Artificiale e al *machine*

---

<sup>92</sup> Si veda, in merito, il già citato *The EU Code of Conduct on countering illegal hate speech online. The robust response provided by the European Union*, in [ec.europa.eu](http://ec.europa.eu).

<sup>93</sup> Per un commento sul testo del *NetzDG* si veda, inter alia, V. Claussen, *Fighting hate speech and fake news. The Network Enforcement Act (NetzDG) in Germany in the context of European legislation*, in *Medialaws*, 2018.

<sup>94</sup> J. Balkin, *Old-School/New-School Speech Regulation*, in *Harvard Law Review*, 127-8, 2014.

<sup>95</sup> Cambridge Consultants, *Use of AI in Online Content Moderation*, in [cambridgeconsultants.com](http://cambridgeconsultants.com), 18.07.2019. Nell'ultimo trimestre del 2017, sulla totalità dei contenuti d'odio rimossi da *Facebook*, solo il 23,6% era stato individuato proattivamente tramite sistemi di intelligenza artificiale; nell'ultimo trimestre del 2020, la percentuale era incrementata al 97,1%. *Instagram* ha visto, tra l'ultimo trimestre



*learning* è oggi non solo imprescindibile, data l'enorme quantità di contenuti caricati *online* ogni giorno, ma può anche mitigare le c.d. esternalità negative. Attraverso tale strumento è infatti possibile, per esempio, limitare l'eccessiva esposizione dei moderatori umani a contenuti particolarmente scioccanti che possono, a lungo andare, comprometterne il benessere psico-fisico<sup>96</sup>.

Ciononostante, la rilevazione automatica di contenuti non è priva di limiti: gli addetti ai lavori hanno rilevato, infatti, che i *software* allo stato disponibili presentano un ineludibile e significativo margine di errore. Vi sono, in particolare, due tipologie di errori: falsi negativi e falsi positivi<sup>97</sup>. Il rapporto tra le due fattispecie è, inoltre, inversamente proporzionale, cosicché la scelta si articola tra modelli algoritmici più stringenti (e quindi atti a determinare un più elevato numero di falsi positivi) e modelli più "blandi" (e quindi più soggetti al rischio di falsi negativi)<sup>98</sup>. Nella prima direzione sembrano essersi poste le maggiori piattaforme digitali, le quali, negli ultimi anni, hanno adottato politiche più severe nei confronti dei contenuti d'odio e fuorvianti: una tendenza che, tra l'altro, sembra essere notevolmente accresciuta a seguito dello scoppio dell'epidemia da Covid-19. Analizzando il numero di fattispecie di *hate speech* sanzionate da *Facebook*, si nota un importante incremento negli ultimi trimestri degli anni dal 2017 al 2020: oltre un milione e mezzo nel 2017; tre milioni e mezzo nel 2018; cinque milioni e mezzo nel 2019; 27 milioni nel 2020. Per quanto concerne *Instagram*, il numero è cresciuto da circa 650 mila casi (nell'ultimo trimestre del 2019) a circa 7 milioni (nell'ultimo trimestre del 2020)<sup>99</sup>. Lo spiccato incremento nel numero di contenuti categorizzati quali episodi di *hate speech* dagli algoritmi sperimentati dalle piattaforme contiene l'inevitabile rischio di un incremento dei falsi positivi e, pertanto, di un concreto *vulnus* alla libertà di espressione degli individui e al pluralismo informativo.

Tale rischio è, del resto, particolarmente significativo ove si consideri il ruolo, svolto dall'analisi del contesto e dell'identità del singolo *user*, ai fini dell'inquadramento di un contenuto quale ordinario ovvero d'odio<sup>100</sup>. In un recente studio, Oliva *et al.* hanno utilizzato l'algoritmo c.d. *Perspective*<sup>101</sup> per confrontare i risultati ottenuti dall'Intelligenza Artificiale nell'analizzare i *tweet* di noti suprematisti bianchi americani e di alcune c.d. *drag queen*. Lo studio ha

---

del 2019 e l'ultimo trimestre del 2020, un incremento dal 44,9% al 95,1% (*Facebook, Community Standards Enforcement Report*, in [transparency.facebook.com](https://transparency.facebook.com), 2021).

<sup>96</sup> Cfr. S. Quintarelli, Content moderation: i rimedi tecnici, in G. Pitruzzella – O. Pollicino – S. Quintarelli, *Parole e potere. Libertà d'espressione, hate speech e fake news*, Milano, EGEA, 2017; Cambridge Consultants, *Use of AI in Online Content Moderation*, cit., 61.

<sup>97</sup> Nel primo caso, una fattispecie di *hate speech* non è riconosciuta come tale; nel secondo caso, un contenuto è erroneamente riconosciuto come tale.

<sup>98</sup> Cambridge Consultants, *Use of AI in Online Content Moderation*, cit.; G. Sartor – A. Loreggia, *The impact of algorithms for online content filtering moderation: "Upload filters"*, in [europarl.europa.eu](https://europarl.europa.eu), 15.09.2020

<sup>99</sup> Facebook, *Community Standards Enforcement Report*, cit.

<sup>100</sup> Cfr., inter alia, M. Castellaneta, *Discriminazione razziale e propaganda, obblighi di valutazione del contesto e critica politica tra diritto interno e diritto internazionale*, in *Medialaws*, 3, 2020.

<sup>101</sup> *Perspective*, sviluppato da *Jigsaw* (precedentemente *Google Ideas*), è finalizzato a determinare il grado di "tossicità" dei contenuti postati in rete.



rilevato come i *tweet* di tali ultime risultassero più “tossici” di quelli dei suprematisti bianchi in ragione dell’utilizzo degli *slang* dialettali tipici della comunità *LGBTQ*. Mancando un’attenta ricostruzione del contesto, nonché dell’identità dell’*user* che aveva pubblicato i contenuti analizzati, messaggi anche fortemente aperti, pacifici e inclusivi venivano riconosciuti come del tutto negativi per la semplice presenza di vocaboli quali “gay”, “tranny” e “fag”<sup>102</sup>.

La diffusione dei discorsi d’odio, veicolati tramite le *fake news*, ha sviluppato, quindi, con l’avvento della rete *Internet* e dei *social network* una dimensione del tutto inedita. Le forme che il fenomeno ha assunto ne rendono problematiche sia le conseguenze<sup>103</sup> sia la regolamentazione da parte delle Istituzioni pubbliche. In tale ottica, le grandi piattaforme sociali e gli intermediari digitali, nella loro sempre più rilevante funzione di *gatekeeper* dell’informazione<sup>104</sup>, hanno acquistato un ruolo centrale nella gestione del fenomeno. L’intervento di attori del tutto privati risulta essere, pertanto, al giorno d’oggi, imprescindibile; tuttavia, il passaggio, tra le loro prerogative, di funzioni tradizionalmente pubblicitiche non smette di sollevare polemiche e preoccupazioni, anche considerata l’attuale assenza di un limite, posto dal diritto costituzionale, atto a tutelare gli individui da eccessive intrusioni nella loro sfera privata di dignità e libertà personale.

Se, come rilevato dallo studioso Luciano Floridi, l’esperienza umana si sostanzia, al giorno d’oggi, nel c.d. *onlife*<sup>105</sup>, sembra del tutto legittimo e, anzi, doveroso interrogarsi circa la trasferibilità di tali diritti fondamentali nello spazio digitale e, di conseguenza, in un’ottica di costituzionalismo digitale<sup>106</sup>, sembra quanto mai attuale un ripensamento del rapporto tra gli utenti della rete e gli attori privati, tra cui si annoverano le stesse piattaforme sociali.

Tale indagine potrà, pertanto, fungere da sostegno, in un’ottica di *policy-making* orientata al futuro, per l’introduzione di misure idonee e qualificate, volte alla tutela di garanzie essenziali, quali la trasparenza e la chiarezza in merito alle decisioni operate, anche per mezzo di strumenti algoritmici, e la previsione di adeguati mezzi di reclamo<sup>107</sup>.

*Come promuovere un’alfabetizzazione mediatica efficace e diffusa?*

Il tema del come affrontare le *fake news*, come abbiamo visto, sta dilagando sulla stampa e sulla rete. Complice sicuramente quanto successo a partire dalla

---

<sup>102</sup> T.D. Oliva – D.M. Antonialli – A. Gomes, Fighting Hate Speech, Silencing Drag Queens? Artificial Intelligence in Content Moderation and Risks to LGBTQ Voices Online, in *Sexuality & Culture*, 25, 2021.

<sup>103</sup> Cfr., inter alia, I. Gagliardone et al., *Countering Online Hate Speech*, Parigi, 2015.

<sup>104</sup> M. Taddeo – L. Floridi, New Civic Responsibilities for Online Service Providers, in M. Taddeo – L. Floridi (a cura di), *The Responsibilities of Online Service Providers*, Cham, 2017.

<sup>105</sup> L. Floridi, *The Fourth Revolution*, Oxford, 2014.

<sup>106</sup> Cfr. N. Suzor, Digital Constitutionalism: Using the Rule of Law to Evaluate the Legitimacy of Governance by Platforms, in *Social Media + Society*, 4-3; G. De Gregorio, The Rise of Digital Constitutionalism in the European Union, in *International Journal of Constitutional Law*, 2021.

<sup>107</sup> Cfr. Facebook, Community Standards Enforcement Report, cit.



campagna elettorale presidenziale negli Stati Uniti del 2016, dove la produzione e l'amplificazione di notizie false in rete stata una delle strategie messe in atto.

La necessità di partire dalle competenze e dall'alfabetizzazione non è però un tema nuovo, e, se si coniuga adesso con la necessità di padroneggiare un ambiente virtuale; il fenomeno è sempre quello definito e circostanziato da Tullio De Mauro, in un'intervista: «Purtroppo l'analfabetismo è oggettivamente un *instrumentum regni*, un mezzo eccellente per attrarre e sedurre molte persone con corbellerie e mistificazioni»<sup>108</sup>. È quindi importante porre quale massima priorità il tema delle competenze informative e digitali, in gran parte anche attingendo alle analisi di De Mauro, imprescindibile faro di riferimento, perlomeno in ambito italiano, su tali tematiche.

Se la democrazia si realizza solo quando tutti sono messi nella condizione di partecipare consapevolmente alle decisioni, ecco allora che questa competenza diventa la “chiave” nell'esercizio stesso della cittadinanza. Non solo perché questo consente la necessaria autonomia di convinzione e quindi di partecipazione reale alle decisioni, ma anche perché così è possibile comprendere l'importanza, sostenuta da Michele Mezza, della “negoziante sociale” su temi come quello degli “algoritmi con cui, ad esempio Facebook e Google, profilano e indirizzano i nostri pensieri” e che devono essere resi “spazi pubblici”, consultabili<sup>109</sup>.

Non basta quindi, seppur il suo apporto sia fondamentale, che di questa priorità si faccia carico il sistema educativo nel suo complesso (dalla scuola alle Università, dalle amministrazioni pubbliche al mondo della formazione): anche il sistema dei media è chiamato a favorirne lo sviluppo. Da questo dipende certamente il futuro delle democrazie (ancora, riemerge lo spettro di Orwell<sup>110</sup>), ma anche il carattere che assumerà la rete in questo processo: luogo formidabile di condivisione e di sviluppo delle idee oppure “spazio di fabbricazione” della convinzione collettiva.

*In che modo le fake news influenzano i processi democratici e le decisioni individuali?*

La produzione di *fake news* e la diffusione di vari tipi di informazioni manipolate tendono ad aumentare durante elezioni, crisi ed eventi imprevedibili, come emerso ampiamente durante la pandemia di *Covid-19*. Le elezioni e i referendum, nello specifico, sono momenti piuttosto delicati per la politica democratica, in quanto i cittadini sono chiamati ad eleggere i propri rappresentanti e a sostenerne i programmi politici; le crisi e le emergenze nazionali richiedono di assumere celermente decisioni importanti con effetti di lungo termine, sovente sulla base di informazioni assenti o non complete. In entrambi i casi, il rapporto tra i cittadini e i rappresentanti è fondato e instaurato sulla fiducia<sup>111</sup>.

<sup>108</sup> T. De Mauro, *Un esercito di analfabeti per un mostro mite*, in L'indice dei libri, n. 12, 2009.

<sup>109</sup> M. Mezza, *Algoritmi di libertà: la potenza di calcolo tra dominio e conflitto*, Donzelli, 2018.

<sup>110</sup> Per ulteriori approfondimenti, G. Orwell, *1984*, Mondadori, 2016.

<sup>111</sup> S. Giusti, E. Piras, *Valutare l'impatto delle fake news sulla politica democratica*, in Osservatorio Balcani e Caucaso, 30.11.2023.



Le elezioni e le crisi sono, dunque, contesti ideali per il proliferare della disinformazione e delle *fake news*, anche grazie alle innovazioni tecnologiche, come i *deepfakes*. Gli effetti principali di questi fenomeni sulle politiche democratiche dei Paesi sviluppati sono un “inquinamento” dell’informazione e l’erosione del rapporto di fiducia tra cittadini e decisori: nel peggiore dei casi, i cittadini, divenuti privi di qualsiasi orientamento, non sono più in grado di formarsi un’opinione autonoma e di scegliere in maniera matura le proprie fonti<sup>112</sup>. In un tale scenario, la politica diverrebbe del tutto priva di significato per i cittadini e la democrazia sarebbe eclissata da nuove forme di demagogia. Anche se questo è, per ora, esclusivamente uno scenario dal sapore distopico, la situazione odierna desta, comunque, numerosi motivi di preoccupazione. Il 2016, annualità segnata dal referendum relativo alla *Brexit* e dalle elezioni presidenziali negli Usa, e, di conseguenza, da campagne elettorali estremamente polarizzanti, ha mostrato in maniera decisiva la rilevanza delle *fake news* e della manipolazione delle informazioni nel dibattito politico.

Come hanno dimostrato gli esiti delle elezioni presidenziali del 2020 e del 2024, il problema delle *fake news* sullo svolgimento delle procedure democratiche è ancora molto presente. In altre parole, le *fake news* non sono solo uno strumento politico che può essere sfruttato da attori esterni, ma anche una potente risorsa nelle mani dei politici per gestire i problemi interni. Le affermazioni di un presidente degli Stati Uniti tendono invero ad essere considerate degne di credibilità e fede a causa del suo *status*. Tuttavia, anche le fonti di informazione presumibilmente più affidabili possono invece veicolare *fake news*, rafforzando l’idea di essere ormai calati in una dimensione di post-verità. Quando ciò accade, come abbiamo osservato, l’autorità del capo dello Stato o del governo può essere contestata dai *media* tradizionali e dai *social network*, che agisce da *fact-checker* e segnalano quando una determinata informazione non è riscontrabile. Gli interventi dei giornalisti o degli amministratori delle società di *social media* generano un significativo dibattito sul rilevamento delle *fake news* e sulla responsabilità della loro creazione e diffusione, senza dimenticare il richiamato rapporto tra gli Stati e le aziende nel settore dell’informazione.

L’attenzione alle *fake news* è stata notevole anche dall’altra parte dell’Atlantico, dove il termine è molto spesso associato alla Russia. Nel luglio del 2020, il Comitato per l’*intelligence* e la sicurezza del Parlamento britannico ha reso pubblico un rapporto informativo sulle azioni russe nel Regno Unito, ivi incluse le campagne di disinformazione, la *cyber war* e la persecuzione degli espatriati russi in terra britannica. Il rapporto afferma che il governo inglese non ha compiuto alcuno sforzo per indagare sull’interferenza russa nel referendum sull’uscita dall’Unione Europea del 2016 e chiede “un’azione immediata” per affrontare questo problema, tra cui “una valutazione della potenziale interferenza russa” nel voto sulla *Brexit*.

---

<sup>112</sup> A. Mongili, *Tecnologia e Società*, Carocci, 2007.



Nonostante le conseguenze delle interferenze russe debbano ancora essere completamente dimostrati e sono, allo stato, solo presunti, è bene tenere a mente che qualsivoglia processo complesso, come un'elezione o un referendum, è determinato da una miriade di fattori che incidono ognuno in maniera differente sul fenomeno in esame; inoltre, qualsiasi processo elettorale coinvolge una moltitudine di attori formali e informali, interni ed esterni, e ognuno di loro ha un certo interesse a influenzare l'esito elettorale. Esiste pertanto il pericolo che le *fake news* possano essere considerate artefici di risultati causati in realtà da una serie di altri fattori. In altri termini, pur non sottostimando l'impatto socio-politico della disinformazione e accettando il fatto che le tecnologie disponibili ne consentono il ricorso a livelli finora ignoti, non si può neppure incorrere nella trappola di creare o accettare spiegazioni troppo semplicistiche di eventi politici talvolta molto complessi<sup>113</sup>.

Per considerare adeguatamente l'impatto della manipolazione delle informazioni, quindi, necessiteremmo di una prospettiva di analisi che possa tenere conto della complessità del fenomeno politico; inoltre, dovremmo poter quantificare, sul piano statistico, il grado di correlazione e covarianza tra la diffusione di *fake news* e qualsiasi modificazione nel comportamento politico dei destinatari, prima di dare per assodato che questa sia una specifica caratteristica della politica attuale. Anzi, l'impatto delle false notizie sui processi sociali democratici e sui risultati elettorali effettivamente conseguiti rimane una questione molto controversa, mentre sembra ormai chiaro che il comportamento degli elettori dipende ancora, in maniera preponderante, da fattori socio-economici<sup>114</sup>.

Negli ultimi anni, sono state svolte molte ricerche su tali dinamiche, sì da acquisire una migliore comprensione dell'effettivo impatto sulla democrazia e da sviluppare proposte politiche significative per mitigare i rischi derivanti da queste nuove sfide. Proprio questi aspetti sono al centro dello studio *Democracy and Fake News. Information Manipulation and Post-truth Politics*<sup>115</sup>, che tratta del nesso tra disinformazione e democrazia, proponendo varie prospettive per evidenziare gli aspetti critici riguardanti la definizione di notizie false e disinformazione, nonché la loro individuazione e analisi.

Diversi contributi evidenziano come il fenomeno delle *fake news* non sia un'invenzione russa ma sia, come osservato, un fenomeno ben più antico e non possa essere analizzato sulla base di ipotesi troppo semplificate riguardanti dinamiche politiche nazionali o internazionali<sup>116</sup>.

---

<sup>113</sup> S. Giusti, E. Piras, *Valutare l'impatto delle fake news sulla politica democratica*, in Osservatorio Balcani e Caucaso, 30.11.2023.

<sup>114</sup> M. Gentzkow, "Social Media and Fake News in the 2016 Election", in *Journal of Economic Perspectives*, vol. II, n. 31, 2017.

<sup>115</sup> S. Giusti, E. Piras, *Democracy and Fake News. Information Manipulation and Post-truth Politics*, Routledge, 2021.

<sup>116</sup> L. Sofri, *Notizie che non lo erano: perché certe storie sono troppo belle per essere vere*, Rizzoli, 2015.



I progetti di ricerca futuri dovrebbero tenere in considerazione le dimensioni ideologiche, economiche e tecnologiche e porre in maniera corretta l'accento sulle reti transnazionali coinvolte nella produzione, diffusione e consumo di false notizie. Dovranno, inoltre, prestare speciale riguardo alla valutazione e alla misurazione dell'impatto della disinformazione sull'opinione pubblica, sul comportamento elettorale e sulla politica estera.

Valutare l'effettivo impatto della disinformazione sulla vita politica degli Stati e delle Organizzazioni internazionali sarà, pertanto, una delle nuove frontiere nello studio delle *fake news* e, qui di seguito, è appena il caso di evidenziare alcuni dati salienti.

## *Focus* circa le dimensioni del fenomeno alla luce dell'attività di analisi condotta

Con l'avvento di tecnologie sempre più sofisticate, la disinformazione si sta trasformando velocemente in un fenomeno capillare e incontenibile; gli algoritmi, personalizzando contenuti e modulando le interazioni, contribuiscono alla creazione di ambienti informativi chiusi, confermando le opinioni preesistenti e rendendo più arduo l'esercizio del pensiero critico<sup>117</sup>. Per quanto riguarda, nello specifico, le *fake news*, in particolare il suo primo utilizzo a livello mediatico risale solo al 2016, eppure – in soli sette anni – più dell'80 per cento degli italiani dichiara di averne sentito parlare almeno una volta nella vita<sup>118</sup>. La seguente tabella riporta un dato estremamente significativo per comprendere le dimensioni e la pervasività del fenomeno *fake news*, alla luce delle mutate modalità di comunicazione, tipiche dell'età contemporanea o dei *social*, ovvero quello del tempo che l'utente globale medio spende nella fruizione dei *social* in alcuni dei principali Paesi del Mondo. È possibile osservare come il fruitore dei *social* medio, in Giappone, trascorra circa un'ora della propria giornata, intento nella navigazione, e questo è il dato minimo – sino ad un massimo di oltre tre ore e mezza al giorno in Brasile e nelle Filippine.

---

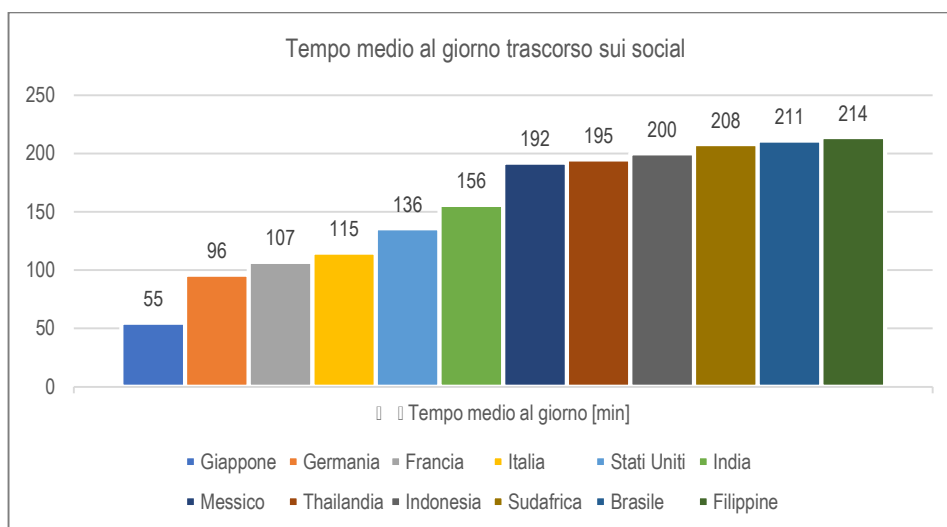
<sup>117</sup> E. Pariser, *The Filter Bubble: What The Internet Is Hiding From You*, Penguin, 2025

<sup>118</sup> Ricerca Ipsos, *Come riconoscere le fake news?* 2022.



#### GRAFICO 4

Tempo medio al giorno trascorso sui social (Fonte: Statista /GWI, Data Reportal, We Are Social), 2024



Nonostante la conoscenza circa l'impatto delle *fake news*, accresciuta da un uso ormai pervasivo dei *social media*, sia certamente incrementata, la sempre maggior complessità del fenomeno non accenna a cessare, e, ad oggi, una soluzione ottimale e univoca non esiste. L'ecologia dei media, materia il cui obiettivo è quello di studiare i media, sia tradizionali sia *online*, come ambienti in cui l'esperienza umana prende forma e assume un senso, ha ben approfondito le motivazioni per cui i media possono fare la differenza nella diffusione di *fake news*, con particolare riferimento a quelli digitali.

Bakir e McStay propongono alcune considerazioni a riguardo<sup>119</sup>:

- i media tradizionali sono meno seguiti e generano minori ricavi, a vantaggio dei media *online*, gratuiti o garantiti a prezzi molto bassi. Quattro importanti multinazionali, come *Google*, *Yahoo*, *X* e *Meta*, inoltre, si spartiscono oltre la metà delle entrate provenienti dalle pubblicità, che rappresentano la principale fonte di guadagno dei media *online*. Essendo anche produttori di notizie, le quattro piattaforme citate possono sia controllare gli articoli pubblicati, sia trarne un profitto diretto dalle pubblicità;
- i media *online* garantiscono notizie a ciclo continuo, con aggiornamenti in diretta e pubblicazioni continue sulle loro pagine. Ciò comporta una minor possibilità di *fact-checking*, che consumerebbe buona parte del

<sup>119</sup> V. Bakir, A. McStay, *Optimising Emotions, Incubating Falsehoods: How to Protect the Global Civic Body from Disinformation and Misinformation*, Macmillan, 2023.



tempo da dedicare alla pubblicazione di nuovo materiale. Ne consegue un sensibile aumento dell'informazione, a scapito della sua qualità. I media tradizionali, invece, possono produrre al massimo un quotidiano al giorno, non garantendo la medesima velocità di pubblicazione dei rivali;

- il linguaggio dei c.d. *new media* è sempre più emotivo e suscita più reazioni affettive rispetto ai media tradizionali, facendo leva anche su titoli ed immagini fuorvianti. Si registra, come conseguenza, un effetto di “disinibizione online”, in cui gli utenti, protetti spesso anche dall'anonimato, commentano in modo emotivo ed istintivo le notizie, senza controllare l'attendibilità delle fonti;
- le pubblicità sono spesso *clickbait*, perché invitano gli utenti a cliccare sull'annuncio per visualizzarne il contenuto. Gli annunci hanno titoli iperbolici, ma verosimili, e le persone sono indotte a cliccarvi e condividerli. Queste pubblicità, spesso ingannevoli, garantiscono elevati introiti alle aziende, alimentando un circolo di guadagno quasi incontrastabile per i media tradizionali. I risvolti economici delle *fake news* rappresentano un ulteriore ostacolo per la loro limitazione, poiché le grandi *corporations* traggono ingenti profitti senza alcuno sforzo, sebbene dichiarino di non avere un controllo sul tipo di sponsorizzazione presentata agli utenti.

In un simile contesto, i media digitali hanno la possibilità di agire come meglio preferiscono, perché a livello legislativo, come abbiamo osservato, non vi sono ancora norme adeguate, pienamente operative negli Stati nazionali, volte a bloccare la produzione di contenuti falsi *online* e i Codici di condotta emanati dall'Unione rappresentano unicamente *self regulation*.

La multinazionale *Meta*, che detiene *Facebook*, *Instagram* e *Whatsapp*, ad esempio, dichiara di non avere alcun controllo sulle pubblicità presenti sui propri *social*, autodefinendosi un *hosting provider* passivo, ovvero un'organizzazione che fornisce solamente un servizio e che non si occupa di controllare il tipo di pubblicità presente tra i propri annunci, né di inserire filtri che impediscano agli utenti di visualizzare le pubblicità false.

Solo molto recentemente, nel marzo 2023, in Italia, il Tribunale Amministrativo Regionale del Lazio ha imposto a *Meta* di agire contro la pubblicità ingannevole, in special modo contro il gioco d'azzardo, perché l'azienda sarebbe consapevole del fatto che è vietato in Italia, in virtù del c.d. Decreto Dignità, promuovere condotte che possono indurre dipendenza. In molti casi, però, l'illecito viene punito solamente con una multa, che ben poco scalfisce i guadagni di aziende multimiliardarie<sup>120</sup>.

Nonostante la situazione sia capillare nella sua estensione, molto complessa e le principali piattaforme produttrici di contenuti *online* non sempre

---

<sup>120</sup> Gioco d'azzardo, Tar Lazio conferma decisione Agcom contro Meta, in sito Ansa, 2023.



contribuiscano a renderla più semplice, è comunque possibile limitare l'efficacia della disinformazione. A partire dai fattori cognitivi, affettivi e inconsci coinvolti, possono essere costruite delle soluzioni adeguate, seppur non sempre completamente risolutive, che facilitino la comprensione di ciò che è affidabile e credibile e ciò che non lo è.

L'avvento dell'epoca digitale e dei *social networks* ha quindi cambiato definitivamente il modello dell'informazione e non si può tornare indietro a vecchi paradigmi e logiche pensate per un diverso mondo: “come una forza della natura, l'era digitale non può essere rifiutata o fermata”<sup>121</sup>.

Per quanto riguarda il problema dei siti *Internet* che diffondono fake news, esso appare di minor rilevanza per diffusione e importanza e di più facile soluzione. Probabilmente un'adeguata sanzione penale per i siti sarebbe bastevole<sup>122</sup>, ma il problema rimarrebbe in relazione ai *social networks* e alla diffusione delle notizie. Una repressione, benché efficace per il futuro, non assicurerebbe comunque la rettifica per gli utenti ormai (dis)informati a seguito della circolazione virale della notizia sui *social media*. Inoltre, per i fenomeni cognitivi e sociologici già esplicitati, difficilmente la rettifica, anche pubblicata da altre parti, potrebbe raggiungere lo stesso grado di diffusione virale delle *fake news* sui *social networks*. Da tutto ciò dovrebbe derivare la necessità di attuazione di una regolamentazione dei *social* sul modello di verifica già sviluppato da *Meta* per i soli Stati Uniti con l'aggiunta di un meccanismo di visibilità della rettifica (la semplice riproposizione in bacheca o nella *News Feed* ad esempio) per gli utenti che abbiano in passato interagito con una notizia falsa (mettendovi *like*, condividendola o commentandola<sup>123</sup>).

Gli utenti che abbiano interagito con una “bufala” potrebbero così essere informati del carattere inventato della notizia letta con avviso mediante “notifica” (il meccanismo di segnalazione di interesse di *Facebook*) o con indicazione al posto del c.d. Buongiorno (la sorta di icona *pop-up* o di *alert* che appare in cima al *News Feed* degli utenti). Il procedimento di “rettifica”, chiaramente, dovrebbe essere comunque attivato a seguito di una verifica, la quale non può però essere delegata a soggetti privati: i rischi di un affidamento della censura al privato sarebbero infatti enormi<sup>124</sup>. Per questo il procedimento di rettifica della falsità delle notizie dovrebbe profilarsi come un procedimento a cavallo tra il pubblico e il privato ove la mera esecuzione sarebbe assegnata ai *social networks*, mentre la verifica sarebbe prioritariamente delegata ad organi pubblici, come l'ordine dei giornalisti o qualche autorità indipendente (o a seguito di verifica giudiziale). Si tratterebbe quindi di individuare i *social networks* come *media* a tutti gli effetti,

<sup>121</sup> M. Isaac, How Facebook's Fact-Checking Partnership Will Work, in [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com), 15.12.2016.

<sup>122</sup> B. Ruffilli, “Il sistema di verifica delle notizie false di Facebook arriverà presto anche in Italia”, in [www.lastampa.it](http://www.lastampa.it), 06.03.2017.

<sup>123</sup> La soluzione non garantirebbe comunque il raggiungimento di quegli utenti che abbiano letto la notizia senza “interagirvi”, ma sarebbe senz'altro un buon primo passo.

<sup>124</sup> Cfr. M. Bettoni, *Profili giuridici della privatizzazione della censura*, in *Cyberspazio e Diritto*, 12/2011, 363.



con le conseguenti implicazioni sociali e normative, e di imporre loro quest'obbligo di rettifica: una volta rilevata la falsità di un contenuto da parte di un soggetto pubblico, connotato dai caratteri di imparzialità e neutralità, *Meta* o *X* dovrebbero riproporre sulla *News Feed* o sulla bacheca degli utenti che abbiano interagito con una *fake news* la rettifica della stessa mediante anche un meccanismo di visibilità come la notifica o il c.d. "Buongiorno".

In questo modo, si rispetterebbe il principio che vuole la rettifica pubblicata nello stesso *locus* ove veniva a trovarsi la notizia falsa, si garantirebbe un'opportunità di *debunking* e non si arriverebbe ad alcuna forma di *silencing*.

Il controllo sulla verità "oggettiva" delle notizie, sul modello di quello svolto in materia di radiotelevisione, certamente non lederebbe il pluralismo informativo, anzi: l'importanza delle *VLOPs* nella diffusione delle notizie *online* impone qualche forma di regolamentazione, esattamente come avvenne in passato per le notizie diffuse dal sistema radio-televisivo<sup>125</sup>.

Il controllo sulla verità oggettiva e la riproposizione della rettifica nel sistema radio-televisivo è infatti uno degli strumenti a tutela, tra gli altri, anche dell'interesse pubblico alla corretta informazione che non si pone in contrasto con il pluralismo informativo, ma anzi ne è a fondamento. Nella soluzione testé proposta il controllo, preliminare alla attivazione di questa forma di rettifica sulle *VLOPs*, sarebbe tuttavia attivabile da qualsiasi utente: prevalente sarebbe dunque l'interesse generale ad una corretta informazione più che quello del diritto soggettivo alla rettifica.

Tale soluzione, chiaramente, affidando questa forma di controllo a soggetti terzi, neutri e indipendenti (Autorità indipendenti od ordine dei giornalisti), non contrasterebbe con la tutela garantita dall'art. 21 Cost. alla libertà di informazione (essendo, come visto, il subiettivamente falso categoria non protetta) e anzi garantirebbe mediante questa rettifica (come già avviene per la radiotelevisione e la carta stampata<sup>126</sup>) forme di tutela del *public discourse* contro l'inquinamento dovuto alle false notizie.

Inoltre, la soluzione, rimanendo estranea al diritto penale e prospettandosi solo come forma di rettifica, non impatterebbe sulla libertà personale e nemmeno si configurerebbe come forma di censura, in quanto si limiterebbe a "proporre" la verità oggettiva al lettore.

La maggior problematica di questo sistema riguarda ovviamente la fattibilità e sostenibilità di una tale soluzione: il costo dell'allestimento di un ufficio che si occupi a tempo pieno dell'attività di *fact-checking* non appare tuttavia proibitivo per uno Stato e i costi sarebbero giustificati dai benefici per il sistema democratico

---

<sup>125</sup> V. C. Cost., sentenza n. 155/2002.

<sup>126</sup> Su questi *mass media* tradizionali, giova rammentare, agiscono altri strumenti di tutela della verità come il codice deontologico dei giornalisti che impone, ex art. 2 l. 69/1963, «il rispetto della verità sostanziale dei fatti».



e il dibattito pubblico; inoltre, la maggior parte delle “bufale”, essendo fatti palesemente inventati, è di facilissima confutabilità<sup>127</sup>.

Il lavoro di controllo dei fatti, ove il soggetto controllore fosse dotato delle necessarie risorse umane, economiche e strumentali, sarebbe pertanto di non complessa esplicazione. Le *VLOPs* dovrebbero dunque inviare all’ufficio le notizie segnalate dagli utenti – come fa negli Usa con le agenzie esterne di *fact-checking* – e, una volta attuato il controllo, dovrebbero rettificare nella modalità sopra vista la notizia falsa: questa rettifica raggiungerebbe tutti gli utenti che abbiano interagito con la *fake news*.

Rispetto al sistema di controllo/avviso privato sperimentato, ad oggi, dalla sola *Meta* negli USA, di cui si è dato conto nel paragrafo precedente, il sistema *de quo* garantirebbe, da una parte, l’imparzialità dei controllori e, dall’altra, un risultato efficace della rettifica delle *fake news* con il raggiungimento di tutti gli utenti che abbiano interagito con le stesse.

A tal proposito giova evidenziare che, anche qualora il sistema si rilevasse lento, come quello Usa – eventualità peraltro non scontata, vista la possibilità di approntare un apparato pubblico efficiente e non organismi privati operanti a titolo gratuito come in America – questo non graverebbe eccessivamente sull’efficienza dello stesso. La tempistica è invero fondamentale per il sistema sviluppato da *Meta* negli Stati Uniti, in grado di agire solo *pro futuro* (avvertendo, cioè, circa la possibilità relativa alla infondatezza e non plausibilità della notizia unicamente i nuovi internauti-lettori), ma non sarebbe altrettanto fondamentale per quanto prospettato in questa sede: anche se nella pendenza del procedimento di controllo della falsità della notizia la *fake* dovesse diffondersi, la rettifica sui *social* raggiungerebbe tutti gli *user* che abbiano interagito con essa nel passato e che potrebbero interagirvi nel futuro<sup>128</sup>.

Certo, il problema continuerebbe a rilevare per gli utenti che non abbiano interagito con la *fake news* (leggendo la notizia e basta, non condividendola, non mettendovi *like* o non commentandola), ma senz’altro tale procedimento risulterebbe fortemente di impatto e riduzione del fenomeno delle bufale sulle *VLOPs*.

Questo tipo di soluzione garantirebbe infatti un più corretto funzionamento del *marketplace of ideas* per gli utenti dei *social*: la smentita/rettifica da parte di organi autorevoli è forse in grado di garantire un’adeguata credibilità alla ricostruzione della falsità/verità di un fatto anche dal punto di vista sociologico/cognitivo<sup>129</sup>.

Peraltro, proprio questa forma di rettifica se da un lato potrebbe essere coerente anche con l’idea americana del *marketplace of ideas* – non addivenendosi

---

<sup>127</sup> M. Monti, “Fake news e social network: la verità ai tempi di Facebook”, in *Rivista di diritto dei media*, 1/2017.

<sup>128</sup> *Ibidem*.

<sup>129</sup> È infatti importante da questo punto di vista la “*credibility of the source of the correction*”, cfr. C.R. Sunstein, *op. cit.*



a forme di censura o repressione, ma solo all’inserimento nel mercato della verità – da un altro potrebbe contribuire anche allo sviluppo di una coscienza critica degli internauti. Invero, questo strumento di rettifica potrebbe divenire negli anni obsoleto qualora dovesse svilupparsi il giusto senso critico negli utenti dei *social* rispetto alle *fake news*.

Nell’attesa della nascita di un tale “scetticismo programmatico”, tuttavia, sembra necessario lo sviluppo di qualche forma di rettifica, come quella proposta, a causa dei rischi per il *public discourse* derivanti dalla diffusione delle *fake news* sui *social network*.

## Profili di rischio per la società, con particolare riferimento alle fasce di popolazione meno attrezzate a riconoscere il fenomeno

I limiti cognitivi ed affettivi degli esseri umani rappresentano la principale motivazione per cui la disinformazione dilaga. Le *fake news*, ad esempio, non sono efficaci se non c’è una condivisione tra il pubblico di lettori, né se gli stessi sono in grado di distinguere una fonte sicura da una non affidabile. Innanzitutto, quindi, l’educazione rappresenta la migliore forma di investimento contro la disinformazione<sup>130</sup>.

La tabella seguente riporta i notevoli disturbi, sotto il piano sanitario, che la sovraesposizione ai *social media* e all’Intelligenza Artificiale può provocare, con particolare riferimento alle fasce di popolazione meno attrezzate a far fronte ad un uso consapevole delle risorse mediatiche e privi di un’organica alfabetizzazione sul tema. Circa il quaranta per cento del campione analizzato dai laboratori delle Università di Harvard e del MIT, nel 2023, ha rivelato di soffrire di affaticamento mentale e sintomi di *burnout*, un trenta per cento ha accusato segni di ansia e stress da automazione, un quarto degli intervistati ha riferito sentimenti di isolamento sociale, riduzione dell’empatia e di sovraccarico informativo, mentre un quinto circa del campione ha dichiarato di accusare disturbi del sonno, problemi di natura scheletrico-posturale, una accresciuta dipendenza dagli strumenti dell’Intelligenza Artificiale e un dieci per cento ha lamentato un’erosione significativa delle capacità cognitive derivanti dalla naturale concentrazione individuale.

---

<sup>130</sup> P. Herrero-Diz, J. Conde-Jimenez, S. Reyes De Cozar, *Teens Motivations to Spread Fake News on Whatsapp*, in *Sage Journals*, 2020.



**TABELLA 2**

Problemi di salute per influenza AI e social (Fonte: WHO (Organizzazione Mondiale della Sanità), The Lancet Digital Health (2023), Harvard Business Review / MIT Tech Review (2024), European Agency for Safety and Health at Work (EU-OSHA))

Problema di salute	Percentuale stima	Note esplicative
<b>Affaticamento mentale e burnout</b>	38%	Lavoratori che usano IA per compiti cognitivi intensi (es. customer service, codifica automatica).
<b>Ansia e stress da automazione</b>	30%	Timore di sostituzione lavorativa, stress da sorveglianza algoritmica.
<b>Riduzione dell'empatia/isolamento sociale</b>	24%	Specialmente in ambienti con forte uso di chatbot o assistenti IA.
<b>Disturbi del sonno</b>	20%	Legati all'uso prolungato di IA in orari notturni o a ritmi accelerati.
<b>Sovraccarico informativo (info overload)</b>	28%	Esposizione continua a dati generati da IA, con difficoltà a gestirli.
<b>Problemi muscolo-scheletrici (fisici)</b>	15%	Postura scorretta dovuta all'uso prolungato di sistemi IA desktop.
<b>Dipendenza da strumenti IA</b>	18%	Uso eccessivo di assistenti IA per compiti quotidiani, riducendo l'autonomia.
<b>Erosione delle capacità cognitive</b>	10-12%	Studi suggeriscono una leggera riduzione nella capacità decisionale autonoma.

Ad oggi, il livello di alfabetizzazione mediatica, ovvero la formazione riguardo un uso consapevole ed intelligente dei media, è scarsa, in particolare tra gli adolescenti, ovvero i nativi digitali<sup>131</sup>. Ciò potrebbe sembrare paradossale, dato che i giovani sono sempre a contatto con la tecnologia, eppure non sempre

<sup>131</sup> A. Prakash, A. Verma, Disentangling the Effect of Confirmation Bias and Media Literacy on Social Media Users' Susceptibility to Fake News, Journal of Content, Community & Communication, 2023.



l'abitudine all'utilizzo di un dispositivo è accompagnato da un suo uso consapevole. L'alfabetizzazione mediatica si rivela utile quando fornisce gli strumenti per capire il contenuto di qualsiasi comunicazione sia a un livello letterale sia ad uno stadio più profondo (allusioni, contestualizzazione ecc.).

L'Unione Europea, inserendola nel Piano d'Azione per l'Istruzione Digitale 2021-2027, ha sottolineato l'impatto positivo che l'educazione ai media può rivestire fin dalla tenera età. Nelson evidenzia effetti positivi sin dagli 8-9 anni, in una fase antecedente allo sviluppo del pensiero logico ed astratto<sup>132</sup>. Molti Paesi, tra cui l'Italia, hanno inserito nel *curriculum* obbligatorio scolastico l'insegnamento dell'educazione civica, che presenta fra i suoi obiettivi il riconoscimento delle *fake news* e la navigazione *online* sicura. Un problema è rappresentato dalla formazione degli insegnanti, spesso non adeguatamente preparati per incontrare le necessità dei loro giovani studenti. In questo caso, è necessario un costante aggiornamento circa gli strumenti digitali più utilizzati da parte degli studenti e dei docenti stessi.

L'alfabetizzazione mediatica concorre, in senso più generale, alla formazione del pensiero critico, ovvero l'abilità di analizzare logicamente le informazioni ambientali, tramite l'approfondimento dei fatti e il ragionamento logico. Bassi livelli di pensiero critico facilitano la credenza nelle *fake news* e inducono le persone ad utilizzare processi periferici di analisi, tralasciando l'importanza del contenuto a favore di aspetti secondari di una notizia, come il titolo o le immagini. Alti livelli, invece, permettono di approfondire gli aspetti centrali di uno stimolo, come le argomentazioni sostenute dall'autore di una notizia e la credibilità della fonte.

Per promuovere lo sviluppo di un senso critico, il dialogo e la discussione mediata dagli insegnanti rappresentano, ad oggi, i migliori interventi umani a disposizione, poiché facilitano il confronto fra differenti punti di vista e l'argomentazione delle proprie idee attraverso il ragionamento logico. Le discussioni possono vertere anche su aspetti legati nello specifico ai media digitali. Ad esempio, è utile stimolare gli studenti a riflettere sugli aspetti economici legati alle *fake news* e agli interessi, per le *VLOPs*, delle pubblicità *clickbait* sui *social media*, oppure a leggere insieme degli articoli di giornale nella loro interezza, evidenziando titoli ed immagini troppo vistosi e imparando a riconoscere l'affidabilità delle fonti.

L'alfabetizzazione mediatica e il pensiero critico non sono la soluzione a tutti i problemi legati alla disinformazione, ma possono essere considerati gli interventi umani più utili al momento<sup>133</sup>, soprattutto nei confronti delle fasce meno attrezzate della popolazione.

Nonostante l'educazione rappresenti un primo passo per fronteggiare più efficacemente la disinformazione, ad oggi non sembra sostenibile l'idea di procedere esclusivamente tramite interventi umani, il cui obiettivo è di ridurre i limiti cognitivo-affettivi degli individui, potenziando le capacità di pensiero

---

<sup>132</sup> B. Nelson, *Design for Learning in Virtual Worlds*, Routledge, 2012.

<sup>133</sup> P. Herrero-Diz, J. Conde-Jimenez, S. Reyes De Cozar, *Teens Motivations to Spread Fake News on Whatsapp*, in *Sage Journals*, 2020.



critico e riducendo l'uso di euristiche e stereotipi<sup>134</sup>. Una strada promettente è costituita anche dagli interventi digitali, ovvero l'insieme di proposte non attuabili sugli esseri umani, bensì direttamente sulle nuove tecnologie. Come riconosciuto da *Meta*, la possibilità di contrastare le *fake news* è più elevata se si interviene direttamente sulla produzione e il riconoscimento precoce da parte delle piattaforme, non affidandosi solo all'esperienza e alle capacità degli utenti. Tale piattaforma, per quanto abbia dichiarato in passato di non aver ricoperto un ruolo rilevante nell'influenzare i propri utenti durante la campagna *pro-Brexit* e le elezioni statunitensi del 2016 e del 2020, ha in seguito proposto alcune soluzioni, che ad oggi sono state estese anche ad altre piattaforme.

Tra le principali novità vi sono:

- elevare la qualità degli articoli proposti, tramite algoritmi per cui le notizie false sono collocate in una posizione inferiore nel *News Feed*, ovvero l'insieme dei contenuti che vengono pubblicati su una piattaforma e che appaiono all'utente nella sua schermata iniziale. Anche *Google* ha adottato la medesima soluzione, facendo ascendere in maniera artificiale le notizie vere nel proprio *Feed* così da contrastare le altre. In questo caso, lo scopo è quello di diminuire volontariamente la visibilità delle notizie false, ponendole in una posizione marginale rispetto alle altre nei contenuti degli utenti;
- proporre un *fact-checking* delle notizie, ovvero una verifica dei fatti, degli avvenimenti e dei dati riportati in un articolo. Ad oggi, sono in aumento i siti di *debunking*, il cui obiettivo è di segnalare le “bufale”, le *fake news* e le notizie antiscientifiche. Queste piattaforme, però, sono principalmente enti di beneficenza o senza scopo di lucro, che sopravvivono grazie alle donazioni degli utenti; non è raro, perciò, assistere a siti che inseriscono alcune pubblicità, seppur in numero limitato, pur di poter continuare il proprio lavoro. Inoltre, per avviare ulteriormente alle ingenti spese, è sempre più diffuso il *fact-checking* automatizzato, in cui le notizie vengono “bollate” come false in modo automatico, tramite l'utilizzo di appositi algoritmi. Non sempre, però, le macchine sono in grado di cogliere alcune sfumature di significato degli articoli; la satira, ad esempio, rischierebbe di essere etichettata erroneamente come falsa. In aggiunta, gli stessi creatori degli algoritmi potrebbero avere pensieri distorti e stereotipi, influenzando negativamente l'operato della macchina;
- l'inserimento di etichette di avvertimento nei contenuti segnalati come falsi e la possibilità di segnalazione da parte degli utenti. Permettere a chiunque di segnalare i *post* è comunque rischioso, dato che non tutti gli esseri umani, in particolare gli utenti dei *social*, utilizzano un pensiero analitico nella valutazione delle notizie, e sono in grado di valutare

---

<sup>134</sup> D. Kahnemann, *Pensieri lenti e veloci*, Mondadori, 2011.



criticamente le notizie. Ad esempio, chiunque potrebbe segnalare come falso un contenuto solo perché appartiene ad un partito politico diverso dal proprio, oppure perché non si sposa con le proprie convinzioni preesistenti.

Tuttavia, gli sforzi finora attuati dalle piattaforme *online* sono insufficienti e non puntano a contrastare due problemi molto rilevanti.

- Non sono ancora presenti proposte valide per bloccare l'economia delle *fake news*. *Meta* dichiara di non avere alcun controllo sul tipo di sponsorizzazione presente sulle proprie piattaforme, nonostante il Tar in Italia abbia dimostrato il contrario. Effettivamente, però, non è l'unico attore coinvolto, perché la pubblicità *online* funziona in modo diverso rispetto alla pubblicità cartacea sui giornali. In quest'ultimo caso, l'editore ha il pieno controllo delle collaborazioni che accetta sul proprio quotidiano: infatti, può scegliere con cura se il marchio sponsorizzato può danneggiare l'immagine e la reputazione del proprio lavoro, oppure se vi è un conflitto d'interessi con degli articoli che il giornale tratta, e può scegliere in che posizione inserire la pubblicità. Al contrario, la pubblicità *online* non è gestita direttamente dai siti di informazione come *Facebook*, *CNN* o *BBC*, che si affidano a reti pubblicitarie esterne, come ad esempio *DoubleClick*, per proporre l'annuncio più indicato per l'utente. La trattativa, nel caso di pubblicità virtuale, funziona in modo differente: l'inserzionista, che vuole sponsorizzare il proprio marchio, propone un contenuto pubblicitario alla rete pubblicitaria, ma rinuncia al controllo dei siti *web* in cui verrà sponsorizzato. La rete pubblicitaria, successivamente, tenendo traccia delle preferenze degli utenti, propone le pubblicità in modo del tutto personalizzato, mostrandole agli individui in maniera differenziata e inserendole unicamente sui siti maggiormente oggetto di navigazione da parte degli stessi. Un identico contenuto pubblicitario può quindi apparire in siti totalmente differenti fra loro, a seconda delle piattaforme sulle quali l'utente opera. Non è raro osservare casi di marchi internazionali associati a pagine *Web* discutibili, come siti neonazisti o dell'ISIS. Interrompere o contrastare il ciclo della pubblicità *online* favorirebbe sia gli inserzionisti, sia gli utenti, perché entrambe le parti avrebbero una possibilità di scelta che ora non viene loro garantita: i primi potrebbero scegliere i siti su cui sponsorizzare il proprio marchio, e i secondi la pubblicità più adeguata alle proprie esigenze, senza rischio di essere truffati da annunci disinformativi. In questo caso, sarebbe necessaria la collaborazione tra tutte le parti coinvolte, con uno sforzo da parte delle grandi compagnie come *Meta*, *Google* ed *Amazon*, che ad oggi non esercitano alcun tipo di controllo sui propri annunci: eliminare contenuti disinformativi non coincide con la presenza di "bolle di filtraggio" (personalizzazione del *feed* dell'utente tramite filtri che eliminano tutti i contenuti indesiderati), ovvero non c'è il rischio di



cancellare qualsiasi contenuto che proponga una voce fuori dal coro, ma solamente di segnalare con maggiore efficacia i messaggi più ingannevoli<sup>135</sup>.

- Le *fake news* possono essere realizzate in modo automatico attraverso le nuove tecnologie e sono altrettanto, se non più efficaci, di quelle scritte dagli esseri umani. Tramite l'Intelligenza Artificiale, ormai sempre più diffusa, è possibile produrre contenuti in modo automatizzato tramite l'ausilio di appositi algoritmi in grado di analizzare i criteri di costruzione delle notizie false e di realizzarne di nuove in modo assolutamente credibile. Tali *news* contengono un linguaggio emotivo, capace di far leva sui sentimenti al punto di "bypassare" il ragionamento logico a favore di un'analisi "periferica" dello stimolo. Già nel 2014 Facebook aveva effettuato uno studio sul contagio emotivo, ovvero la capacità di sperimentare e appropriarsi delle emozioni degli altri, rilevando che l'esposizione massiva a contenuti ad elevato tasso emotivo determini una aumentata condivisione di *post* e una maggiore attività degli *user*, fattore che, ancora oggi, rappresenta il primario obiettivo della piattaforma, sebbene raggiunto mediante modalità non condivisibili e contestabili. Con l'affinamento delle tecniche di riproduzione artificiale delle false notizie, la manipolazione delle emozioni degli utenti può essere sfruttata per scopi di propaganda, anche di stampo populistico, per generare maggiore coinvolgimento verso le proposte politiche del proprio partito o per criticare le altre. È probabile che nei prossimi anni si assisterà ad un aumento del numero di notizie generate dall'Intelligenza Artificiale e sfruttate in campagna elettorale per attirare l'attenzione sui propri programmi e screditare la controparte politica<sup>136</sup>.

Ad oggi, non esiste una soluzione certa ed efficace per rimuovere il problema, ma vi sono numerose proposte innovative. Le più promettenti, tra cui quella di Gupta e co., si basano sulla realizzazione di piattaforme indipendenti di *fact-checking*, in cui esseri umani e Intelligenza Artificiale cooperano per garantire maggiore sicurezza agli utenti. L'obiettivo consiste nel costruire un *database* locale e non globale, da replicare in ogni Paese del mondo, in cui inserire una classificazione dell'attendibilità dei siti *web*.

Gli elementi fondamentali in questo sistema sarebbero due:

- con il *fact-checking* "artificiale", viene constatato se una pagina *web* è affidabile o meno. Tramite l'ausilio di algoritmi, vengono inseriti dei criteri per stabilire l'attendibilità della fonte. Ad esempio, rappresentano elementi positivi la presenza di dati a conferma della propria tesi, l'inserimento di riferimenti bibliografici e titoli veritieri ed equilibrati.

---

<sup>135</sup> V. Bakir, A. McStay, Op.cit.

<sup>136</sup> Ibidem.



Una volta segnalata come credibile, la pagina risulta approvata ed è soggetta a revisioni periodiche per mantenere questo *status*;

- se il sito presenta dei contenuti dubbi e contestati da molti utenti, si procede con un'analisi umana della piattaforma, che ne attesti in modo definitivo la validità. Gli esseri umani, a differenza degli algoritmi, sono in grado di comprendere sfumature di significato, come le allusioni e la satira, non rilevabili dai soli strumenti tecnologici. Integrando gli aspetti tecnologici e le capacità intellettuali tipicamente umane, si può immaginare una prospettiva più rosea per la navigazione *online* ad un costo economicamente accettabile<sup>137</sup>.

La comunità scientifica internazionale ritiene che, al momento, non vi siano altre opportunità praticabili, se non il ricorso a forme di intelligenza totalmente artificiale, come gli algoritmi, per contrastare altri algoritmi, in cui, a fare la differenza, sembrerebbe solamente la volontà di usufruirne per scopi nobili e positivi e non per trarne un profitto economico di parte.

## Linee strategiche di azione per rendere maggiormente consapevoli i fruitori delle notizie

Affrontare la sfida della consapevolezza dei fruitori di notizie in un'epoca di "sovraccarico informativo"<sup>138</sup> e di crescente sofisticazione delle tecniche di disinformazione richiede un approccio strategico multiforme e ambizioso, sia sul piano sovranazionale sia su quello interno.

Il governo e il legislatore, in quanto garanti del corretto funzionamento democratico e della coesione sociale, rivestono un ruolo cruciale nel promuovere una cittadinanza informata e resiliente alle sfide imposte, tra gli altri fattori, anche dalla tecnologia.

Di seguito, si delineano alcune linee d'azione strategiche, che si ritiene possano essere implementate, al fine di rendere i fruitori dell'informazione del Terzo Millennio maggiormente consapevoli. La strategia dei legislatori e dei governi di Paesi avanzati e al passo coi tempi dovrebbe poggiare su sei pilastri fondamentali, interconnessi e sinergici, che mirino a creare fondamenta solide sul piano educativo. Queste dovrebbero occuparsi del:

- *Potenziamento dell'educazione mediatica e digitale*: questo rappresenta il fulcro di qualsiasi strategia di lungo termine. È imperativo, invero, integrare organicamente l'educazione ai media e al digitale nei *curricula*

---

<sup>137</sup> A. Gupta et al., *Combating Fake News: Stakeholder Interventions and Potential Solutions*, University of Johannesburg Press, 2022.

<sup>138</sup> G. Lavenia, *Internet e le sue dipendenze. Dal coinvolgimento alla psicopatologia*, FrancoAngeli, Milano, 2012.



scolastici di ogni ordine e grado, a partire dalla scuola primaria dell'infanzia. Ciò non dovrebbe limitarsi alla mera alfabetizzazione funzionale, ma mirare a sviluppare un pensiero critico “strutturato” da parte dei discenti nei confronti delle fonti informative, delle tecniche persuasive e dei meccanismi di diffusione delle notizie, con particolare attenzione al contesto digitale. Ulteriori elementi di questo pilastro dovrebbero includere significative spese di capitale pubblico in:

- 1) *Formazione dei docenti*: investire massicciamente nella formazione continua degli insegnanti, fornendo loro le competenze pedagogiche e contenutistiche necessarie per affrontare efficacemente le tematiche legate all'informazione e alla disinformazione, includendo corsi di aggiornamento sulle nuove forme di manipolazione, sull'utilizzo responsabile dei *social media* e sugli strumenti di verifica delle fonti.
  - 2) *Materiali didattici tecnologicamente avanzati*: sviluppare e diffondere materiali didattici interattivi, coinvolgenti e aggiornati, che utilizzino metodologie attive e partecipative per stimolare la riflessione critica degli studenti. Collaborazioni con esperti del settore, giornalisti, *fact-checker* e accademici potrebbero ulteriormente arricchire l'offerta formativa.
  - 3) *Progetti scolastici speciali*: promuovere progetti specifici all'interno delle scuole, come laboratori di giornalismo, simulazioni di processi informativi, analisi di “casi” emblematici di *fake news* e iniziative di *peer education* sulla consapevolezza mediatica<sup>139</sup>.
- *Promozione dell'alfabetizzazione informativa consapevole anche per la popolazione adulta*: l'educazione, in effetti, non si esaurisce con il percorso scolastico. È fondamentale implementare programmi di alfabetizzazione informativa rivolti anche alla popolazione adulta, con particolare attenzione alle fasce più vulnerabili all'inganno informativo, come gli anziani e le fasce della popolazione meno scolarizzate. Questa linea strategica dovrebbe essere attuata mediante:
- 1) *Campagne di sensibilizzazione pubblica*: il “lancio” di campagne di comunicazione nazionale, attraverso i più svariati canali media (televisione, radio, *web*, *social*), che sensibilizzino le persone sull'importanza della verifica delle fonti, sui rischi della disinformazione, sulle strategie per riconoscerla e sui concreti pericoli per la sicurezza nazionale. Queste campagne dovrebbero utilizzare un linguaggio chiaro, facilmente comprensibile da parte di tutti e non allarmistico, focalizzandosi su messaggi positivi, costruttivi ed educativi.

---

<sup>139</sup> G. Di Cesare, R. Giammetta, L'adolescenza come risorsa. Una guida operativa alla peer education, Carocci, Roma, 2011.



- 2) *Offerta formativa gratuita e accessibile*: l'organizzazione di corsi, seminari e *workshop* gratuiti o a esiguo costo, sia *online* sia in presenza (presso biblioteche, centri civici, università della terza età), dedicati all'acquisizione delle competenze digitali di base, alla navigazione sicura in rete, al riconoscimento delle *fake news* e all'utilizzo sistematico di strumenti di *fact-checking* nel processo di informazione ragionata<sup>140</sup>.
  - 3) *Collaborazione con gli Enti locali e quelli di pubblica utilità*: coinvolgere attivamente gli Enti locali, le associazioni di categoria, le organizzazioni del terzo settore nella diffusione di iniziative di alfabetizzazione informativa a livello territoriale-periferico, adattando l'offerta formativa alle specifiche esigenze delle diverse comunità locali potrebbe essere un ulteriore elemento molto significativo nel contrasto alle *fake news* e alla disinformazione.
- *Supporto e valorizzazione del giornalismo di qualità e del fact-checking*: un ecosistema informativo sano e affidabile è un elemento cruciale per la consapevolezza dei fruitori e un fattore di stabilità sul piano della sicurezza interna di ogni Paese sviluppato. I governi, in questo senso, dovrebbero attuare politiche che supportino e valorizzino l'editoria e il giornalismo "di qualità", inteso come attività professionale rigorosa e caratterizzata da elevati *standard* etico-morali, e che promuovano lo sviluppo e il rafforzamento delle organizzazioni di *fact-checking*, al momento non ancora adeguatamente valorizzate. Tali politiche pubbliche potrebbero essere attuate, sul piano strategico mediante:
- 1) *Stimoli fiscali e incentivi economici*: si potrebbe valutare l'adozione di incentivi di tipo tributario per le testate giornalistiche che si impegnano a rispettare elevati parametri professionali, ad adottare codici deontologici stringenti e a investire risorse significative nella verifica indipendente dei fatti. Potrebbero essere previsti anche sostegni economici diretti per progetti di giornalismo investigativo di qualità e per iniziative di *fact-checking* indipendenti<sup>141</sup>.
  - 2) *Promozione della trasparenza delle fonti*: incoraggiare le piattaforme *online* e i media a implementare meccanismi che aumentino la trasparenza sull'origine e sul finanziamento delle informazioni, contribuendo a rendere più facilmente identificabili le fonti potenzialmente inaffidabili. Su tale piano, come è stato analizzato *sopra*, l'Unione Europea<sup>142</sup> ha iniziato ad agire e potrebbero essere utilizzate delle soluzioni "miste" umano-algoritmiche.

<sup>140</sup> "Sono gli over 65 a condividere più spesso le fake news", in *Ansa* del 03.08.2022.

<sup>141</sup> Cfr. proposte del Consiglio Nazionale dei Giornalisti per il 2023 in <https://www.odg.it/osservatorio-sul-giornalismo-digitale>.

<sup>142</sup> Cfr. al già menzionato Regolamento sulla trasparenza e il *targeting* della pubblicità politica.



- 3) *Collaborazione istituzionale con i media*: rafforzare ancora di più i canali di comunicazione e collaborazione costruttiva con le organizzazioni giornalistiche e di *fact-checking*, riconoscendone, anche sul piano normativo interno, il ruolo fondamentale nella lotta alla disinformazione e nella promozione di un'informazione accurata e verificata.

Oltre alle tre linee strategiche di azione descritte, che dovrebbero costituire i pilastri portanti di una vera e propria “Strategia nazionale di contrasto alla disinformazione”, si renderebbe necessaria l’implementazione di tre ulteriori “azioni complementari”, tali da garantire un adeguato e trasversale monitoraggio dell’efficienza, efficacia e stabilità della strategia complessiva. *In primis*:

- *Regolamentazione delle piattaforme online*: le grandi piattaforme dell’*online*, le c.d. *VLOPs*, come già ampiamente osservato, svolgono ormai un ruolo centrale nella diffusione delle informazioni, sia veritiere che false. È necessario, e in tal senso muovono tutti gli sforzi già compiuti sul tema in ambito comunitario, definire un quadro normativo chiaro che promuova la trasparenza degli algoritmi, la moderazione efficace dei contenuti dannosi e la responsabilizzazione delle piattaforme nella lotta alla disinformazione, nel rispetto della libertà di espressione. Bisogna quindi stabilire per tali soggetti:
  - 1) *Obblighi di trasparenza*: introdurre precisi obblighi di trasparenza per le piattaforme riguardo alle politiche di moderazione dei contenuti, all’utilizzo di algoritmi di raccomandazione e alla provenienza della pubblicità politica.
  - 2) *Meccanismi di segnalazione e rimozione*: rafforzare i meccanismi di segnalazione di contenuti falsi o fuorvianti e garantire processi di rimozione, in particolare dei contenuti ad elevato tasso di *hate speech*, rapidi ed efficienti, nel rispetto dei diritti degli utenti fruitori delle notizie.
  - 3) *Collaborazione con le autorità, a tutti i livelli*: stabilire canali di collaborazione strutturata tra le piattaforme dell’*online* e le autorità competenti, a tutti i livelli (ad esempio, con l’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, il Garante per la protezione dei dati personali, le Forze dell’ordine) per prevenire e contrastare la diffusione dei fenomeni di disinformazione dannosa e potenzialmente illegale.
- *Promozione di un “ambiente informativo” plurale e inclusivo*: un “ecosistema informativo” sano si basa sulla pluralità delle voci, sull’inclusione di diverse prospettive e sulla limitazione delle “camere dell’eco”. Gli esecutivi dei Paesi sviluppati, in tal senso, dovrebbero sostenere iniziative che promuovano il pluralismo dei media, il libero accesso all’informazione per tutti i cittadini, indipendentemente dalla



loro condizione socio-economica o geografica, e la valorizzazione del giornalismo locale e di prossimità<sup>143</sup>, da attuarsi mediante:

- 1) *Sostegno al pluralismo editoriale*: l'implementazione di politiche che favoriscano la diversificazione delle fonti informative e che contrastino la concentrazione eccessiva della proprietà dei media. Ad esempio, in Italia, caso *Mediaset-Berlusconi* nei primi anni 2000.
  - 2) *Infrastrutture digitali e loro accessibilità*: gli investimenti nello sviluppo di infrastrutture digitali adeguate e capillari, così da promuovere l'accessibilità all'informazione *online* per tutti i cittadini, superando il c.d. *digital divide*<sup>144</sup> e favorendo la creazione di "reti strategiche". In questa direzione, ad esempio, la recentissima operazione *TIM – OpenFiber*.
  - 3) *Valorizzazione del giornalismo locale*: attività di sostegno al giornalismo locale e di prossimità, che svolge un ruolo cruciale nel fornire informazioni rilevanti per le comunità e nel contrastare la disinformazione a livello territoriale<sup>145</sup>. L'Unione Europea si è mossa da alcuni anni in tale direzione con lo sviluppo di specifici programmi e fondi strutturali, come ad esempio il c.d. "Europa Creativa".
- *Monitoraggio, valutazione e adattamento della strategia*: la lotta alla disinformazione, infine, è da considerarsi una sfida dinamica che richiede un monitoraggio costante circa l'efficacia delle azioni intraprese e la capacità di adattare la strategia in base all'evoluzione del panorama informativo e delle tecniche di manipolazione. Per tale ragione, si rende necessario lo sviluppo di:
- 1) *Indicatori di performance*: definire indicatori chiave di *performance*, i celebri *Key Performance Indicators* o *KPI* per misurare l'impatto delle diverse iniziative sulla consapevolezza informativa dei cittadini<sup>146</sup> è fondamentale per rendere le politiche pubbliche di contrasto alla disinformazione misurabili scientificamente da un punto di vista statistico.
  - 2) *Ricerca e analisi*: sostenere la ricerca accademica e indipendente sul fenomeno della disinformazione, sulle sue cause, sui suoi effetti e sulle strategie più efficaci per contrastarla, come già avviene in maniera efficace in alcuni Paesi, come ad esempio negli Stati Uniti, dove, da anni, vengono svolte capillari analisi sul tema.

<sup>143</sup> Cfr. proposte del Consiglio Nazionale dei Giornalisti per il 2023 in <https://www.odg.it/osservatorio-sul-giornalismo-digitale>.

<sup>144</sup> Cfr. al comunicato stampa dell'ISTAT, *Cittadini e competenze digitali*, del 22.06.2023.

<sup>145</sup> Cfr., in particolare, al report "*Broadband coverage europe 2021*" della Commissione Europea.

<sup>146</sup> A. Ruffo, "I limiti dei K.P.I. nel contrasto alla disinformazione online e i rischi per lo Stato" in *Rivista di diritto pubblico italiano*, 2024.



- 3) *Meccanismi di feedback e di consultazione*: instaurare meccanismi di *feedback* e consultazione periodica con esperti dell'informazione, organizzazioni della società civile, rappresentanti dei media e cittadini per raccogliere opinioni e suggerimenti utili per migliorare la strategia, proprio come ha inteso fare l'Unione Europea con l'istituzione del già menzionato *EDMO*.

In sintesi, la strategia del Governo e del legislatore italiano per rendere maggiormente consapevoli i fruitori delle notizie dovrebbe essere coordinata e implementata sulle base delle sei direttrici sopra osservate e sostenuta da un impegno politico e finanziario costante e di lunga durata. Attraverso un approccio che integri l'educazione, il supporto al giornalismo di qualità, la regolamentazione delle piattaforme *online*, la promozione del pluralismo e un sistema di monitoraggio continuo, l'Italia potrebbe così finalmente aspirare a sviluppare e "creare" una cittadinanza più resiliente e informata, capace di "navigare" con consapevolezza e senso di responsabilità nel complesso "ecosistema informativo" contemporaneo.

## Riepilogo ragionato a definizione del quadro d'insieme, così come elaborato a seguito della ricerca condotta

A riepilogo di quanto sopra analizzato, possiamo, senza tema di smentita, affermare come la disinformazione e le *fake news* costituiscano certamente due fenomeni di estrema attualità e che nei prossimi anni tenderanno a diffondersi ulteriormente, alla luce del nuovo ruolo della comunicazione al giorno d'oggi, influenzata altresì, in maniera preponderante, dal largo utilizzo delle moderne tecnologie, tra cui l'IA, e delle reti sociali come strumenti di informazione da parte di fasce sempre più ampie della popolazione. Il loro obiettivo è quello di influenzare gli atteggiamenti e i comportamenti del pubblico, tramite l'ausilio delle nuove tecnologie, le quali, per la loro stessa natura, creano un ambiente favorevole alla proliferazione di queste informazioni false e deviate. L'Intelligenza Artificiale, tra le altre concause, sta fornendo ulteriore linfa vitale a questo "problema della società"<sup>147</sup>, perché sta rendendo sempre più semplice e meno costoso pubblicare notizie false in grado di catturare l'attenzione dei lettori e indurli ad una reazione emotiva e non ad un'analisi razionale dei contenuti.

Le soluzioni proposte in ambito sovranazionale, seppur utili per evitare di "perdere il controllo" della situazione, appaiono ancora non sufficienti, soprattutto

---

<sup>147</sup> Cfr. C.R. Sunstein, *On Rumors: How Falsehoods Spread, Why We Believe Them and What can be Done*, Princeton, 2014.



se proiettate in un futuro in cui l'informazione sarà sempre più automatizzata, e il livello di attenzione del pubblico sempre più basso<sup>148</sup>. Rappresentano, piuttosto, un tentativo di tamponare il problema, senza però intervenire sulle sue radici più profonde.

Come osservato in precedenza, alcuni algoritmi, se uniti ad un controllo umano, potrebbero costituire una possibile soluzione, ma il loro elevato costo costituisce un serio ostacolo nell'implementazione, che solo pochi Paesi al giorno d'oggi sarebbero disposti a superare.

La speranza è che le Istituzioni, anche sul piano sovranazionale, sempre più consapevoli dei danni causati dalle *fake news* e del contemporaneo arricchimento delle multinazionali operanti nel settore dell'informazione e dei metadati, a scapito della sicurezza dei propri cittadini, si dedichino con sempre maggior interesse nella creazione di soluzioni più efficaci, tra le quali, come accennato, l'educazione scolastica rappresenta sicuramente il primo passo.

I *social media*, in particolare *TikTok*, *Facebook*, *Instagram* e *Telegram*, rappresentano l'ambiente d'azione prediletto dai "disinformatori", complice la notevole semplicità nel creare *bot* automatizzati, che svolgono il proprio compito in completa autonomia e con grande efficienza.

Si auspica che i consigli di amministrazione delle grandi piattaforme *online*, le ormai note *VLOPs*, agiscano rapidamente, come richiesto ripetutamente anche dall'Unione Europea, per proteggere un pubblico sempre più giovane, sempre meno predisposto alla concentrazione e con un'alfabetizzazione mediatica particolarmente limitata.

L'obiettivo di questo studio è stato quello di proporre un "quadro di situazione" complessivo sul tema sia su un piano normativo-sostanziale sia su quello empirico-fattuale, di cercare di far luce su fenomeni esistenti da sempre ma relativamente nuovi nei termini attuali, come le *fake news*, ancora in fase di piena definizione sul piano normativo e di cui gli addetti ai lavori, soprattutto dei Paesi occidentali, iniziano ad essere consapevoli, ma che ancora ricevono una scarsa e inadeguata attenzione mediatica.

Il tema è enorme e con importanti risvolti economico-finanziari, in tutti i campi d'interesse; basti pensare che sulle piattaforme *TikTok* e *Instagram*, ad esempio, sta assumendo sempre maggiore rilevanza la presenza di sedicenti "esperti" in ambito finanziario, le cui qualifiche sono spesso non dichiarate e che trasmettono messaggi poco trasparenti e sicuri al proprio pubblico, infrangendo le linee guida delle piattaforme in materia di disinformazione e, talvolta, operando quali consulenti finanziari abusivi, in violazione del TUF<sup>149</sup> e delle norme del codice penale.

---

<sup>148</sup> P. Nikken, J. Jansz, Developing scales to measure parental mediation of young children's internet use. *Learning Media and Technology*, 2013.

<sup>149</sup> Cfr. Linee guida Consob, Requisiti di conoscenza e competenza del personale degli intermediari e dei consulenti finanziari autonomi, 09.04.2021.



Molti argomenti che in questo elaborato non sono stati approfonditi esaustivamente necessiterebbero di maggiore attenzione da parte della comunità scientifica, tra cui, ad esempio, le potenzialità e i rischi dell'IA nella diffusione della disinformazione, con particolare riferimento a programmi come *DeepFake* e *ChatGPT*, ancora estremamente recenti, lo studio di fenomeni affini, come la propaganda politica, e l'utilizzo dei *bot* per guadagnare consenso tra il pubblico e gli effetti della disinformazione sul futuro lavorativo e professionale degli adolescenti, principali - sebbene non esclusivi - fruitori dei *social media*.

Un ulteriore approfondimento necessario e solo accennato sarebbe quello riguardante l'aggiornamento degli strumenti educativi e della formazione degli insegnanti, i quali spesso non sono consapevoli del problema delle *fake news* e rischiano di sottovalutare i pericoli a cui i propri alunni sono sottoposti quotidianamente nel mondo *online*.

Sebbene gli interrogativi siano ancora numerosi e siano maggiori rispetto alle certezze che oggi abbiamo sulla disinformazione e le *fake news*, considerando soprattutto la loro storia piuttosto recente, possiamo rilevare come vi siano notevoli prospettive educative e digitali suscettibili di intervento pubblico. Le autorità, ad ogni livello, in futuro dovranno prestare grande attenzione al problema, tentando di limitare l'efficienza dell'economia delle *fake news* e cercando di riportare ai propri cittadini un'informazione il più possibile corretta e verificata. Un approccio collaborativo, in cui governi e grandi aziende multinazionali cooperino per trovare un punto d'incontro, appare, ad oggi, la sola soluzione praticabile ed auspicabile per arginare il fenomeno entro i limiti di "normalità e accettabilità" tipici degli ordinamenti democratici.



## Bibliografia/Sitografia

- (s.d.). Tratto da Osservatorio per la Digital Innovation del Politecnico di Milano: <https://www.osservatori.net>
- (s.d.). Tratto da <https://www.osservatori.net>
- (s.d.). Tratto da <https://lamagistratura.it/penale-e-sorveglianza/reati-dove-le-fake-news-costituiscono-la-condotta-incriminata-lart-656-c-p>
- (s.d.). Tratto da <https://fondazionepatriziopaoletti.org>
- (s.d.). Tratto da <https://fondazionepatriziopaoletti.org>
- (s.d.). Tratto da <https://www.sicurezzanazionale.gov.it/sisr.nsf/index.html>
- (s.d.). Tratto da <https://www.dogma.it/it/news/fake-news>
- (s.d.). Tratto da <https://www.odg.it/osservatorio-sul-giornalismo-digitale>
- A. Barbero. (2015). *Benedette Guerre: Crociate e Jihad*, Laterza.
- A. Brown. (2017). *What is Hate Speech? Part 2: Family Resemblances*. *Law and Philosophy*.
- A. Chadwick. (2017). *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford Academic.
- A. Drieschova. (2018). *Post-Truth Politics in the UK's Brexit Referendum*, in *New Perspectives, Interdisciplinary Journal of Central & East European Politics and International Relations*, vol. XXVI, n. 3.
- A. Elli, P. B. (2013). *Ramesse II e gli Hittiti. La battaglia di Qadesh, il trattato di pace e i matrimoni dinastici*. Ananke.
- A. Gupta et al. (2022). *Combating Fake News: Stakeholder Interventions and Potential Solutions*. University of Johannesburg Press.
- A. Guterres. (2020). *Appeal to Address and Counter COVID-19. Hate Speech*.
- A. Mantineo. (2020). *Completamente falso, praticamente vero. Le fake news e il racconto dell'emergenza coronavirus*. Media.
- A. Martusciello. (2019). *Manipolazioni o pluralismo: il caos dell'informazione*. Armando.
- A. Mongili. (2007). *Tecnologia e Società*. Carocci.
- A. Palmonari, N. C. (2012). *Psicologia sociale*. Il Mulino.
- A. Prakash, A. V. (2023). *Disentangling the Effect of Confirmation Bias and Media Literacy on Social Media Users' Susceptibility to Fake News*. *Journal of Content, Community & Communication*.
- A. Rettman. (2010). *EU diplomats to benefit from new intelligence hub 22.02.2010 - EU takes 'historic' step on new diplomatic service 08.07.2010*. EU Observer.
- A. Ruffo. (2024). *I limiti dei K.P.I. nel contrasto alla disinformazione online e i rischi per lo Stato in Rivista di diritto pubblico italiano*.
- A.L. Barabasi, L. (2004). *La scienza delle reti*. Einaudi.



- al., I. G. (2015). Countering Online. Hate Speech. Alma Laboris Business School. (s.d.). Chatbot case study: come rivoluzionano la comunicazione.
- B. Moffitt, S. T. (2014). Rethinking Populism: politics, mediatisation and political style. University of Luxembourg Press.
- B. Nelson. (2012). Design for Learning in Virtual Worlds. Routledge.
- B. Ruffilli. (2017). Il sistema di verifica delle notizie false di Facebook arriverà presto anche in Italia, La Stampa.
- C. Esposito. (1958). La libertà di manifestazione del pensiero nell'ordinamento italiano.
- C. Wardle, P. &. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making.
- C.R. Sunstein. (2014). On Rumors: How Falsehoods Spread, Why We Believe Them and What can be Done. Princeton.
- C.R. Sunstein. (2017). Republic. Divided Democracy in the Age of Social Media, Princeton Press.
- D. Goleman. (2011). Intelligenza emotiva, Rizzoli.
- D. Kahnemann. (2011). Pensieri lenti e veloci. Mondadori.
- E. Canetti. (2022). Massa e Potere. Adelphi Edizioni.
- E. Catelani. (2020). Fake news e democrazia. Rivista di Diritto Costituzionale.
- E. Kiely, L. R. (2016). How to spot Fake News. FactCheck.
- E. Pariser. (2025). The Filter Bubble: What The Internet Is Hiding From You. Penguin.
- F. Faloppa. (2020). #Odio. Manuale di resistenza alla violenza delle parole. UTET.
- F. Filippi. (2024). 500 anni di rabbia: rivolte e mezzi di comunicazione da Gutenberg a Capitol Hill. Bollati Boringhieri.
- G. De Gregorio. (2021). The Rise of Digital Constitutionalism in the European Union. International Journal of Constitutional Law.
- G. Di Cesare, R. G. (2011). L'adolescenza come risorsa. Una guida operativa alla peer education. Carocci.
- G. Ghidini e D. Manca. (17.05.2024). Fake news ed elezioni, Corriere della Sera.
- G. Lavenia. (2012). Internet e le sue dipendenze. Dal coinvolgimento alla psicopatologia, FrancoAngeli.
- G. Le Bon. (2004). Psicologia delle folle (1895). TEA.
- G. Mari. (2025). L'orchestra di Goebbels. Edizioni Lindau.
- G. Paoloni. (2018). Documenti, istituzioni e social network: le discipline documentarie e il fenomeno fake news. studio Università La Sapienza di Roma.
- G. Sartor – A. Loreggia. (15.09.2020). The impact of algorithms for online content filtering moderation: "Upload filters". Europarl.europa.eu.
- G.Orwell, (2016). 1984. Mondadori.



- H. Alcott, M. G. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, vol. II, n. 31.
- H. Marshall, A. D. (2018). Post-Truth Politics in the UK's Brexit Referendum, in *New Perspectives, Interdisciplinary Journal of Central & East European Politics and International Relations*, vol. XXVI, n. 3.
- I. Awan – R. Khan-Williams. (2020). Research Briefing Report 2020: Coronavirus, Fear and How Islamophobia Spreads on Social Media. [tandis.odihhr.pl](http://tandis.odihhr.pl).
- J. Balkin. (2014). Old-School/New-School Speech Regulation. *Harvard Law Review*, 127-8.
- J. Burkhardt. (2018). Combating Fake News in the Digital Age, American Library Association.
- J. Waldron. (2012). The Harm. Hate Speech.
- J. Weinstein, E. S. (2009). An Overview of American Free Speech Doctrine and its Application to Extreme Speech. I. Hare.
- L. Canfora. (2008). *Filologia e libertà*, Mondadori.
- L. Floridi. (2014). *The Fourth Revolution*, Oxford.
- L. Nota. (2019). La passione per la verità: come contrastare fake news e manipolazioni e costruire un sapere inclusivo, Franco Angeli.
- L. Sofri. (2015). *Notizie che non lo erano: perché certe storie sono troppo belle per essere vere*, Rizzoli.
- M. Bettoni. (2011). *Profili giuridici della privatizzazione della censura. Ciberspazio e Diritto*.
- M. Bloch. (2004). *La guerra e le false notizie (1921)*. Donzelli Editore.
- M. Castellaneta. (2020). *Discriminazione razziale e propaganda, obblighi di valutazione del contesto e critica politica tra diritto interno e diritto internazionale*. Medialaws.
- M. Gentzkow. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, vol. II, n. 31.
- M. Isaac, (15.12.2016), *How Facebook's Fact-Checking Partnership Will Work*. [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com).
- M. Mezza. (2018). *Algoritmi di libertà: la potenza di calcolo tra dominio e conflitto*, Donzelli.
- M. Monti. (1/2017.). *Fake news e social network: la verità ai tempi di Facebook*, *Rivista di diritto dei media*.
- M. Taddeo – L. Floridi. (2017). *New Civic Responsibilities for Online Service Providers*, Cham.
- M. Vella. (2019). *Da Pericle a Trump, passando per Dumas: alle origini delle fake news*, Università di Siena.
- M. Zimdars. (2020). *Fake News: Understanding Media and Misinformation in the Digital Age*, The MIT Press.
- M.J. Matsuda et al. (1993). *Words That Wound. Critical Race Theory, Assaultive Speech, and the First Amendment*. Boulder.



- N. Suzor. (s.d.). Digital Constitutionalism: Using the Rule of Law to Evaluate the Legitimacy of Governance by Platforms, *Social Media + Society*, 4-3.
- Nota Garante Privacy 28 dicembre 2020, prot.n. 49472. (s.d.).
- O. Pollicino – E. Bietti. (s.d.). Truth and Deception across the Atlantic: A Roadmap of Disinformation in the US and Europe. *Italian Journal of Public Law*.
- O. Pollicino. (2017). Fake News, Internet and Metaphors (to Be Handled Carefully), *Italian Journal of Public Law*.
- P. Barile. (1953). Il soggetto privato nella Costituzione Italiana.
- P. Herrero-Diz, J. C.-J. (2020). Teens Motivations to Spread Fake News on Whatsapp. *Sage Journals*.
- P. Nikken, J. J. (2013). Developing scales to measure parental mediation of young children's internet use. *Learning Media and Technology*.
- P. Zanker. (2006). Augusto e il potere delle immagini. Bollati Boringhieri.
- R. Piccolo. (2024). Finta pausa dei dazi, ecco il post che ha mandato in tilt Wall Street. *Wired*.
- S. Banaji – R. Bhat. (24.10.2020). Disinformation against Indian Muslims during the COVID-19 pandemic. [blogs.lse.ac.uk](https://blogs.lse.ac.uk).
- S. Fois. (1957). Principi costituzionali e libera manifestazione del pensiero.
- S. Giusti, E. P. (2021). Democracy and Fake News. *Information Manipulation and Post-truth Politics*, Routledge.
- S. Guriev, E. P. (2022). The Political Economy of Populism. *Economic Literature*.
- S. Latorre. (05.12.2021). Fake news: la pubblicazione di notizie false, in *La Magistratura*, rivista dell'Associazione Nazionale Magistrati.
- S. Moscovici. (2005). Le rappresentazioni sociali. Il Mulino.
- S. Quintarelli. (2017). Content moderation: i rimedi tecnici, in G. Pitruzzella – O. Pollicino – S. Quintarelli, *Parole e potere. Libertà d'espressione, hate speech e fake news*, EGEA.
- S. Steinert. (2020). Corona and value change. The role of social media and emotional contagion. *Ethics and Information Technology. Journal of Psychology*.
- S. Walker. (1994). The History of an American Controversy, *Hate Speech*.
- S.U. Noble. (2018). Algorithms of Oppression. How Search Engines Reinforce Racism. New York.
- T. De Mauro. (2009). Un esercito di analfabeti per un mostro mite. *L'indice dei libri*, n. 12.
- T. Khun. (2009). La struttura delle rivoluzioni scientifiche. Einaudi.
- T. Khun, (2009). La struttura delle rivoluzioni scientifiche. Einaudi.
- T.D. Oliva – D.M. Antoniali – A. Gomes. (2021). Fighting Hate Speech, Silencing Drag Queens? Artificial Intelligence in Content Moderation and Risks to LGBTQ Voices Online. *Sexuality & Culture*.
- U. Klinger, J. S. (2015). The emergence of network media logic in political communication: A theoretical approach. Uppsala University Press.



V. Bakir - A. McStay. (2023). *Optimising Emotions, Incubating Falsehoods: How to Protect the Global Civic Body from Disinformation and Misinformation*. Macmillan.

V. Claussen. (2018). *Fighting hate speech and fake news. The Network Enforcement Act (NetzDG) in Germany in the context of European legislation*. Medialaws.

W. Quattrociocchi. (2017). *Misinformation. Guida alla società dell'informazione e della credulità*. Franco Angeli.

Z. Baumann. (1999). *Modernità liquida*. Laterza.