

IL FENOMENO

Social «violenti», ecco come difendersi

Fake news, insulti e bullismo on line: le leggi tutelano la nostra reputazione digitale

«**L**a calunnia è un venticello, un'auretta assai gentile», canta don Basilio nel Barbieri di Siviglia sobillando don Bartolo a sputtanare il Conte di Almaviva con un passaparola di quelle che oggi si chiamerebbero fake news. E che oggi sarebbero proparate non nelle piazze e nei caffè ma attraverso i social network, grandissimi megafoni che chiunque può impugnare ruttandoci dentro qualsiasi cosa.

La reputazione online è una cosa seria. Al punto che un libro uscito da qualche settimana e scritto dall'avvocato Alessandra B. Fossati (Reputazio-

ne e social network, Munari Cavani Publishing, 128 pagine, 14 euro) fa un punto della situazione giuridica nel nostro Paese, svelandoci le implicazioni legali del tema, la giurisprudenza in materia e gli strumenti con cui difenderci.

Prima di tutto «occorre avere cura della propria identità digitale e gestirla in modo consapevole alla luce delle ripercussioni - letteralmente sconfinate in termini territoriali e temporali - che si possono verificare in ambito personale e lavorativo, evitando di dover ricorrere ex post all'esercizio selvaggio del diritto all'oblio», scrive

Fossati. Insomma, prima di tutto dobbiamo aver cura di non autocalunniarci postando cose di cui potremmo pentirci in un secondo momento.

Ma che accade se sono gli altri ad attaccarci sui social? Il reato di diffamazione è stato esteso anche alle opinioni e ai giudizi espressi in Rete, fin da quando nel dicembre 2000 la Corte di Cassazione in una sentenza rivoluzionaria riconobbe la «portata potenzialmente erga omnes di messaggio diffuso in Rete» perché accessibile a una moltitudine indeterminata di soggetti. Vediamo social per social che cosa accade.



WHATSAPP

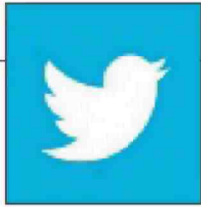
Vietato chattare se si è consapevoli di ledere l'immagine di qualcuno

■ Whatsapp è il più diffuso sistema di messaggeria istantanea su internet. Apparentemente sembra uno strumento poco adatto alla diffamazione dal momento che si sviluppa soprattutto con messaggi personali. Ma come scrive l'avvocato Fossati, «il messaggio inviato tramite chat o Whatsapp da una persona ad altre configura il reato di diffamazione purché sia assente il soggetto offeso e esso sia rivolto a due o più persone (anche "virtualmente"). Sotto il profilo soggettivo, occorre inoltre nel soggetto agente la consapevolezza di scrivere qualcosa di lesivo dell'altrui reputazione e di comunicare la frase denigratoria a più persone». La fattispecie si applica anche al caso di chat, che è un sistema di messaggistica anche di gruppo che si caratterizza per il suo essere *real time*, nel senso che gli utenti sono connessi e i messaggi istantanei. In caso di denuncia il diffamatore può invocare il diritto di critica ma non quello di cronaca che si applica alle attività giornalistiche.-

60 miliardi

I messaggi al giorno che vengono scambiati tramite il più diffuso sistema di messaggeria istantanea su internet dagli oltre 1,5 miliardi di utenti





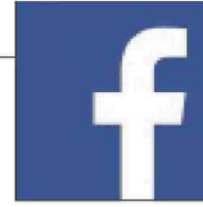
TWITTER

Anche il «retweet» fa nascere la colpa se non ci si dissocia in modo chiaro

■ Twitter è il più «giornalistico» tra i più diffusi social network, specializzato com'è in notizie e microblogging. Da questo punto di vista è quindi quello che più si presta a essere strumento di diffamazione online. Scrive Fossati: «La diffamazione su Twitter opera quando l'offesa è riferita a una persona ben individuata o individuabile con certezza; quando l'offesa è scritta nella bacheca pubblica attraverso post, commenti o retweet, ovvero sia quando è proferita tramite messaggistica privata tra utenti, purché si tratti di almeno due persone; quando l'offesa è postata con la consapevolezza e la volontà dell'autore di offendere l'altri reputazione e onore». La diffamazione aggravata ricorre soltanto «nel caso di offesa postata sulla bacheca pubblica». Quanto al retweet non è una semplice citazione che non impegni chi lo fa come un *endorsement* di un'eventuale calunnia, ma può essere fonte di responsabilità se colui che lo fa non si dissocia in maniera inequivocabile.

330 milioni

Gli utenti in tutto il mondo del social network specializzato in notizie e in microblogging. In Italia «cinguetano» ogni mese 8 milioni di persone



FACEBOOK

Per commettere reato è sufficiente fare commenti denigratori a un post

■ Facebook è certamente il social network più popolare e quello oggetto del maggior numero di pronunce giurisprudenziali in tema di diffamazione online. Inizialmente si era tentata una differenza tra il caso in cui la notizia falsa o l'insulto fosse pubblicato su una pagina personale, inaccessibile a chi non avesse il consenso del titolare; e quello in cui comparisse in una pagina in cui l'utente non sceglie direttamente i propri interlocutori. Poi con la sentenza della Cassazione del 22 gennaio 2014 i giudici di legittimità hanno stabilito che quando il fatto sia commesso mediante la pubblicazione su un profilo di Facebook sussiste sempre «l'aggravante dell'utilizzo del mezzo di pubblicità». Non solo: si configura la diffamazione aggravata a mezzo Facebook anche per chi aggiunge a un post denigratorio un successivo commento della stessa portata offensiva. Inoltre perché esista diffamazione il soggetto non deve essere necessariamente citato ma basta che sia agevolmente identificabile.

2,2 miliardi

Gli utenti al mondo di facebook, ciò che ne fa il social network più diffuso al mondo, davanti a Youtube che ha 1,9 miliardi di utenti. In Italia sono iscritti a Fb in 31 milioni

INSTAGRAM

Basta un fotomontaggio per far male Il caso di un blogger islandese

■ Instagram è il social che punta forte sulle immagini. E quindi sembrerebbe al riparo da rischio di diffamazione. E invece no. La Corte europea di giustizia di Strasburgo ha di recente affermato che «la tutela della reputazione va assicurata anche a chi subisce accuse diffamatorie attraverso la manipolazione di immagini». Al proposito l'avvocato Fossati riferisce di un caso che ha interessato l'Islanda, dove un blogger ha fatto ricorso ai giudici europei perché malgrado fosse stato prosciolto dalle accuse di stupro che gravavano su di lui, qualcuno aveva diffuso su Instagram dei fotomontaggi che riproducevano una falsa pagina di giornale che lo accostavano alla parola «stupratore». Il diffamatore si era difeso dicendo che l'immagine, pensata per essere diffusa in una ristretta cerchia di persone, era rimbalzata a sua insaputa e i giudici islandesi gli avevano dato ragione. Ma la Corte europea aveva stabilito che Reykjavik non aveva temperato la libertà di espressione con la tutela della reputazione privata.

1 miliardo

Instagram, che negli ultimi giorni è nella bufera per le falle manifestate nella tutela della privacy dei suoi utenti, ha circa un miliardo di «clienti» attivi nel mondo

