

Dipartimento
di Economia e Management

Cattedra di Strategie di Comunicazione e Tecniche di Pubblicità

Asimmetrie della Comunicazione: dalla società connessa agli elementi che la inquinano

Prof. Gianluca Comin

RELATORE

Antonio Marco Vita

CANDIDATO

INDICE

INTRODUZIONE pag.	2
Primo Capitolo: il Pianeta Connesso pag.	4
1.0 La società liquida digitale pag.	4
1.1 Disturbi del terzo millennio: fenomeni legati all'Interconnessione pag.	5
1.2 Il concetto di Informazione su internet: le variabili che lo regolano pag.	8
1.3 Social feed: seduzione del web pag.	11
1.4 Fallimenti della Comunicazione: errori legati alla disinformazione pag.	14
Secondo Capitolo: Dietro lo Schermo pag.	19
2.0 Un nuovo processo economico pag.	19
2.1 Capitalismo della Sorveglianza: storia e funzioni pag.	20
2.2 Termini e condizioni della sorveglianza: lo scandalo Cambridge Analytica pag.	22
2.3 Il circolo dell'esproprio: il caso di Google Street-View pag.	24
2.4 Pokemon Go: prodotti del Capitalismo della Sorveglianza pag.	27
Terzo Capitolo: Globalizzazione e Protezione del Consumatore pag.	31
3.1 Genesi della politica a Tutela del Consumatore pag.	31
3.2 Il Codice del Consumo pag.	33
3.3 La Class Action: come funziona e che cosa cambia per i Consumatori pag.	37
3.4 L'evoluzione della Tutela del Consumatore in Europa pag.	40
3.5 Il Consumatore Globale Interconnesso pag.	44
CONCLUSIONI pag.	49
Bibliografia pag.	53
Sitografia pag.	58

“Computers are incredibly fast, accurate, and stupid. Human beings are incredibly slow, inaccurate, and brilliant. Together they are powerful beyond imagination.”

ALBERT EINSTEIN

INTRODUZIONE

Circa trent'anni fa lo storico della tecnologia Melvin Krantzberg esponeva le sue leggi sulla storia della tecnologia e affermava: "la tecnologia non è né buona né cattiva e non è neppure neutrale". Tale affermazione se la inquadrriamo sul potenziale che le tecnologie attuali consentono alla comunicazione nella cosiddetta "società della informazione" ci permette di non cadere in trappole tipiche del ragionare dicotomico (media come manipolazione vs. i media come empowerment) per essere visti invece in chiave critica. Da un lato tutta la retorica tecno-utopistica sulla neutralità della comunicazione, dall'altro tutti i discorsi sulla partecipazione, sulla libertà di accesso all'informazione sono comparazioni su cui è necessario stimolare una maggiore conoscenza e riflettere per evitare forme sempre più sottili e striscianti di controllo sociale nonché veri e propri habitat di consumo mediale.

Questo elaborato si avvale delle conoscenze sviluppate durante l'esperienza di studio che, insieme alla mia grande curiosità verso tutto ciò che si nasconde, in un tempo digitale, "dietro" la smaterializzazione dei confini spazio temporali, cerca di analizzare il mondo virtuale che oggi ci circonda della comunicazione.

Lo studio si fa strada tra i meandri più sconosciuti di internet, mezzo di comunicazione interplanetario capace di connettere miliardi di persone; grande protagonista degli ultimi decenni di storia sulla terra, internet ha avviato l'era dell'informazione che dalle generazioni a venire sarà percepita come genesi di tutto.

L'intento è quello di mettere alla luce i nuovi fenomeni del web che parassitano intorno alla vita da utente del sistema in modo da stimolare la riflessione sulla necessità di protezione del consumatore.

Internet ha ridefinito qualsiasi sistema ideato dall'uomo, la riforma dell'interconnessione è stata così profonda che in pochi decenni, potenziato le attività umane, semplificando e migliorando la vita di ogni giorno, tanto da rendere l'uomo quasi totalmente dipendente dal supporto tecnologico.

Smartphone e PC connettono 4,6 miliardi di persone. Quasi ogni abitante del mondo sviluppato possiede uno smartphone e i numeri sono in crescita anche in paesi sottosviluppati, rendendo la tecnologia dell'informazione la più diffusa del mondo.

Nonostante le prospettive e gli ausili che ci offre il mondo della libera informazione internet, l'uomo non sa nulla del suo funzionamento e per questo la sua percezione della realtà è alterata.

Sono molteplici le trappole che l'uomo ha nascosto nel web, talmente bene da risultare impossibile stabilire un confine tra ciò che serve e ciò che non va fatto.

Oggi il web è composto da migliaia di correnti che cercano di attirare la nostra attenzione, ognuna in una direzione diversa, il fine però è il medesimo: farci essere utenti attivi.

Osserveremo da vicino come funzionano i processi delle grandi aziende di internet che tramite sofisticate analisi di dati riescono a comprendere le preferenze degli utenti in modo da presentare contenuti e prodotti sempre più coinvolgenti, e osserveremo come questo processo ha portato all'affermarsi di altre pratiche atte a minare la consapevolezza dell'utenza.

Nel primo capitolo indagheremo sulla società al mondo interconnesso e di come essa sia stata profondamente influenzata dal web, individueremo i disturbi legati al mondo connesso, vedremo quali sono le variabili che regolano il processo dell'informazione all'interno di internet e di come i social network favoriscono un meccanismo che illude gli utenti, in particolare osserveremo alcuni casi in cui la disinformazione ha creato problemi reali nel mondo.

Nel secondo capitolo si parlerà del capitalismo della sorveglianza per spiegare la logica secondo cui operano le aziende di internet e verranno analizzati gli strumenti di persuasione di cui si servono per renderci utenti attivi. In particolar modo analizzeremo come queste aziende violino deliberatamente la privacy degli utenti, con il caso di Cambridge Analytica; come abbiano compreso il modo di portare dalla loro parte l'opinione pubblica, con lo scandalo di Google Street-View e di come essi abbiano imparato a ridirigere le loro tecnologie per creare nuovi contenuti, come il gioco Pokemon Go.

Infine, nel terzo capitolo osserveremo quali sono le questioni più rilevanti che toccano il nostro ordinamento legislativo e le direttive comunitarie aventi per oggetto la materia consumeristica in modo da poter valutare il rapporto con i cambiamenti epocali che riguardano la comunicazione e le criticità della globalizzazione radicale delle tecnologie dell'informazione che hanno generato un mondo connesso.

Primo Capitolo: IL PIANETA CONNESSO

1.0 La Società liquida digitale

Durante il periodo storico della rivoluzione informatica abbiamo cominciato a trovare modi per immagazzinare sempre più informazioni in contenitori sempre più piccoli: radio, televisioni e personal computer. Abbiamo sviluppato la tecnologia telematica in modo da permettere a più utenti di comunicare tra di loro tramite macchine e reti di telecomunicazioni, consentendo loro di accedere a informazioni e contenuti, lavorare e controllare. Infine abbiamo imparato ad automatizzare e meccanizzare processi di lavoro troppo dispendiosi per mezzo dello studio e dello sviluppo di hardware, software fino a toccare le vette dell'Intelligenza Artificiale.

Il prodotto di questi fenomeni è la società connessa.

Internet, rete di comunicazione interplanetaria e banca dati, in associazione a smartphone e PC, oggi la fanno da padrone, connettendo 4,6 miliardi di persone, 20 miliardi di devices. Quasi ogni abitante del mondo sviluppato possiede uno smartphone e i numeri sono in crescita anche in paesi sottosviluppati. In breve tempo sono diventati i terminali d'accesso ad un mondo che ha innovato e monopolizzato gran parte dell'attività umana, ha reso obsoletti prodotti o servizi che avevano a loro volta cambiato il mondo: fax, fotocamere compatte, servizi postali, reti televisive, telefonia fissa e servizi di stampa. I media digitali hanno amplificato un processo già abbondantemente avviato dai mass media, accelerando i processi di segmentazione e ibridazione dei consumi culturali e dei servizi media-related già esistenti.¹ Gli uomini a cavallo del 20' e del 21esimo secolo, pionieri di un mondo sconosciuto, credevano che la connessione e una banca dati accessibile a tutti sarebbero stati mezzi attraverso i quali avrebbero potuto espandere le loro capacità sociali; convinti che l'esistenza di un cervello globale come internet avrebbe segnato il passo da una società individualista a una collettiva.

Al contrario l'era digitale è stata caratterizzata dall'ascesa dell'individuo come protagonista dove tutti i nuovi strumenti sono fatti a nostra immagine e somiglianza, i social media sono diventati parte integrante della nostra vita, si sono evoluti dalle prime chat room e hanno rivoluzionato il modo in cui le persone comunicano, raccolgono e condividono informazioni. Abbiamo aumentato la consapevolezza di noi stessi e del mondo che ci circonda e abbiamo creduto di possedere la verità in tasca. Gli effetti non sono tutti positivi, anche se la tecnologia

¹ Cappello G., Ritorno al futuro – Miti e realtà dei nativi digitali, Aracne Editrice, Roma, 2012.

multidimensionale consente pratiche socializzanti dandoci il permesso di far parte del mondo digitale, ci sono individui che hanno difficoltà a distinguere la realtà del mondo da quella camaleontica del web. A poco più di 30 anni per cui le tecnologie, che oggi costituiscono la base di Internet, cominciarono a diffondersi in tutto il globo e la popolarità della rete è divenuta massiva, abbiamo accesso a qualsiasi informazione esistente ma allo stesso tempo non siamo in grado di stabilire se essa sia vera o falsa; il mondo intero è connesso alla stessa rete e noi non abbiamo trovato un sistema per regolarlo.

L'uomo, alimentato da una sorta di "infatuazione tecnologica digitale", è finito ad essere vittima di un processo che è finalizzato a spingere l'utente a consumare di più e non si accorge che il fine della tecnologia di oggi è passato dal mero fine di comunicare alla ricerca della massima attivazione dei consumatori.

1.1 Disturbi del terzo millennio: fenomeni legati all'interconnessione

Se il sottoprodotto della seconda rivoluzione industriale è stato l'inquinamento della terra, con conseguenze catastrofiche, quali costi comporterà per il genere umano la terza?

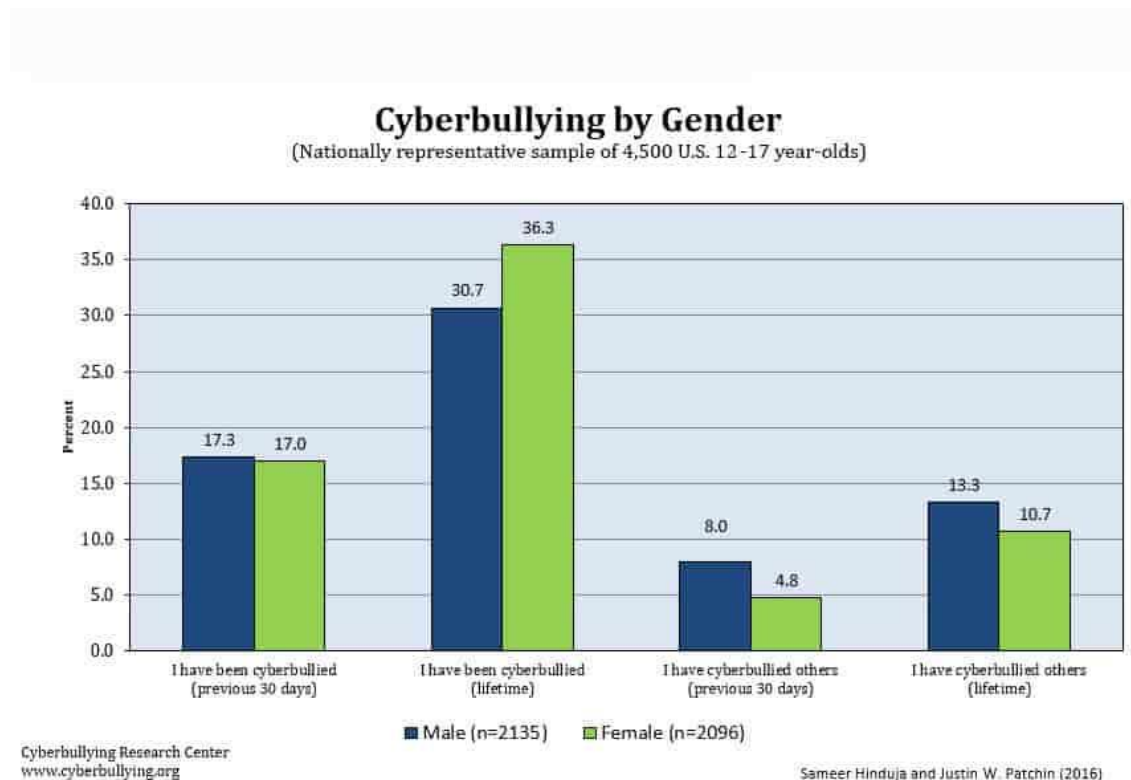
Nonostante internet sia relativamente giovane ha già lasciato delle tracce da cui si può evincere quali siano gli effetti che finora ha prodotto, le statistiche sono molto preoccupanti soprattutto se andiamo ad osservare quelle inerenti ai bambini e gli adolescenti, per la maggior parte essi non hanno ricordo di un mondo senza iperconnessione, pertanto sono i soggetti più volubili del traffico dei dati.

Nel corso dell'elaborato utilizzerò rilevazioni e dati provenienti dagli Stati Uniti d'America visto che gli USA continuano ad avere un'indiscussa leadership sulla tecnologia digitale e sui suoi derivati nella comunicazione di massa oltre che essere uno degli stati con il tasso di popolazione connessa più alto.

Le statistiche più preoccupanti che ci fanno osservare come il mondo è stato scosso dagli eventi degli ultimi tempi sono quelle inerenti ai bambini. Considerando il periodo che va dal 2009, nascita dei social network come fenomeno interplanetario, al 2018, è stato riscontrato un aumento del 61%² del tasso di suicidi tra gli adolescenti americani rispetto alle statistiche precedenti, è stato riscontrato in oltre un aumento nei giovani dei tassi di depressione, ansia e autolesionismo sempre legati all'uso di tecnologie. La motivazione di questi fenomeni potrebbe

² Ivey-Stephenson AZ., Demissie Z., Crosby AE., et al. Suicidal Ideation and Behaviors Among High School Students — Youth Risk Behavior Survey, United States, 2019.

essere che i social media sono in grado di mettere di fronte a realtà molto diverse e che possono suscitare pensieri negativi, esperienze che chi è cresciuto senza l'iperconnessione non può conoscere. Per esempio spesso può capitare che dei bambini o ragazzi possono essere portati a credere che la loro vita sia inadeguata perché "scrollando" sono incappati nelle foto di un viaggio di un amico. Al contrario può succedere che l'esperienza negativa su internet derivi direttamente da una community. Può capitare che un gruppo di persone aiutati dall'anonimato, o comunque dalla necessaria non presenza fisica di internet, prendano di mira un altro gruppo o un singolo tramite minacce, molestie o prese in giro ripetute. Questo fenomeno prende il nome di cyberbullismo. Il 34% degli studenti degli Stati Uniti³ afferma di avere avuto un'esperienza del genere (17% negli ultimi 30 giorni). Il dato più preoccupante è che il 64% crede di avere osservato una diminuzione della capacità di apprendere e soprattutto sentono di avere difficoltà a sentirsi al sicuro a scuola.



Per ovviare al problema il Cyberbullying Research Center si è occupato di individuare come rendere i giovani più resilienti in modo da aiutarli a rispondere ai trattamenti di odio e violenza su internet. Per dare supporto ai ragazzi occorre dargli modo di individuare quali sono i loro pregi,

³ Hinduja S., Patchin J.W., New National Bullying and Cyberbullying Data, 2016.

invece dei difetti, per farli rendere conto della loro forza. Promuovere ambienti sani che favoriscono il dialogo riguardante i problemi sociali dei ragazzi.⁴

Altri studi dell'Università di Pennsylvania⁵ affermano che un uso esagerato di Facebook, Snapchat, Instagram, piattaforme che promuovono la celebrazione di eventi personali o di gruppo, possono causare l'aumento della solitudine avvertita dagli individui, specialmente se più giovani, oltre che favorire la depressione e stati di ansia a causa della mancanza di contatto umano.

Sono stati anche osservati alcuni casi in cui la celebrazione personale può sfociare in eccessivo egocentrismo andando ad intaccare anche i rapporti interpersonali dell'individuo.

Un altro tipo di disturbo molto diffuso tra i più giovani, ma anche tra gli adulti è il FOMO "Fear of Missing out"⁶, letteralmente, paura di perdersi qualcosa. È una forma di ansia sociale che colpisce sempre più giovani, consiste nel desiderio irrefrenabile di voler assistere alle attività delle altre persone sui social per paura di perdersi un evento o un'esperienza. È un disturbo che ti convince a sbloccare continuamente il telefono per controllare le notifiche o in cerca di aggiornamenti. Direttamente collegato al FOMO vi è un altro disturbo chiamato No.Mo.Fobia⁷ (No Mobile Fobia) ossia la paura di non essere raggiungibili al cellulare, colpisce i giovani con bassa autostima e chi ne soffre può arrivare ad avere attacchi di panico, vertigini, tremore e tachicardia se la rete dovesse essere irraggiungibile o il telefono scarico. Il disturbo ha già causato disservizi, infatti, una conducente dell'ATAC (servizio di trasporti pubblico romano) 38enne è stata licenziata perché sorpresa a pubblicare contenuti sui social alla guida. I video, pubblicati su Tik Tok, la mostravano mentre ballava e correva con il mezzo durante il normale svolgimento del suo lavoro. Per evitare il licenziamento la donna aveva portato un certificato dello psicologo in cui si attestava la nomofobia e la dipendenza da smartphone.

Secondo l'ente di ricerca britannico Yougov 6 ragazzi su 10 portano lo smartphone a letto e il 53% soffre di stati di ansia se impossibilitati ad accedere ad internet.

Ezio Belinelli, presidente dell'International Foundation Erich Fromm, associazione senza scopo di lucro che si occupa di psicoanalisi afferma "L'abuso dei social network può portare all'isolamento.

⁴ Cyberbullying Research Center, "Resilience: Avoiding Victimization By Developing Social Competence" 2017.

⁵ Melissa G. Hunt, Rachel Marx, Courtney Lipson, and Jordyn, "More FOMO: Limiting Social Media Decreases Loneliness and Depression. Young." *Journal of Social and Clinical Psychology* 2018.

⁶ Przybylski, Andrew K., Murayama, Kou, DeHaan, Cody R., Gladwell, Valerie. Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*. 2013.

⁷ Gianluigibonanomi.com - Gianluigi Bonanomi, "FOMO" e "Nomofobia": che cosa sono? 2017

L'utilizzo smodato e improprio del cellulare può provocare non solo divari enormi tra persone, ma anche a chiudersi in sé stesse e a alimentare la paura del rifiuto".

Da questi disturbi deriva un altro fenomeno dei nostri giorni, la Virtual Distance⁸. Essa si verifica quando due persone sono fisicamente insieme ma le loro attività sono completamente assorbite dai loro device tecnologici, annullando o limitando le normali interazioni umane. Come il resto, si può facilmente osservare nei più giovani, ma anche negli adulti.

La motivazione potrebbe essere che gli utenti hanno sviluppato una vera e propria dipendenza da internet a causa delle dopamine, un neurotrasmettitore che viene rilasciato nell'organismo quando si sta facendo qualcosa che reca piacere: parlare con un caro amico, sentire la propria canzone preferita, ricevere un mi piace. Per tanto ad ogni interazione con i device corrisponde un conseguente rilascio nel corpo di questa sostanza dopante. Gli uomini spinti da questo meccanismo di ricompense, scelgono di imbottirsi di dopamina ignorando gli effetti sulla salute, con il pericolo di incappare in malattie psichiche⁹ o atrofizzare le loro normali capacità di affrontare le cose.

Tutte queste sindromi derivano principalmente da bassa autostima, ciò va combattuto ricercando uno stile di vita moderato, in equilibrio con la tecnologia e con se stessi.

1.2 Il concetto dell'informazione su internet: le variabili che lo regolano

Dal momento in cui l'utente sceglie di sbloccare il proprio device involontariamente prende parte a un processo che mira ad avere la sua totale attenzione per più tempo possibile. Il 62% degli adulti negli Stati Uniti utilizza solamente i social per rimanere informato¹⁰.

Internet ha democraticizzato l'accesso alle informazioni ma allo stesso tempo ha permesso a fenomeni che inquinano la vita degli utenti di proliferare: fake news, propaganda mascherata, analisi fuorvianti.

Prima di proseguire bisogna fare una piccola parentesi su quella che è a tutti gli effetti una delle variabili che dice di più sul funzionamento delle informazioni nella società odierna.

⁸ Lojeski, Karen. Making Virtual Distance Work in the Digital Age. 2007.

⁹ Davidow, Bill. "Exploiting the neuroscience of internet addiction." The Atlantic 18, 2012

¹⁰ Nagi, Kuldeep, New Social Media and Impact of Fake News on Society, 2018.

La notiziabilità è «l'attitudine di un evento a essere trasformato in notizia»¹¹ ed è la logica tradizionale secondo cui le notizie sono scelte per essere pubblicate, mirando al pieno coinvolgimento del lettore. Essendo internet un mondo privo di controllo è facile che questa logica faccia diventare la notizia in un mero modo di raccattare traffico di dati in più per alcune pagine o siti che perseguono lo scopo della monetizzazione facile. Infatti, una delle piaghe che minano più facilmente la vita dell'utente e che alimentano il clima di disinformazione sul web sono le fake news: notizie false, pseudonotizie, create appositamente per fuorviare l'opinione del lettore con informazioni inventate, distorte o ingannevoli con il compito di disinformare, creare scandalo oppure attirare traffico di utenze. Sono arrivate alle luci della ribalta nel 2016 quando alcuni tecnici hanno suggerito che le fake news hanno avuto un ruolo determinante a seguito della campagna presidenziale negli Stati Uniti d'America¹² e da allora non hanno mai smesso di accompagnarci.

Secondo il Guardian¹³, le elezioni presidenziali del 2016 sono state interessate dal fenomeno delle fake news su una scala senza precedenti, tanto da poter affermare che la diffusione di queste tramite i social network, in particolare Facebook e Twitter, sia stata l'ago della bilancia nell'elezione di Donald Trump a Presidente degli Stati Uniti.

Con le fake news, il passaggio dalla politica ai mercati è quasi inavvertito, e comporta conseguenze non affrontate perché solo parzialmente prevedibili. La tensione sui mercati, ma ormai anche nella società, determina effetti diversi a seconda dell'autorità di settore che è costretta ad occuparsene, per gestire criticità o prevenirne di potenziali visto che il problema della disinformazione e della diffusione delle notizie false, quelle che tutti meglio conosciamo come fake news, è all'ordine del giorno.

Tale fenomeno altro non è che il riflesso di un mondo globale e digitale, alimentato dalle dinamiche e dal funzionamento dei new media che sembrano parlare più alla pancia delle persone e alle emozioni che riescono a suscitare in loro che alla loro intelligenza. Ecco che la disinformazione e le notizie false, o bufale, che negli ultimi anni hanno dato adito a non poche discussioni tra coloro che vorrebbero l'introduzione di una "Autorità pubblica della verità" e coloro che gridano alla censura riproponendo il modello del market place of idea di matrice anglosassone, sembrano invadere soprattutto i social media ed aver trovato humus fertile

¹¹ Wolf M., Teorie delle comunicazioni di massa, Bompiani, Milano, 2001.

¹² Verstraete, Mark and Bambauer, Derek E. and Yakowitz Bambauer, Jane R., Identifying and Countering Fake News, 2021.

¹³ theguardian.com – facebook fake news election conspiracy theories 2016

proprio in questo contesto. Poi l'ecosistema di Internet, per come abbiamo visto essere strutturato, fa acquisire alle fake news una risonanza ed importanza maggiore perché maggiori sono le possibilità che esse siano prodotte, diffuse¹⁴ e condivise in quanto in grado di suscitare un sentimento di stupore e indignazione in chi le riceve. I social media, in particolare, si sono rivelati canali utili per veicolare un certo tipo di messaggi, attrarre l'attenzione dell'elettorato e raggiungere un target sempre più preciso a cui offrire contenuti personalizzati, costruiti sul profilo di ogni singolo utente, per cui si è venuta a creare una sorta di condizione di superiorità tecnologica che si è dimostrata vincente. In particolar modo questa loro capacità di diffondersi e penetrare nel tessuto sociale è riconducibile a sei ragioni principali. La prima ragione si lega ad un sistema di informazione radicalmente decentralizzato che consente la creazione e proliferazione in rete di false notizie. In secondo luogo, grazie agli share, ai like ed in generale a tutte quelle forme di condivisione che caratterizzano soprattutto i social network, queste notizie vengono disseminate, si espandono a macchia d'olio ed in poco tempo sul web, con l'ulteriore difficoltà di non riuscire a risalire a colui o coloro che le hanno immesse nella rete.

In terzo luogo, in un sistema dominato da pochi gatekeepers dell'informazione e dalla logica dell'algoritmo, se una notizia viene rilanciata e messa in evidenza sullo schermo, essa può raggiungere milioni di persone ed acquisire una legittimazione che non sempre ha. In quarto luogo, la chiusura in echo chamber, come andremo a vedere meglio dopo, porta l'internauta ad accogliere senza spirito critico le informazioni che lo raggiungono, spinto a riconoscere per vere anche fake news evidenti in quanto si avvicinano ai suoi pregiudizi. In quinto luogo, la crescente sfiducia maturata negli anni nei confronti dei media tradizionali da parte della società occidentale. In questo modo, però, l'utente si sottrae ad un importante confronto tra ciò che vede sullo schermo e ciò che i media tradizionali, regolati da meccanismi di controllo della qualità dell'informazione, propongono. Infine, la polarizzazione e frammentazione del pubblico, che portano alla formazione di gruppi chiusi animati da sentimenti negativi ed ostili, di insofferenza ed intolleranza nei confronti di coloro che non fanno parte del gruppo, creano una chiusura al dialogo, al confronto, l'innalzamento di barriere e muri che si sostanzia poi in una frattura profonda della società.¹⁵

Secondo alcuni dati pubblicati dall'Oxford Internet Institute (Bradshaw, Howard, 2018) in 30 paesi sui 48 oggetto dell'indagine, agenzie governative, partiti politici sfruttano le piattaforme

¹⁴ Pitruzzella G., Pollicino O., Quintarelli S., Parole e potere: libertà d'espressione, hate speech e fake news, Milano, Egea, 2017.

¹⁵ Pizzetti F., Fake news e allarme sociale: responsabilità, non censura, MediaLaw, 2017

social per alterare l'ambiente informativo, veicolare disinformazione e fake news, per promuovere scetticismo e sfiducia con l'obiettivo di polarizzare i processi di formazione del voto, alimentare derive populiste e minare i processi democratici di partecipazione politica.

La produzione di disinformazione è ormai una questione globale. Coinvolge decine di governi e attori oscuri che usano metodi sofisticati per mascherare le loro identità, le loro posizioni.

Una sezione scottante sulle fake news più celebri sono quelle che riguardano il famoso Russiagate e che tira in mezzo, un'azienda di San Pietroburgo indipendente, con dipendenti sia in Russia che negli USA e probabilmente finanziata da contatti molto vicini a Putin¹⁶. Tale agenzia, secondo un'inchiesta del FQ Millenium, è una "fabbrica di troll"¹⁷ ed è stata capace di generare nel 2016 circa 3 milioni di tweet pro Trump. I dipendenti della Internet Research Agency, avrebbero l'obiettivo di manipolare l'opinione pubblica con interventi a favore del Cremlino, quindi usare contenuti falsi come vignette, meme, blog (sotto falso nome) e fake news con i rispettivi commenti anonimi e condivisioni. Questa società è molto più di una tradizionale agenzia di disinformazione. Infatti essa utilizza, non solo, tecnologie avanzate che prevedono l'uso di profili falsi e cyber-truppe per produrre contenuti ingannatori, ma anche le capacità di individuare comunità in cui inserirsi e di persuaderle attraverso l'utilizzo di 'talpe' con capacità manipolatorie. Il principale strumento è quello di occupare lo spazio informatico con molti canali mediatici, così da ampliare la propria influenza, e fare egemonia mediatica per ottenere consensi ed esercitare quindi il cosiddetto Soft-Power, definito nella enciclopedia Treccani come: «l'abilità nella creazione del consenso attraverso la persuasione e non la coercizione.»

1.3 Social feed: seduzione del web

Ciò che seduce irresistibilmente nel web è l'idea di poter avere il mondo a disposizione subito, quando voglio, come voglio e con un semplice clic, dovunque, in ogni istante, Internet crea l'illusione di poter trovare sempre cose e contenuti a cui siamo interessati.

Il luogo fisico dove si possono incontrare questo genere di contenuti è il feed, di cui si servono molti social network. Piattaforme come Facebook, Instagram e TikTok introducono ogni anno nuove funzioni per consentire ai brand di utilizzare feed e profili come vere e proprie vetrine, integrate direttamente con gli e-commerce.

¹⁶ Riva G., Fake news. Vivere e sopravvivere in un mondo post-verità, Bologna, Il Mulino, 2018.

¹⁷ Ilfattoquotidiano.it - Lesnevskaya A., Russiagate, la "fabbrica dei troll" raccontata da chi ci ha lavorato: l'inchiesta di FQ MillenniumM, 2017

Si presenta come una sequenza di contenuti con cui si può interagire scorrendo sulla pagina. È qui che la maggior parte dei consumatori di internet trova il suo intrattenimento. Per comprendere come fanno una serie di post a creare tanto engagement bisogna analizzare quella che è la struttura del feed.

Prendendo come esempio due luoghi di internet molto conosciuti, Facebook e Wikipedia, e mettendo a confronto le loro schermate principali possiamo notare le differenze sostanziali dell'approccio ad internet delle diverse compagnie. Del primo abbiamo già visto come la sola esistenza abbia scosso almeno una fetta di umanità, mentre dell'enciclopedia libera possiamo solo criticare l'eccessiva democraticità delle sue fonti.

Apriamo la pagina principale di Wikipedia vedremo quasi nulla, un articolo casuale e qualche avvenimento del passato legato al calendario, infatti il compito che si professa è di permettere di cercare ciò che interessa conoscere. Mentre apriamo il social network per eccellenza saremo immediatamente in grado di sfogliare dei contenuti all'apparenza casuali, ma scelti per noi tra le nostre preferenze. Si evince che la maggior parte dei siti analizza ed utilizza le esperienze precedenti degli utenti in modo da generare contenuti sempre più coinvolgenti.

Le macchine che governano i social tengono conto di ciò che fa impegnare più tempo all'utente, perciò tutto quello con cui ha a che fare il consumatore sono fiumi di informazioni scelte unicamente per piacergli, non con la convinzione di informarlo realmente o migliorare la sua concezione delle cose. Essendo il feed un insieme di dati scelti per noi, fa di esso quasi l'utopia che desideriamo, da questa illusione nasce uno dei problemi più grandi, quando l'uomo comincia a credere che il suo feed sia uno specchio su tutto il mondo.

Il consumatore ignora di stare osservando soltanto una delle verità possibili ed è portato a credere che ciò che ha davanti agli occhi sia la realtà obbiettiva, secondo il bias di conferma. Sistema che dà maggiore credibilità ai dati che confermano le nostre precedenti convinzioni. Questo universo finto prende il nome di "bolla di filtraggio"¹⁸ coniato dall'attivista politica Eli Pariser. Si accorse che spesso i risultati tra una ricerca e un'altra cambiavano a seconda del colore politico di chi cercava, il filtraggio avviene escludendo sistematicamente i dati che possono andare in contrasto con le credenze pregresse dell'utente, isolandolo nella sua bolla culturale o ideologica. Perciò nel suo lavoro critica aspramente i sistemi messi in atto dalle aziende che personalizzano l'esperienza dell'utente su internet, affermando che lo scambio di prospettive e

¹⁸ Pariser, Eli. "The Filter Bubble: How the New Personalized Web Is Changing What We Read and How We Think." 2012.

idee diverse sta alla base di ogni società funzionante. La bolla, o “camera di risonanza” (echo chamber), è ritenuta principale fattore responsabile della polarizzazione del pensiero generale della nostra società, che ci porta ad essere sempre più divisi, incapaci di trovare punti di incontro. L’unico modo per sbarazzarsi della propria bolla è iniziare ad utilizzare motori di ricerca che non tengono traccia dei dati e non personalizzano le esperienze degli user, come Qwant o DuckDuckGo.

A sostegno degli argomenti, è stato dimostrato nel 2020 dall’agenzia scientifica nazionale australiana CSIRO¹⁹ che le intelligenze artificiali possono influenzare il processo decisionale umano sfruttando le vulnerabilità delle abitudini dell’individuo.

È stato osservato che man mano che l’esperimento condotto dagli scienziati avanzava, la macchina era in grado di identificare e usare una serie di errori nei processi decisionali delle persone per guidarle verso azioni o obiettivi particolari. Lo scienziato che ha guidato la ricerca Amir Dezfouli suggerisce l’utilizzo di un adeguata governance per evitare abusi di questa caratteristica delle IA.

Egli afferma: “l’intelligenza artificiale e l’apprendimento automatico offrono vantaggi significativi in molte aree, compresa la salute. In definitiva, le responsabilità con cui impostiamo queste tecnologie determineranno se saranno utilizzate per buoni risultati per la società o manipolate per ottenere guadagni. Questa ricerca fa avanzare la nostra comprensione di come le persone fanno le scelte e ci aiuterà a rilevare ed evitare meglio i modelli che potrebbero essere utilizzati in modo improprio”.

All’interno delle community e delle discussioni di internet, invece, è concetto di “truth by consensus” che delinea ciò che è vero e ciò che è falso.

In filosofia vuol dire: “prendere informazioni per vere perché generalmente le persone vi credono”. Nei social, quindi, la verità oggettiva diviene quella che è sponsorizzata maggiormente nelle discussioni, non importa il tipo di ragionamento che viene fatto, importa soltanto la quantità di persone che spingono per un argomento.

Anche Google Search, il motore di ricerca più famoso del Word Wide Web, fa uso dello stesso concetto per decidere quali risultati mostrare e quali no. Google afferma che la democrazia sul web funziona pertanto loro hanno programmato la loro tecnologia in modo che ad ogni ricerca i risultati non sarebbero andati in ordine di accuratezza ma di popolarità, restringendo il campo

¹⁹ Dezfouli, Amir, Nock, Richard. “Adversarial vulnerabilities of human decision-making” 2020

della risposta che si cerca non a quella più giusta ma quella che gli utenti hanno reputato più corretta.

Questo tipo di comportamento delle community favorisce lo sviluppo di spirali del silenzio²⁰ nei soggetti diffidenti alle teorie di internet. È una teoria sviluppata nel 1947 da Elizabeth Noelle-Neumann che afferma che i mezzi di comunicazione di massa grazie al grande potere di persuasione dell'opinione pubblica sono in grado di enfatizzare opinioni e sentimenti in modo da indurre al silenzio coloro che non sono d'accordo. In particolare chi riconosce di avere un pensiero che differisce con quello della presunta maggioranza di persone, tende a chiudersi nel silenzio per paura di essere isolato dalla comunità a cui appartiene.

1.4 Fallimenti della comunicazione: errori legati alla disinformazione

Gli effetti dell'iperconnessione non coinvolgono soltanto il singolo, come abbiamo verificato spesso, le meccaniche delle camere d'eco favoriscono la diffusione di messaggi sbagliati o di parte finendo per influenzare il comportamento di interi gruppi di consumatori, suscitando pensieri di odio o di imminente pericolo. Questi effetti finiscono per interessare anche la vita reale, non solo l'esperienza personale del web.

Durante il coronavirus sono divenuti celebri gli assalti immotivati ai supermercati, nonostante garantissero un normale flusso di merce. Vari post e articoli di giornale farlocchi che suggerivano di prepararsi al peggio acquistando scorte di articoli più disparati. Difatti le persone convinte della veridicità delle fonti si sono precipitate al supermercato più vicino per acquistare i prodotti in questione. Celebre infatti è divenuta la mancanza di farina e lievito dai supermercati, nonché della carta igienica, prodotti che hanno visto le loro vendite impennate del 80% durante i primi mesi del coronavirus a causa dello stato immotivato di ansia delle persone.

La disinformazione può avere effetti più devastanti se incontra un pubblico che ha ancora difficoltà a destreggiarsi all'interno del complesso mondo dell'informazione online e una buona dose di preconcetti culturali che mirano alla discriminazione del diverso. Questo è successo in Birmania dove i social sono stati utilizzati di proposito per diffondere malcontento e violenza.

²⁰ Noelle-Neumann E., *The Spiral of Silence: A Theory of Public Opinion*, "Journal of Communication". 1974

Il Myanmar, o Birmania, è stato un paese dall'economia e dal pensiero chiuso, governato da una dittatura militare, fino a quando nel 2011 non sono state modificate alcune leggi permettendo più libertà, tra cui quelle riguardanti la connessione ad Internet.

Ciò ha favorito una rapida diffusione di cellulari e computer portando il paese a raggiungere ben presto il numero di 20 milioni di utenti connessi.

La situazione dall'esterno è parsa quella di un paese in normale via di sviluppo fino a quando il consiglio delle Nazioni Unite contro la violazione dei diritti dell'uomo nel 2018 ha iniziato ad investigare su un possibile genocidio avuto luogo in Myanmar a causa della diffusione di contenuti incitanti all'odio su Facebook²¹.

Dal 2012 il paese è stato protagonista di continui dibattiti e scontri tra la maggioranza Buddhista e la minoranza musulmana dei Rohingya. Da allora almeno 650000 musulmani sono emigrati dal paese nel vicino Bangladesh, mostrando al mondo come migliaia loro siano stati vittime di uccisioni di massa, violenze e stupri.

Un esempio di come i social media siano stati utilizzati per favorire questa campagna d'odio è un post del 2014, un estremista buddhista anti musulmani accusava un uomo della minoranza Rohingya di aver stuprato una ragazza Buddhista. Il post fu virale in Myanmar e qualche giorno dopo una folla di persone iniziò la ricerca dell'accusato, causando la morte di due persone. Più tardi è stato provato che le accuse erano state inventate.

Il consiglio ha successivamente dichiarato che c'erano "chiare evidenze" che un genocidio avesse avuto luogo in Myanmar e che i social media, Facebook in particolare, abbiano avuto un "ruolo determinante" nell'alimentare il consenso del pubblico Buddhista nei confronti del conflitto, tanto da convincere Facebook a svolgere un'indagine per riuscire ad affrontare la questione. Nel rapporto²², stilato da un'organizzazione senza scopo di lucro BSR Business for Social Responsibility, si evince che la società ha ammesso di avere sbagliato poiché viene dichiarato che il social network ha creato "un ambiente che ha permesso la proliferazione di atti in violazione con i diritti umani". Hanno inoltre dichiarato che Facebook è diventato "uno strumento sfruttato da coloro che cercano di diffondere odio e violenza" per danneggiare la democrazia. In seguito Facebook ha affermato di avere investito per eliminare e gestire gli abusi su Facebook in Myanmar, hanno assunto centinaia di persone madrelingua birmane istruendole su come rimuovere e segnalare notizie false e contenuti violenti.

²¹ Reuters.com – Miles, Tom, "U.N. investigators cite Facebook role in Myanmar crisis." 2018

²² BSR.com - "Human Rights Impact Assessment: Facebook in Myanmar." 2018.

Da allora Facebook si è mossa contro il regime Militare del Myanmar e ha rimosso migliaia di pagine e account che lo supportavano, lasciando tuttavia gli utenti consci del fatto di essere costantemente sorvegliati.

Anche negli U.S.A. non sono mancati grandi fenomeni di disinformazione causata dal web, celebre è il caso PizzaGate una teoria del complotto che associa alcuni importanti membri del partito democratico con un giro di pedofilia e pizzerie a Washington DC. Tutto è cominciato nel Marzo del 2016 durante la campagna presidenziale per le elezioni degli Stati Uniti quando delle e-mail appartenenti a John Podesta, un responsabile della campagna di Hillary Clinton, sono state pubblicate su Wikileaks, celebre portale che condivide documenti coperti da segreto. Su siti anonimi come reddit e 4chan gli utenti cominciarono ad indagare per trovare qualcosa di compromettente. Nelle mail egli scrive di una cena elettorale in una pizzeria, il Comet Ping Pong, e cita "c.p.", un rimando a cheese pizza, pizza al formaggio, che però dagli utenti viene interpretato come "child pornography".

Prende forma la teoria secondo cui un giro di prostituzione minorile riguarda la candidata Hillary Clinton e ben presto la notizia comincia a rimbalzare su internet toccando 500000 interazioni su Facebook solo durante la prima settimana²³.

Nel Dicembre del 2016 la situazione sfugge di mano quando un uomo armato di AR-15, un fucile d'assalto, entra al Comet Ping Pong sparando tre colpi ai muri del ristorante dichiarando di essere lì per liberare i bambini segregati nella cantina. Fortunatamente l'uomo non ha sparato più nessun colpo e si è arreso non appena è stato circondato dalla polizia. Ad oggi sono centinaia le organizzazioni giornalistiche che si sono occupati di smentire questa teoria della cospirazione, la rivista italiana Le Formiche l'ha definita "un travolgente turbinio di stupidaggini"²⁴. Tuttavia la storia non sembra essere chiusa visto il recente ritorno in auge dell'hashtag #pizzagate e l'incendio doloso avuto luogo nella pizzeria Comet Ping Pong.

L'evento più eclatante legato alla disinformazione negli Stati Uniti è stato l'assalto al campidoglio del 2021 a seguito della mancata rielezione di Donald Trump. Egli sosteneva che l'elezione del rivale Joe Biden fosse una frode elettorale, chiedeva il riconteggio dei voti sostenendo che tramite il voto per corrispondenza il partito democratico avesse falsato i risultati. Trump ha utilizzato in modo strategico i social prima e durante l'esperienza da presidente degli stati uniti d'America, su Twitter aveva pubblicato quasi 60mila tweet in 12 anni, strizzando spesso l'occhio

²³ wired.it – Signorelli, Andrea, "Il ritorno del PizzaGate" 2020.

²⁴ formiche.net - Rossi, Emanuele "Pizzagate, bufale e post-verità fra Podesta, Flynn e Trump" 2016.

a correnti provenienti da internet in particolare verso community come reddit e 4chan, già citate, all'interno delle quali si diffondono teorie del complotto riguardanti presunti nuovi ordini mondiali governati da personaggi della politica e dello spettacolo, come ad esempio QAnon²⁵. La mattina del 6 Gennaio 2021 era stata organizzata una marcia a Washington DC in favore di Trump, la "Marcia per salvare l'America", durante la quale Trump ha dichiarato di non voler lasciare la vittoria al rivale Biden chiedendo al vicepresidente Pence di ribaltare i risultati elettorali, cosa chiaramente incostituzionale.

<<Non vi riprenderete mai il nostro paese con la debolezza. Dovete esibire forza e dovete essere forti. Siamo giunti qui per chiedere che il Congresso faccia la cosa giusta e che conti solo gli elettori che sono stati nominati legalmente. So che ognuno di voi presto marcerà sul Campidoglio per far sì che oggi la vostra voce, pacificamente e patriotticamente, venga ascoltata. [...] Combattetevi. Combattiamo come dannati. E se non combatterete come dannati, per voi non vi sarà più un paese. >>

In seguito a questo discorso e ad altri post nei gruppi pro-Trump all'interno dei social che richiedevano azioni violente all'interno del congresso, una folla, in parte anche armata, viola il perimetro di Capitol Hill occupandolo per quasi 4 ore interrotta solamente da un dispiegamento della polizia all'interno della costruzione²⁶.

Il bilancio alla fine è stato la distruzione e il furto di numerosissimi beni in gestione del Campidoglio e di un morto dalla parte dei sostenitori di Trump. Durante l'occupazione avevano fatto, scalpare i numerosi tweet di Trump in cui mostrava video della rivolta, incitava i suoi sostenitori all'interno del Congresso e criticava il vicepresidente Pence. Twitter a seguito del fatto è stato ampiamente criticato per come ha gestito il traffico delle informazioni durante l'assalto, pertanto il giorno stesso hanno deciso prima di cancellare i tweet in questione e poi di bannare Trump dal social a causa delle ripetute violazioni della parte regolamento del sito che riguarda la "glorificazione della violenza"²⁷, mossa seguita poi a ruota da Facebook.

La soluzione ha fatto discutere non poco perché nonostante parte della popolazione si senta più al sicuro senza che Trump possa esprimersi sui social, ce n'è un'altra che crede che la censura sia un atto troppo esagerato che contrasta con gli ideali di libertà di pensiero e democrazia a cui ci aggrappiamo quando cerchiamo giustizia.

²⁵ wired.com – Dalla Casa, Stefano "Cos'è Qanon, la teoria del complotto del momento" 2018.

²⁶ bbc.com – "Violent pro-Trump mob storms US Capitol" 2021.

²⁷ twitter.com – "Permanent suspension of @realDonaldTrump" 2021.

I social network hanno il compito di rimuovere ogni contenuto violento o che possa manipolare l'opinione delle persone per mantenere l'ordine anche nel mondo fisico. Il ban di Trump è necessario almeno fino a quando egli non rivedrà il suo modo di comunicare.

Secondo Capitolo: DIETRO LO SCHERMO

2.0 Un nuovo processo economico

Il mondo di internet ha aperto le porte di un nuovo spazio digitale all'interno della quale gli individui possono condividere più facilmente le loro idee, accedere a i contenuti che desideriamo. Nonostante gli ideali di libertà internet, con il passare del tempo, è diventato un terreno oscuro all'interno della quale ogni comportamento e ogni idea devono essere rivisti: famiglia, sesso, religione, moralità, legami sociali, idee politiche.

La capacità di coinvolgere e rendere partecipi i singoli individui è il motivo che ha spinto internet ad entrare a far parte delle nostre vite in un modo così profondo.

Le dinamiche che hanno dettato un cambiamento così profondo della società e la monopolizzazione delle attività dell'essere umano sono da ricercare all'interno delle pratiche che le aziende di internet utilizzano per indirizzare il traffico dei dati.

L'insieme di questi processi prendono il nome di "Capitalismo della Sorveglianza" coniato da Shoshana Zuboff, un'accademica statunitense, che all'interno del suo libro "Il Capitalismo della Sorveglianza. Il futuro dell'umanità nell'era dei nuovi poteri" spiega come i provider di internet analizzino i dati prodotti dagli utenti per migliorare servizi, ma anche per ottenere delle previsioni del comportamento degli utenti che saranno scambiate in un "mercato dei comportamenti futuri".

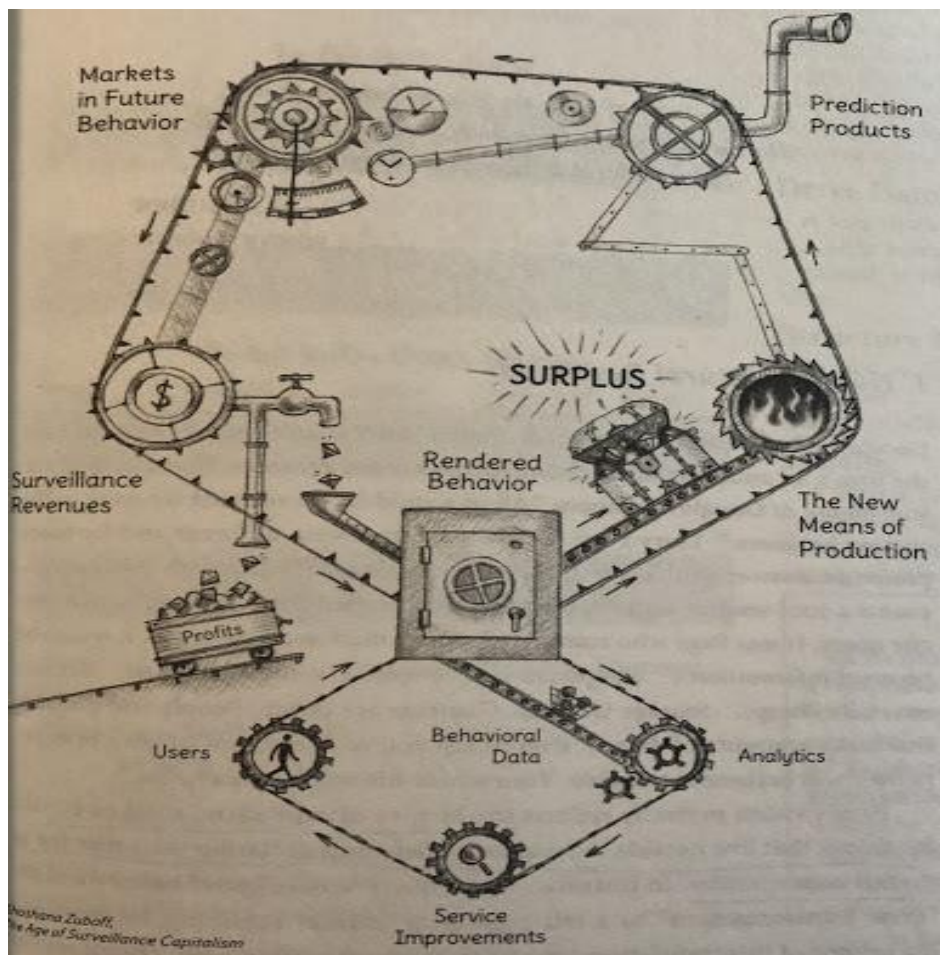
La Zuboff afferma che i capitalisti della sorveglianza hanno compreso che intervenendo attivamente sulle persone si ottengono i dati migliori, riuscendo a persuaderle ad assumere comportamenti che generano per loro massimo profitto. Loro non solo conoscono i nostri comportamenti ma li formano, dando origine ad una asimmetria della conoscenza in cui i capitalisti sanno tutto di noi mentre noi non sappiamo nulla di loro. I clienti del capitalismo della sorveglianza sono le aziende che operano nel mercato dei comportamenti futuri, gli utenti invece sono oggetti di estrazione di materia prima, il surplus comportamentale.

2.1 Capitalismo della sorveglianza: storia e funzioni

L'origine del capitalismo della sorveglianza è da ricercare all'interno di quella che è stata l'azienda che più incarnava il capitalismo dell'informazione, ovvero Google.

Con il boom di Internet, nonostante il sito fosse uno dei maggiormente utilizzati non riusciva a monetizzare. Google²⁸ si limitava a offrire servizi web a portali come Yahoo! e ad offrire il motore di ricerca agli utenti, registrando le parole chiave e una serie di dati collaterali quali: spelling, punteggiatura, tempo di sosta e localizzazione. Inizialmente questi dati furono snobbati ma ben presto si accorsero della possibilità di ricostruire il comportamento umano scoprendo “surplus comportamentale”, e nel 2000 cominciarono ad utilizzare questi dati per fornire annunci pubblicitari mirati.

Ben presto questo sistema si afferma come *modus operandi* principale di tutte le aziende di internet, favorendo la nascita di mercati che commercializzano previsioni sui comportamenti degli utenti e permettendo loro di aumentare i ricavi. I ricavi della società madre di Google, Alphabet, erano composti all’89% di programmi di targeted advertising.



All’interno del suo lavoro la Zuboff spiega quali sono i mezzi, le logiche e le operazioni che hanno trasformato il mondo di internet delle informazioni in un mercato di scommesse

28 Zuboff S., Big other: surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. Journal of Information Technology, 2018

future:

Dapprima afferma che il comportamento di certe aziende del web sta alla base del sistema. Difatti essi hanno scoperto prima come impiegare sottoprodotti derivati dalle interazioni degli utenti online e successivamente ad estrarli attivamente in modo da realizzare dei “prodotti predittivi” che possono essere venduti e comprati, diventando pionieri di un mercato nuovo. La Zuboff afferma anche che l’uomo non è più il soggetto del mercato, ne il prodotto, siamo diventati i mezzi per lo scopo di qualcun altro.

I metodi di produzione che ha alle spalle il processo sono incomprensibili per le persone normali e in evoluzione costante, si parla di intelligenza artificiale, macchine in grado di trasformare masse di dati, surplus comportamentale, in prodotti predittivi più accurati. Un esempio è tasso di click-rate di un ads, viene calcolato dalla macchina dividendo i click ricevuti da un banner per le visite totali alla pagina, definisce il tasso di successo di una campagna pubblicitaria. Se affiancato da un sistema che mira a costruire prodotti predittivi con il compito di aumentare il tasso o di rendere più precise le stime può generare introiti enormi considerando la mole di denaro che un solo 0,1% in più significherebbe.

La Zuboff sostiene che il ricavato del capitalismo della sorveglianza sono i prodotti predittivi, estratti dalle macchine dalla materia prima, i surplus comportamentali. Sono frutti dell’analisi di dati in grado di dare una probabilità ad ogni nostro pensiero o azione nel futuro immediato o prossimo. I prodotti predittivi aiutano i clienti del capitalismo della sorveglianza a ridurre i rischi e “scommettere” più coscientemente.

Il mercato all’interno di cui vengono scambiati i prodotti predittivi è il mercato dei comportamenti futuri, nel quale le pubblicità vengono vendute “al dettaglio” personalizzate per ogni utente. Permette quindi a chi è interessato, ad informazioni sul nostro comportamento o aumentare la possibilità che la nostra condotta futura sia influenzata, di pagare per avere un ruolo all’interno del mercato.

All’interno delle aste ci sono due metodi di misura che determinano il prezzo di una pubblicità: il già citato click trough “predittivo” e il “quality score” determinato in parte tramite click trough e in parte da un’analisi del surplus comportamentale condotte dall’azienda.

2.2 Termini e condizioni della sorveglianza: lo scandalo Cambridge Analytica

Le aziende che operano nel capitalismo della sorveglianza tendono a giustificare i loro comportamenti sostenendo che la privacy è il prezzo che l'utente deve pagare per avere connessione e contenuti gratuiti. Anche se le norme a tutela della privacy sono state rafforzate nel corso degli anni le aziende hanno continuato a violarle per mezzo dei "consensi ai termini del servizio" ossia contratti online che gli utenti devono accettare per accedere a determinate risorse. I termini di servizio o dell'uso vengono anche chiamati "click warp" perché le persone li accettano senza prestare attenzione. La docente di legge Margaret Radin²⁹ dell'Università di Princeton li definisce "il blocco di testo con il quale l'azienda vuole incastrare l'utente" lei considera i termini di servizio come "un' espropriazione unilaterale di diritti senza alcun consenso" e ritiene che "tali contratti rappresentino un' umiliazione morale della legge e dell' istituzione del contratto, un sistema che riconfigura i diritti democratici degli utenti e li sostituisce con quello che l'azienda vuole imporre, entrando di fatto nell'universo legislativo dell'azienda per poter fare una transazione con essa". Nonostante le policy della privacy degli utenti siano concepite con l'obbiettivo di espropriare l'utente dell'esperienza in modo schematico permettendo anche alle aziende di cambiare le proprie regole a piacimento senza chiedere il consenso dei consumatori i tribunali continuano a ritenere legittimi i click warp.

Tra i dati dal valore più redditizio per l'azienda vi sono quelli riguardanti la posizione dell'utente, conoscerla significa saper creare surplus comportamentale in modo più semplice, infatti la maggior parte delle app richiede l'accesso alla posizione soltanto perché è estremamente remunerativo conoscerla.

Il geotargeting prevede che i nostri comportamenti siano tracciati, analizzati e utilizzati per reindirizzare le nostre attività. Viene utilizzato per spingere delle persone ad acquistare mediante notifiche, comprendere quello che pensa il cliente leggendo quello che scrive su internet. Gli operatori del mercato vengono incoraggiati a mappare le attività del pubblico target tramite posizionamento per decifrarne i comportamenti quotidiani e prevedere il comportamento futuro. Uno studio dei ricercatori della Carnegie Mellon University³⁰ ha quantificato quanto le app condividono la posizione, hanno coinvolto di un gruppo di 23

²⁹ Radin, Margaret "Boilerplate: The Fine Print, Vanishing Rights" 2012

³⁰ Almuhimedi, Hazim "Your Location Has Been Shared! A Field Study on Mobile App Privacy Nudging" - 2015

persone per un tempo di due settimane. Hanno osservato che nel periodo di 14 giorni le app avevano condiviso la loro posizione un numero di volte compreso tra 5398 e le 356 a seconda del caso, il tutto a beneficio di inserzionisti, aziende di marketing e finanziarie.

Un altro metodo, brevettato da Google, per estrarre surplus comportamentale in modo più efficiente possibile è la compilazione di UPI³¹ o User Profile Information. L'obiettivo è migliorare la rilevanza degli ads proposti in base alle tracce che l'utente lascia online, vengono analizzati ricerche, documenti, e ovviamente qualsiasi testo scritto o immagine reperibile nel web per aumentare drasticamente la capacità di previsione della pubblicità online. In modo molto semplicistico, per esempio possono servire ad escludere donne o uomini da un'ads che ha rilevanza per persone di un solo sesso. La peculiarità di questo programma è la capacità di creare gruppi di profili psicometrici, persone con stessi interessi e abitudini così da proporre contenuti sempre più predittivi e coinvolgenti.

Già nel 2015 divenne noto che un'azienda, Cambridge Analytica, stava lavorando alla campagna presidenziale del senatore Ted Cruz³² e successivamente a quella del 2016 di Trump. L'azienda utilizzava lo studio dei dati degli utenti di Facebook, per ricavare profili predittivi degli utenti estremamente precisi anche attraverso teorie psicometriche. Nel 2018 a seguito di una denuncia di un ex dipendente dell'azienda, un whistleblower, che si dichiarava colpevole di aver creato un "psychological information warfare tool"³³, uno strumento di guerra psicologica e dell'informazione. Avevano acquisito dati di diversi milioni di utenti tramite un sondaggio di natura accademica su Facebook. Il social network stesso stima che il numero effettivo dei profili violati si aggiri attorno agli 87 milioni. I dati dei profili erano perfetti da utilizzare per persuadere una particolare persona durante una campagna politica, difatti è stato provato che Cambridge Analytica ha lavorato con Trump e Cruz nel 2016, con il partito PRI messicano nelle elezioni del 2018, nel caso Brexit nel 2016 e infine anche con un partito italiano nelle elezioni del 2012, rimasto però nell'anonimato. A seguito dello scandalo la società fu costretta a dichiarare bancarotta e Facebook perse 100 miliardi di dollari di capitalizzazione. Il CEO di Facebook, Mark Zuckerberg, si è in seguito recato a testimoniare di fronte al Congresso degli Stati Uniti affermando che si trattasse di un errore

³¹ Zuboff, S. . Big other: surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. Journal of Information Technology, 2018

³² Potenza, Alessandra, Angela, Chen "Cambridge Analytica's Facebook data abuse shouldn't get credit for Trump" the Verge - 2015

³³ Cadwalladr, Carole "I made Steve Bannon's psychological warfare tool: meet the data war whistleblower" the Observer - 2018

personale e che avrebbe dovuto saper prevenire una situazione del genere, ricordando comunque l'esistenza di un diritto di accesso ai dati personali. Malgrado le accuse gravi, alla fine per Facebook arrivarono solamente sanzioni civili, una multa da 5.5 miliardi di dollari dalla Federal Trade Commission, spiccioli per il colosso dei social network.

2.3 Il circolo dell'esproprio: il caso di Google Street-View

Nonostante la natura non trasparente dei loro processi, Google, Facebook e il resto dei capitalisti della sorveglianza hanno trovato nel 21esimo secolo un periodo perfetto per prosperare. Prima dell'11 Settembre 2001 il governo degli stati uniti aveva in programma di combattere le usanze di Google con la legge, a seguito il loro modus operandi diventò necessità strategica.

Già nel 2002 un ex ammiraglio si esprimeva positivamente riguardo l'utilizzo di queste tecniche a scopo di difesa. "Se un'organizzazione terroristica è intenzionata a pianificare ed eseguire un attacco contro gli Stati Uniti, dovrà fare degli acquisti, lasciando le proprie tracce nello spazio informatico. Dobbiamo sapere isolare tali tracce in mezzo a tutto il rumore, l'informazione rilevante estratta da simili dati dev'essere disponibile in archivi di larga scala con un contenuto semantico potenziato che consenta di analizzarli".³⁴

Con il tempo Google acquistò ancora più importanza alternando interessi di natura pubblica e privata per rafforzare la propria posizione. Ha dimostrato che il surplus comportamentale è in grado di arricchire i capitali e addirittura anche aiutare i candidati a vincere le elezioni. Eric Schmidt, in quel tempo amministratore delegato di Google ha avuto un ruolo di spicco sia all'interno della campagna per l'elezione presidenziale del candidato Barack Obama del 2008 e in quella per la rielezione del 2012. Egli creò strategie moderne basate sull'utilizzo dei dati, rimodellando l'elettorato e riuscendo a scoprire per chi le persone avrebbero votato prima che loro lo decidessero. Una ricerca evidenzia come durante la campagna del 2008 siano stati raccolti i dati riguardanti il comportamento e il pensiero di 250 milioni di americani.³⁵

³⁴ Feuerherd, Joe, "Total Information Awareness Imperils Civil Rights" 2002

³⁵ Kreiss, Daniel "New Challenges to Political Privacy: Lessons from the first U.S. Presidential Race in the Web 2.0 era" 2010

La tempistica perfetta di Google ha favorito la sua ascesa come motore di ricerca più gettonato, gestisce migliaia di miliardi di ricerche ogni anno e con le economie che ha creato ha monopolizzato le attività del web.

Timothy Liebert dell'Università della Pennsylvania scoprì che il 90% dei siti più popolari³⁶ consentono in media a 9 domini esterni di accedere ed appropriarsi dei dati del sito web, di questi siti il 78% opera il trasferimento dei dati verso domini di proprietà di Google, del restante il 34% invece viene trasferito verso Facebook.

Allo stesso tempo Google ha operato per difendere la propria posizione privilegiata dando battaglia a chi si permettesse di minacciare il futuro dell'estrazione dei dati. Due ex ingegneri di Google hanno fondato un'applicazione, Disconnect, per desktop e cellulari, con il compito di bloccare le transazioni di dati invisibili e le connessioni non richieste³⁷, che sono poi quelle che permettono il traffico di dati quando l'utente adopera il proprio device.

Avendo bloccato un processo fondamentale per Google è stata più volte rimossa dal Play Store, app store di proprietà di Google per device che montano processori Android, costringendo i fondatori a fare appello alla corte anti-trust dell'Unione Europea.

La Zuboff all'interno del suo lavoro spiega quali sono le convergenze che hanno permesso a Google di normalizzare e giustificare il processo dell'estrazione del surplus. Identifica quattro fasi che compongono "il ciclo dell'esproprio" ed elencano la varietà di competenze amministrative, tecniche e materiali adoperate da Google per arrivare al livello odierno.

Afferma che la prima fase di un esproprio efficace è l'incursione in uno spazio indifeso: il Pc, una mail, una ricerca online. Questa presenza non richiesta di Google all'interno determinati scenari è stata oggetto di critiche pesanti nel corso degli ultimi anni come abbiamo visto pratiche come la manipolazione dei risultati delle ricerche, il tracking, la raccolta dei dati a fini commerciali, o come vedremo per la privacy.

Un esempio di incursione è quella avvenuta con la nascita di Google Street-View programma con il quale, insieme a Google Maps e Google Earth, il colosso delle ricerche puntava a mappare la realtà che ci circonda realizzando una simulazione dello spazio fisico sul web.

³⁶ Liebert, Timothy "Exposing the Invisible Web: An Analysis of Third-Party HTTP Requests on 1 Million Websites" 2015

³⁷ "Complaint of Disconnect, Inc. Regarding Google's Infringement of Article 102 TFEU" 2015

Il programma di Street view prevedeva auto bardate di adesivi Google che con grosse telecamere giravano per città per registrare ogni angolo di strada. Il progetto causò molto rumore tanto da suscitare la rabbia dei residenti in alcuni luoghi del mondo, portando l'azienda a dover realizzare un procedimento per permettere la rimozione delle immagini dal programma³⁸. Successivamente nel 2010 la commissione federale tedesca per la protezione dei dati affermò che alla base delle operazioni di Street View vi era un furto di dati³⁹. Secondo la commissione Google raccoglieva i dati personali dalle reti Wi-Fi private, in breve tempo lo scandalo "Spy-Fi" di Google fece scalpore in tutto il mondo suscitando l'attenzione di molti legislatori. Fu appurato che Google stava estraendo informazioni direttamente dalle case delle persone e furono costretti ad ammettere di aver archiviato dati utili e in alcuni casi alcune e-mail e password anche se poi si scoprì che il furto riguardava anche nomi, numeri di telefono, carte di credito e informazioni bancarie, chat, file audio, dettagli medici, foto, video e geolocalizzazioni. Google diede la colpa di queste violazioni della privacy ad un ingegnere che erroneamente avrebbe aggiunto una parte di codice "sperimentale" al progetto di Street View e malgrado le indagini non si seppe mai individuare l'ingegnere colpevole del gesto. La seconda fase individuata è l'assuefazione. Google sfrutta i ritardi della burocrazia per adattare i propri progetti e sfrutta il tempo che passa per portare dalla propria parte gli utenti. Nel caso Spy-Fi quando fu richiesta la collaborazione di Google dagli enti governativi loro decisero di non collaborare inviando report incompleti, reputando le richieste gravose e senza scopi utili. Il primo elemento chiave della tattica dell'assuefazione è il tempo, Street View è nato nel 2007, lo scandalo nel 2010 e le indagini si sono chiuse nel 2012, nonostante le proteste il programma è rimasto aperto e continua ad esserlo. La seconda tattica invece è come siano stati in grado di distogliere l'attenzione dall'estrazione dei dati riflettendola su un presunto e introvabile ingegnere pirata, "classico trucco del capro espiatorio". Nella terza fase del ciclo, quella dell'adattamento, quando Google deve per forza modificare le sue pratiche lo fa in modo superficiale. Al seguito di centinaia di battaglie legali in moltissimi stati del mondo post scandalo Spy-Fi, Google, dichiarò che avrebbe dialogato con gli enti di controllo per migliorare le policy degli utenti. Difatti alla fine dei processi durante i quali Google dovette pagare moltissime multe, modificarono l'altezza delle telecamere, accettarono di reregistrare tutto dall'inizio e di farlo oscurando volti e targhe.

³⁸ Fleisher, Peter, "Street View and Privacy" 2007

³⁹ O'Brien, Kevin J. "Germany's Complicated Relationship with Google Street View" 2013

La quarta fase dell'esproprio prevede un reindirizzamento delle attività.

Google non ha intenzione di interrompere i suoi processi perciò adotta dei piccoli cambiamenti per convincere l'opinione pubblica. Per esempio ha incaricato una persona, Alma Whitten⁴⁰ di risanare la reputazione di Google senza intaccare il processo dell'estrazione dei dati, la "gran maestra della privacy" però ha dato le sue dimissioni solo dopo due anni dalla nomina a causa dell'estrema difficoltà dell'incarico. Nel frattempo Google espande la propria tecnologia e il proprio potere: compra Waze, azienda di informazioni sul traffico in tempo reale; Skybox, immagini via satellite in diretta; fonda Cartographer, espansione di Street-View che supporta un sistema di posizionamento indoor; Google Glass, occhiali indossabili capaci di raccogliere dati video, audio e di geolocalizzazione e Google Lens, app capace di cercare su internet quello che stai vedendo, riconosce piante, animali, vestiti e traduce testi.

"Quando una strada per l'approvvigionamento incontra un ostacolo, ne vengono costruite altre per aggirarlo e continuare la propria espansione. Con riluttanza l'azienda aveva imparato a prestare più attenzione all'aspetto delle relazioni pubbliche, ma l'imperativo dell'estrazione imponeva al ciclo dell'esproprio di proseguire a pieno regime, impossessandosi di territori sempre nuovi."⁴¹

2.4 Pokemon Go: prodotti del capitalismo della sorveglianza

Nell'Aprile del 2012⁴² fu identificato l'ingegnere colpevole del presunto erroneo furto di dati dello scandalo Spy-Fi. Il tale, Marius Milner, era un rinomato hacker che nel frattempo aveva continuato lavorando con youtube e successivamente con la neonata Niantic Labs, sempre holding di Google, nella quale insieme ai colleghi ha brevettato "un sistema per il trasporto di oggetti virtuali in un gioco ambientato in una realtà parallela". Tale sistema fu poi utilizzato come concetto base (abbiamo già visto come funziona il reindirizzamento delle attività) per realizzare un gioco per telefono, Pokemon Go.

⁴⁰ Hill, Kashmir "Google's privacy director is Stepping Down" Forbes, 2013

⁴¹ Zuboff, S. . Big other: surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. Journal of Information Technology, 2018

⁴² Lohr, Steve "Engineer in Google's Street View Is identified" New York Times - 2012

Il presidente di Niantic Labs è John Hanke, personaggio che nel curriculum vanta ruoli come fondatore di Google Earth e presidente di Google Maps e Google Street-View; si può definire un uomo intimamente determinato a tracciare la mappa del mondo virtuale.

Egli dichiarò “Più dell’80% delle persone in possesso di un dispositivo mobile affermano di usarlo per giocare, riteniamo importante per Google innovare e diventare leader nel futuro del mobile gaming. [...] Se vuoi trasformare il mondo nella tua scacchiera, devi dare determinate caratteristiche ai posti dove vuoi che le persone vadano, devi dare al giocatore un motivo per andarci. Il gioco glielo consente e lo spinge a cercare queste interazioni”.⁴³

Lo scopo dell’azienda era di sviluppare un gioco su una realtà parallela (spazi creati con Google Street View) capace di dirigere e tracciare le persone nei corrispondenti spazi del mondo reale spinti dal meccanismo della ricompensa che sarebbe scaturito al completamento di determinati compiti. Niantic ha progettato il gioco perché fosse giocato nel mondo reale, per far vivere all’utente avventure a piedi nei propri spazi circostanti.

Quando Pokemon Go venne rilasciato “fondava sogno del capitalismo della sorveglianza, fondendo economie di scala scopo e azione, raccogliendo fonti continue di surplus comportamentale, offrendo dati freschi per mappare spazi interni ed esterni, pubblici e privati. Offriva un laboratorio vivente per testare la telestimolazione in scala, con i proprietari del gioco che imparavano a condizionare e indirizzare i comportamenti collettivi, e a dirigerli verso costellazioni di mercanti dei comportamenti futuri, il tutto mantenendosi appena alla soglia della consapevolezza individuale.”⁴⁴

Pokemon Go funziona come una caccia al tesoro, una volta scaricata l’app, abilitato GPS e la fotocamera si può utilizzare il proprio smartphone per dare la caccia a delle creature virtuali chiamate Pokemon, celebre franchise giapponese che aveva già realizzato altri famosissimi giochi e prodotti. Essi qualora incontrati per strada appariranno sullo schermo dello smartphone in modalità realtà aumentata, la creatura sarà collocata visivamente al luogo dov’è stata incontrata, che sia un parco, una via o una casa, e si avranno vari tentativi per la cattura. Lo scopo del gioco è finire il Pokedex, “catturarli tutti” e allo stesso tempo sono state implementate funzioni che permettono ai giocatori di conquistare o difendere le “Palestre”, nuovi territori. In aggiunta a competizioni di gruppo o solitarie vi sono missioni con premio in

⁴³ Hanke, John “Reality as Virtual Playground” 2015

⁴⁴ Zuboff, S. . Big other: surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. Journal of Information Technology, 2018

cambio da svolgere, premi da mostrare agli amici, boss da affrontare in gruppo, classifiche locali e mondiali.

Appena messa sul mercato l'app in una settimana diviene la più scaricata e già dopo poco tempo si potevano osservare alcuni cambiamenti. Alcuni bar iniziarono promozioni legate a Pokemon Go, altri proprietari acquistarono "moduli esca", oggetti del gioco che favoriscono l'afflusso di pokemon nella zona in questione e con il tempo nacquero eventi e location sponsorizzati a tema pokemon.

Il gioco però ha dovuto affrontare problemi visto che nei mesi successivi al rilascio è stato provato dalla Purdue University che nell'immediata vicinanza di un PokeStop, luoghi virtuali del gioco presenti in più punti delle città, c'era una più alta probabilità di incappare in un incidente⁴⁵. Il sito pokemongodeathtracker.com dall'uscita del gioco tiene traccia di tutti gli avvenimenti di cronaca con protagonisti le creature virtuali, ad oggi sono 22 le morti e 61 gli incidenti causati ufficialmente dal gioco per telefono. Accedendo al link si possono facilmente individuare tanti casi in cui si è andato oltre a quello che doveva essere solo un gioco generando odio e violenza. A Marzo del 2020 un uomo a Tonawanda, New York, ha sparato dalla propria finestra a un uomo che stava giocando a Pokemon Go davanti alla sua casa, e sei militari che sono giunti successivamente sul posto. Sempre l'anno scorso, in Australia a Melbourne, un uomo che stava catturando un Pikachu è stato sgozzato da un altro uomo che voleva da lui 5 dollari e una sigaretta. Ancora, in Canada uno zoo è stato costretto a appendere questi cartelli a seguito di numerosi ragazzi che hanno deciso di catturare le creature nel posto sbagliato.

⁴⁵ Purdue University – "Death by Pokemon Go? Researchers calculate the game's unintended consequences" 2017.



Pokemon Go porta quindi il gioco ad un livello successivo facendo muovere i giocatori all'interno del mondo reale. La capacità di Hanke è stata aver per la prima volta aver unito gli sforzi per la modifica per il comportamento di Google ad un "mondo nuovo", ha provato che il capitalismo della sorveglianza funziona anche nel mondo reale.

Terzo Capitolo: GLOBALIZZAZIONE E PROTEZIONE DEL CONSUMATORE

3.0 Genesi della politica a tutela del consumatore

Il percorso che ha portato al riconoscimento del consumatore come figura giuridica ha origine con il fenomeno sociale del “consumerismo”, un movimento di opinione sorto negli Stati Uniti d’America agli inizi del XX secolo dove, nel 1906 e prima che in ogni altro paese al mondo, si crearono le condizioni per la nascita ed il veloce sviluppo di un capitalismo monopolistico ed oligopolistico⁴⁶. In particolare, grazie alla azione della National Consumers League venne caldeggiata l’informazione e la consapevolezza dei propri diritti allo scopo di rafforzarne la posizione all’interno dei processi di acquisto⁴⁷.

Infatti, sino a quel momento, incombevano sul consumatore acquirente finale, tutti gli oneri di controllo sulla qualità del bene acquistato (oltre all’onere dei costi), nel caso questo non corrispondesse per qualità o sicurezza a quello effettivamente atteso.

Anche verso la metà degli anni trenta e sempre in America, a causa di aumenti dei prezzi al consumo ingiustificati, i consumatori americani reagirono in maniera più energica, ottenendo un rafforzamento delle leggi per combattere l'uso di pratiche commerciali illecite e fraudolente⁴⁸. Con lo sviluppo della produzione di massa e con l’espansione dei consumi venne fondata la "Consumer Union", una associazione (molto attiva anche attualmente per tante trasmissioni Radio-TV diffuse in tutto il nord America) che attraverso la propria rivista, "Consumers Research Bulletin", informava gli iscritti delle novità sui beni e servizi immessi sul mercato, offrendo al consumatore una conoscenza più approfondita dei prodotti che, potenzialmente, avrebbero potuto acquistare.⁴⁹ In quegli anni emerse la necessità da parte del consumatore di avere maggiori informazioni.

In Europa, il fenomeno consumeristico arriva tra gli anni '50 e gli anni '70.

La prima organizzazione di consumatori nel “vecchio continente” nasce in Danimarca nel 1947, e poi, nel 1955, in Gran Bretagna. Dopo l'esempio fu proseguito nei paesi dell’area del Benelux

⁴⁶ Silva F., La tutela del consumatore tra mercato e regolamentazione, Fondazione Adriano Olivetti, Perugia, 1996.

⁴⁷ Cassano G., Giandomenico M., Il diritto dei consumatori – tomo primo, Cedam, Padova, 2010.

⁴⁸ Alpa G., Il diritto dei consumatori, Editori Laterza, Roma – Bari, 2002.

⁴⁹ Spedicato T., La multiproprietà tra diritto nazionale e diritto comunitario, Halley Editrice, Bologna ,2006.

(Belgio e Olanda) e negli stati della Francia e della Germania, dove si istituirono per primo, organismi amministrativi cui seguirono in molti casi apposite e particolari legislazioni.

Successivamente, la Comunità economica europea (CEE) prende una posizione autorevole e determinata sul consumerismo attraverso una dichiarazione di intenti, inserita poi nel testo del Trattato di Roma nel 1957. Difatti si assiste ad un intenso dibattito sull'argomento, ovvero di come la disciplina che regola la concorrenza si possa estendere alla protezione del consumatore riordinando così in modo organico tutte le iniziative e le priorità in materia di tutela del consumatore.

I primi anni ottanta furono contrassegnati da provvedimenti settoriali che riguardavano l'informazione del consumatore, la pubblicità e le garanzie post-vendita. Nel luglio del 1987 entrò in vigore l'Atto Unico Europeo, con cui venne integrato e modificato la modalità di protezione del consumatore.

È certamente cosa nota che nella nostra Carta Costituzionale non vi è cenno e fatta parola dei consumatori. Come risaputo, infatti, la Costituzione italiana, è frutto della sintesi tra istanze sociali e "pressioni" della borghesia industriale⁵⁰. Il focus della carta fondamentale è ragionato sulla nozione di imprenditore. Non vi è alcun dubbio e non richiede nessuna dimostrazione il fatto che le imprese abbiano avuto e abbiano ancora una forza negoziale, contrattuale e in sede di eventuale giudizio, largamente superiore rispetto a quella dei singoli consumatori.

A partire dal 1989, solo dopo incalzanti richiami da parte delle autorità comunitarie e molteplici procedure per infrazione, il Parlamento italiano adotta il sistema del recepimento delle direttive emanate dal legislatore comunitario.

La legge italiana 30 luglio 1998 n. 281 "Disciplina dei diritti dei consumatori e degli utenti", si sviluppa, appunto, sulla influenza dell'affermazione in sede europea del risoluto orientamento diretto a promuovere gli interessi dei consumatori e ad assicurare loro specifiche forme di tutela. Consente di generare, inoltre, la normativa nazionale di riferimento che, oltre a disciplinare la materia dei diritti del consumatore, fornisce un riconoscimento istituzionale alle Associazioni dei consumatori. Prima della legge 281, infatti, in Italia, la materia consumerista era trattata da svariati e diversi organismi che operavano, ognuno nel proprio campo di competenza, sia a livello nazionale che territoriale.

In tutto il territorio nazionale, anche se in precedenza alcune Regioni italiane lo avevano già introdotto nei propri statuti, venne istituito nel 1990 con la legge n. 142, la figura del Difensore

⁵⁰ Tripoldi E. M., *Consumatore e diritto dei consumatori: le linee di evoluzione e il codice del consumo* 2015.

Civico per rafforzare e completare, a livello provinciale e comunale, il sistema di tutela e di garanzia a tutela dei cittadini/consumatori.

Ha necessità di essere ricordata una particolare legge, relativa al riordino delle Camere di Commercio. La legge 580 del 1998 che comprende disposizioni di peculiare rilevanza ai fini della tutela dei consumatori in quanto, oltre a prescrivere una rappresentanza dei consumatori nel Consiglio degli enti camerali, prevede anche la costituzione di commissioni arbitrali e conciliative per la risoluzione delle controversie tra imprese e consumatori/utenti.

È opportuno segnalare che sin dal 1986, i compiti e le possibilità di intervento delle varie Associazioni dei consumatori sono stati riconosciuti da molte altre norme legislative nazionali e comunitarie, conferendo alle stesse Associazioni compiti di rappresentanza o possibilità di intervento. Da quel momento in poi, il settore in materia di tutela del consumatore è stato alimentato da un susseguirsi di numerosi interventi normativi disomogenei. Le ragioni di tale disorganizzazione possono rinvenirsi nel prolungato processo di produzione del diritto dei consumatori che, oltre che derivare da diverse fonti (trattati, regolamenti, direttive, decisioni e legislazioni nazionali), ha di fatto carattere dinamico⁵¹, e si evolve alla continua ricerca di nuovi spazi da occupare, nuovi settori da regolamentare e vecchi ambiti da revisionare.

Di fronte a un tale quadro normativo, il Legislatore nazionale ha avvertito l'esigenza di definire una disciplina unitaria in materia, e ciò ha condotto nel 2005 all'emanazione del Codice del consumo.

3.1 Il Codice del consumo

Nell'ambito di un generale disegno di semplificazione e di riassetto normativo, il Governo italiano venne demandato all'emanazione di un decreto legislativo contenente una "sistemazione" delle disposizioni vigenti in materia di tutela dei consumatori anche in virtù di numerosi interventi del legislatore comunitario. Il definitivo concretizzarsi del testo legislativo fu il risultato travagliato di un iter durato quasi due anni e avviato nel 2003 con l'art. 7 della L. n. 229 del 29 luglio 2003.

⁵¹ Barengi A., *Diritto dei consumatori*, Wolters Kluwer, Milano, 2017.

Al momento della sua entrata in vigore, il Codice del Consumo è stato considerato con estremo entusiasmo, in relazione al fatto che rappresentava un'importante operazione di raggruppamento di numerose leggi a tutela del consumatore emanate sia a livello comunitario, che nazionale e l'esigenza di tutelare il consumatore, considerato all'epoca soggetto debole nel rapporto con il professionista, è generata dalla Comunità Europea, come un elemento fondamentale da attuare in tutti i Paesi⁵².

Il Codice del Consumo, introdotto con il Decreto Legislativo n. 206 del 6 settembre 2005 oltre ad avere inglobato la precedente legislazione in materia di diritti dei consumatori, L. n. 281/98, clausole vessatorie, garanzia per i beni di consumo e danno da prodotti difettosi, ha effettuato una armonizzazione di tutte queste normative, andando così a costituire un unico corpus organico e coerente e costituì un importantissimo passo nella tutela dei consumatori.

Solo, quindi, recentemente in Italia si è iniziato ad utilizzare l'espressione "tutela del consumatore" e ad inserirla nei testi normativi elevando le posizioni dei consumatori, al rango di veri e propri diritti soggettivi, garantendone di conseguenza sia la tutela individuale sia quella collettiva.

Il Codice del consumo, dunque, nasce con lo scopo equilibrare e riordinare le normative concernenti i processi di acquisto e consumo e al fine di assicurare un elevato livello di tutela dei consumatori, come già fatto in altri paesi europei.

Il Governo Italiano, alla fine di un lungo processo di risistemazione, tra osservazioni e ridefinizioni per disciplinare questioni tipicamente problematiche dei consumatori, con l'emanazione ha provveduto a riunire in un unico testo 4 Leggi, 2 Decreti del Presidente della Repubblica, 14 Decreti Legislativi e 1 Regolamento di attuazione, sintetizzando in 146 articoli quello che era contenuto in 558 norme diverse (con evidenti vantaggi pratici per i consumatori, consistenti nella possibilità di consultare in un unico testo normativo tutte le disposizioni finalizzate alla loro protezione specifica), peraltro non limitandosi ad accorpate e coordinare norme previgenti, ma operando con maggiore libertà innovativa.

Oggi il Codice rappresenta il testo fondamentale di riferimento in materia di tutela dei diritti dei consumatori, mirando a proteggerli in tutti i processi che li vedono protagonisti, sia come singoli, sia in forma collettiva.

Il testo si articola in sei parti (disposizioni generali; educazione, informazione, pubblicità; il rapporto di consumo; sicurezza e qualità; associazioni dei consumatori e accesso alla giustizia;

⁵² Castri M., Palmigiano A., Il Codice al Consumo commentato, LG Grafica, Palermo, 2010.

disposizioni finali) e raccoglie al suo interno sia la normativa relativa ai contratti del consumatore in generale (e fatta salva l'applicazione delle disposizioni del Codice civile in materia di contratto in genere, ove non derogate dal Codice del Consumo o da altre disposizioni più favorevoli per il consumatore: cfr. il novellato art. 1469-bis c.c.) sia le più specifiche discipline inerenti alla pubblicità ingannevole e comparativa, alle televendite, ai contratti negoziati fuori dei locali commerciali, ai contratti a distanza, alla multiproprietà, alla vendita di pacchetti turistici, alla sicurezza dei prodotti immessi sul mercato ovvero in libera pratica, alla responsabilità per danno da prodotti difettosi, alla vendita dei beni di consumo. Oltre, si richiamano ad approcci all'educazione del consumatore e alla sua informazione. Ed è indubbio, quindi, segnalare l'importanza data all'educazione (elemento di grande novità introdotto dal Codice, prima del tutto assente dalla normativa) e all'informazione (i cui riferimenti normativi erano invece presenti ma occasionali), che vengono, pertanto, visti come momenti necessari nel processo di formazione della conoscenza del consumatore: l'informazione, in particolare, diventa la linea guida di tutto lo svolgimento del rapporto di consumo, perché ricompare nel momento della conclusione del contratto e nel momento della sua esecuzione.

Le norme di tutela del consumatore in tema di clausole vessatorie risultano invece più sviluppate ed estesa di quella precedentemente fornita dal Codice civile. Clausole che, malgrado la buona fede, determinavano, sino a quel momento e a carico del consumatore, un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti da tutti i contratti conclusi con i consumatori.

In questi ultimi anni le cose sono completamente cambiate: non vi è provvedimento, presa di posizione delle autorità di controllo, indagine giornalistica che non faccia riferimento, anche se in modo piuttosto generico, alle istanze dei "consumatori".

Il dinamismo che connota il mercato in materia di tutela al consumatore legate soprattutto alle accelerazioni e all'avanzare della tecno-digitalizzazione non solo comporta, come è fin troppo evidente, una regolamentazione che non precede ma segue i cambiamenti, ma va determinando anche un mutamento nell'interpretazione delle regole. In questi ultimi anni, come sappiamo, la diffusione di nuove tecnologie digitali ha innescato una serie di rilevanti, molteplici e repentine trasformazioni nel mondo dei consumi. Infatti lo sviluppo e la rapidissima crescita supportata dallo straordinario progresso tecnologico, genera e solleva molti interrogativi sulle conseguenze

per gli individui e la società in termini non solo di garanzia di diritti ma anche dei livelli di trasparenza e di informazione da salvaguardare per la tutela dei consumatori.⁵³

Tra i più significativi cambiamenti che comunque minano l'impianto del Codice del Consumo possiamo elencare proprio il pluralismo delle fonti e anche le continue rivisitazioni per adeguarlo alle norme che pervengono dall'Unione europea. Il Codice del Consumo, pertanto, rappresenta un intervento che si allinea alle analoghe legislazioni di settore presenti in altri paesi europei. Lo stesso Codice che ha subito, interventi modificativi, primo fra i quali il Decreto Legge n. 221/2007 contenente "Disposizioni correttive e integrative del Decreto Legge del 6 settembre 2005 n. 206 recante Codice del Consumo".

Le modifiche intervenute negli anni al Codice del Consumo testimoniano di un importante mutamento di prospettiva nella protezione del consumatore. Difatti nella disciplina del rapporto di consumo, il codice non si concentra più unicamente sulla debolezza del consumatore in sede di conclusione del contratto e, oltre, si affermano i diritti dei consumatori anche nella fase di esecuzione del contratto. Rispetto all'impianto originario, il Codice del Consumo è stato oggetto di importanti addizioni ma anche di significative sottrazioni.

Alla tradizionale unità che caratterizzava in precedenza un sistema rispetto al quale il moltiplicarsi di discipline veniva risolto attraverso una lettura basata sull'interazione tra regole ed eccezioni, generalità e specialità, si oppone, la disomogeneità del sistema attuale, dominata da una pluralità di discipline di diversi settori che talvolta si sovrappongono e altre volte convivono nel segno della complementarietà tra loro e con le regole generali. Ulteriormente, l'avvento della tecnologia ha determinato cambiamenti così significativi da rendere obsolete in parte alcune regole presenti nel codice. Pertanto fra le molte angolazioni dalle quali occorre rimeditare i tanti dilemmi che l'attuale contesto di riferimento ci pone occorre riflettere sulla valenza che in esso assume il Codice del Consumo, provocatoriamente definito "codice consumato". In particolare a seguito e in ragione del generalizzarsi di alcuni rimedi, quali ad esempio le modifiche relative alle "azioni di classe" (class action) che fanno perdere la connotazione consumeristica per divenire uno strumento processuale azionabile indipendentemente dalla qualità di consumatore.

Le ultime modifiche apportate al Codice del Consumo sono risalenti al 2020 e per fronteggiare il periodo fortemente delicato che stiamo attraversando. "Con la pandemia tutti, imprese,

⁵³ Cozzio M., Effetti della mutazione giuridica: la trasparenza come bene comune? in *Annuario di Diritto comparato e di Studi legislativi*, Edizioni Scientifiche Italiane, Napoli, 2019.

istituzioni e singoli cittadini, hanno dovuto fare, rapidamente, alcuni cambiamenti che finora avevano rinviato”.⁵⁴

3.2 La riforma della Class Action: come funziona e che cosa cambia per i consumatori

L'azione di classe, meglio definita e comunemente nota con il nome di Class Action, è un'azione legale effettuata a tutela dei diritti individuali omogenei dei consumatori e degli utenti ed è entrata in vigore (dopo numerosi tentativi non andati a buon fine) il 1° gennaio 2010 con l'introduzione nel Codice del Consumo dell'articolo 140 bis.

Le origini della Class Action si ritrovano nelle azioni di massa ed è possibile determinare gli inizi della Class Action nell'Inghilterra dei primi due secoli successivi alla nascita del “Common Law”⁵⁵. Si tratta dell'istituto processuale che consente a ciascun consumatore o utente (componente della classe) anche mediante associazioni cui ha dato mandato o comitati cui partecipa di poter agire in giudizio per la tutela di diritti riguardanti una classe determinata di soggetti.

Serve precisare che lo stimolo a compiere azioni di protezione collettiva è stato azionato dalla Commissione Europea “Verso un quadro orizzontale europeo per i ricorsi collettivi”⁵⁶, pubblicata in Gazzetta ufficiale che ha adottato la Raccomandazione dell'Unione Europea (2013/396/UE) dell'11 giugno 2013. Essa invitava gli Stati membri dell'Unione ad accogliere, entro il termine di due anni, un sistema di tutela collettiva e di natura risarcitoria che acconsentisse a due o più persone, fisiche o giuridiche, che pretendano di aver subito un pregiudizio in una situazione di danno collettivo, di agire collettivamente, o a un'organizzazione legittimata di intentare un'azione rappresentativa, per ottenere il risarcimento del danno.⁵⁷

L'ordinamento italiano comincia a mostrare una crescente attenzione verso forme di tutela dei consumatori alternative rispetto ai tradizionali strumenti processuali, tuttavia la tutela collettiva nuove elaborazioni pongono una serie di quesiti. Da una parte, le esigenze dei consumatori bisognosi di una tutela processuale che renda effettivo il proprio diritto di difesa, (specie in caso di controversie seriali di lieve entità come le cosiddette small claims), dall'altra l'attenzione per

⁵⁴ ilsole24ore.com - Stefano Russo, responsabile Nielsen Social Content Ratings, rileva l'impatto della pandemia sui fenomeni digitali 2020

⁵⁵ InnovazioneDiritto.unina.it - T. Russo, Profili comparatistici della class action: il lungo percorso italiano tra luci, ombre ed occasioni mancate

⁵⁶ eur-lex.europa.eu - Gazzetta Ufficiale L 201 della Unione Europea 2013

⁵⁷ distretto.torino.giustizia.it - L. Panzani, La Class action nel diritto italiano e nel diritto europeo 2013

la necessità che l'azione di classe non si traduca in uno strumento che arrechi forti turbative di mercato.

Indiscutibilmente l'introduzione della Class Action ha rappresentato un tassello fondamentale di una strategia a garanzia di una funzionante risoluzione alle controversie seriali di basso e piccolo valore o di entità così lieve che precedentemente non valeva la pena portarli in giudizio singolarmente e nemmeno di porli a fondamento di un'istanza di conciliazione e dunque la Class Action assicura un elemento fondamentale di un'azione giudiziaria tesa a rimuovere le ragioni della rinuncia dei consumatori e degli utenti.

Inoltre, la Class Action consente di organizzare una reazione compatta dei consumatori nei confronti dell'illecito plurioffensivo dell'impresa⁵⁸. Essa vuole esprimere un'efficacia deterrente. La Class Action, metaforicamente, funziona un poco come "un aspirapolvere" nei confronti degli strumenti di conciliazione, liberandoli dal pulviscolo delle controversie seriali di modico valore (in cui può avere spazio solo un negoziato posizionale su vasta scala). In altri termini, l'introduzione della Class Action ha costituito un tassello fondamentale di una strategia tesa al miglioramento delle condizioni della giustizia civile nel settore delle controversie dei consumatori, parti notoriamente deboli nei rapporti contrattuali, che è stata volutamente inserita all'interno del Codice del Consumo la disciplina della Class Action, volta dunque a tutelare i diritti individuali omogenei, derivanti da un rapporto di consumo.

Recentemente, l'organo legislativo ha ritenuto riformare in maniera strutturale l'intera disciplina in materia di azione di classe e azione inibitoria collettiva contenuta nel Codice del Consumo, introducendo il nuovo Titolo VIII-bis (articoli da 840-bis a 840-sexiesdecies), rubricato "Dei procedimenti collettivi", all'interno del Libro VI del Codice di Procedura Civile.

Originariamente previsto, dalla Legge n. 31 del 2019, per il 19 aprile 2019, il debutto della nuova versione della Class Action è stato oggetto di continui rinvii, accettabili unicamente per la presenza delle fortissime resistenze che questo strumento processuale sta continuando ad incrociare.

Il cosiddetto Decreto Ristori bis ha, poi, nuovamente rinviato, per lo stato di emergenza legato al Covid 19, l'entrata in vigore della nuova Class Action in Italia, fissando la data proprio con il mese di maggio 2021. Lungamente invocata dalle Associazioni di Tutela dei consumatori, quale unico valido strumento di contrasto alle pratiche commerciali più malevole e diffuse tra i consumatori,

⁵⁸ Caponi R., Il nuovo volto della Class Action in *Il Foro Italiano* Vol. 132, n. 10, Società Editrice Il Foro Italiano, 2009.

doppierà i 25 mesi di proroga dalla riforma; ciò, comunque, ha consentito la piena funzionalità del sistema telematico appositamente dedicato all'azione di classe all'interno del Portale Servizi Telematici del Ministero della Giustizia.

A seguito di tale riforma tuttavia il provvedimento sulla Class Action ha disposto che non venga più disciplinata dal Codice del Consumo, bensì dal Codice di procedura civile e dunque contestualmente all'entrata in vigore della nuova legge sono abrogate le corrispondenti disposizioni sull'azione di classe contenute nel Codice del Consumo.

Le novità sono tante: dalla possibilità di aderire anche in un secondo momento all'allargamento della platea dei beneficiari e di chi può promuovere la Class Action, fino alla creazione di una piattaforma telematica dove poter trovare quali azioni sono in corso. La nuova Class Action prende il via senza applicazione retroattiva per le condotte illecite commesse a partire dal 19 maggio 2021.

Il primo tentativo di introduzione della Class Action aveva visto concentrarsi inizialmente l'attenzione degli operatori del diritto soprattutto, se non quasi esclusivamente, sui principi di ammissibilità della domanda, trascurando l'intera fase successiva. Tale esasperata attenzione è anche il frutto della scarsa esperienza maturata da questa procedura che, nei suoi pochi anni di vita, ha visto iniziative che si sono sistematicamente scontrate con questo primo, spesso insormontabile, ostacolo. Le motivazioni di un irrigidimento sulle regole di ammissione alla Class Action erano forse motivate (a torto) da un diffuso timore che tali azioni, se non rigidamente vincolate in un percorso processuale perimetrato, avrebbero potuto portare a una moltiplicazione di iniziative non meritevoli e pretestuose. Tale impostazione, lascia trasparire un chiaro pregiudizio verso i portatori di interessi collettivi, in primis le associazioni dei consumatori. Questa esasperata attenzione per l'avvio della procedura ha comportato uno scarso interesse per problemi ben più ingombranti: in primis quelli legati al modellamento del principio di omogeneità così come applicabile alla fase istruttoria, la fase processuale più determinante per l'esito di un giudizio.

In conclusione, come si è avuto modo di sottolineare la Legge n. 31 del 12 aprile 2019 consente alla tutela collettiva di compiere un significativo passo avanti all'interno dell'ordinamento italiano⁵⁹ tuttavia nonostante la novella sia da salutare positivamente, diverse sono le criticità che, qualora non correttamente interpretate, rischiano di minarne la portata innovatrice.

⁵⁹ Judicum.it - Scarselli, G., La nuova azione di classe di cui alla legge 12 aprile 2019 n. 31

3.3 L'evoluzione della Tutela del Consumatore in Europa.

Per comprendere come è nata e come si è evoluta l'idea di uniformare una speciale tutela giuridica ai consumatori occorre esaminare quanto è accaduto, e continua ad accadere, in Europa a partire dagli anni '70. Questo perché la rilevanza è stata riconosciuta prima in ambito Comunitario, e soltanto in seguito, grazie al cammino compiuto con l'integrazione europea, anche in Italia, come abbiamo già segnato, infatti, non vi è nessun riferimento alla figura giuridica del consumatore nel contenuto della nostra Costituzione italiana.

Nelle attività delle Comunità europee (ovvero dell'Unione europea) le attenzioni realizzate verso la tutela del consumatore come soggetto giuridico da cautelare in quanto portatore di bisogni ed interessi sono, dunque, abbastanza recenti e si sviluppata, quando i Capi di Stato e di Governo degli allora nove Stati membri, invitavano le istituzioni comunitarie a definire un programma d'azione teso a rafforzare e coordinare le azioni a favore della protezione del consumatore. Si fa strada l'idea che il consumatore debba essere considerato non più come semplice soggetto economico (compratore e utilizzatore di beni e servizi), ma soggetto interessato a diversi aspetti della vita sociale senza che questa possa danneggiare un qualche aspetto del consumatore.

Le prime definizioni legislative risalgono alla Convenzione di Bruxelles del 1968, dove l'art. 13, definisce il consumatore come il soggetto che agisce "per un uso che possa essere considerato estraneo alla sua attività professionale"⁶⁰, e alle direttive emanate dalla Comunità Europea a partire dal 1973.⁶¹ In questo stesso anno viene approvata, con la risoluzione n. 543, la Carta europea di protezione dei consumatori che costituisce il primo compiuto intervento in tema di protezione dei consumatori. Si affermano concetti importanti quali la responsabilità delle aziende per i danni provocati da prodotti difettosi, la pubblicità ingannevole, la tutela dei consumatori sulle indicazioni dei prezzi, delle garanzie al consumo e della sicurezza dei prodotti. Le direttive europee prescrivono sostanzialmente:

- che il consumatore deve avere a disposizione informazioni chiare (contenuto del prodotto, eventuale tossicità, scadenza, modo d'impiego) che gli consentano di scegliere il prodotto che meglio si addice alle sue esigenze;

⁶⁰ Catelani A., Codice del consumo, Giuffrè Editore, Milano, 2006.

⁶¹ Bessone M., La Carta Europea dei Consumatori, in Rivista delle Società, 1974

- che possa pretendere il risarcimento di danni derivanti da un prodotto non rispondente alla pubblicità e alle informazioni fornitegli;
- che possa essere rappresentato, ascoltato ed eventualmente assistito legalmente attraverso organismi e associazioni aventi come scopo la tutela dei suoi diritti.

Necessita segnalare che la particolare attenzione riuniva i molteplici obiettivi in due grandi filoni: la protezione e l'informazione dei consumatori acquirenti di beni e servizi; la creazione delle condizioni necessarie per riequilibrare, da un lato, il dialogo economico tra produttori e distributori, dall'altro tra i consumatori considerati come controparti⁶².

Nel 1975, la Comunità Europea, dopo un lungo dibattito interno, riordina in modo organico tutte le iniziative in materia di tutela del consumatore e precisa quali saranno gli obiettivi del suo intervento, nello specifico:

- la protezione contro i rischi e per la salute del consumatore;
- la protezione degli interessi economici del consumatore;
- la predisposizione di consulenza e assistenza per il risarcimento dei danni;
- l'informazione e l'educazione del consumatore;
- la consultazione e la rappresentanza dei consumatori nella predisposizione delle decisioni che li riguardano;

Dopo il 1975 si sono susseguiti vari programmi che di volta in volta hanno cercato di ordinare la materia di tutela dei diritti del consumatore. Uno dei momenti rilevanti da menzionare è la formulazione dell'art. 100 nell' Atto Unico del 1987 che ha introdotto la figura del consumatore e l'ha riconosciuta come centrale nell'ambito dell'economia e della politica dell'Unione proponendo misure per proteggere i consumatori basandosi su "un livello di protezione elevato". Il Trattato di Maastricht, entrato in vigore il 1^o novembre 1993, ha consentito di organizzare un quadro giuridico che il Trattato di Amsterdam (firmato il 2 ottobre 1997, entrato in vigore il 1^o maggio 1999) ha perfezionato e ampliato fortemente prevedendo per la prima volta con l'art. 129a, un requisito riservato alla protezione dei consumatori e agli interessi di costoro.

Nel periodo 2002-2006, le politiche comunitarie, invece, si sono basate, anche in questo caso, su tre obiettivi: un elevato livello di protezione dei consumatori, l'applicazione effettiva delle regole di protezione dei consumatori, la partecipazione delle organizzazioni dei consumatori alle politiche comunitarie. Queste priorità sono state formulate tenendo conto non solo

⁶² Alpa G., Bessone M., Il consumatore e l'Europa, Edizioni Cedam, Padova, 1979.

dell'allargamento a diversi Paesi europei della necessità di principi uniformi, ma anche di regole semplici.

In seguito il piano di priorità della Comunità europea nel periodo 2007-2013, viene fondato su un ambizioso obiettivo: attraverso la surrogazione dei programmi esistenti nel settore della politica dei consumatori e della sanità pubblica con un solo programma unico d'azione quello di ottimizzare e creare una sinergia collettiva che possa rendere maggiormente in tutela ai consumatori. Negli stessi anni, il "Comitato dei Consumatori", organismo istituito nel 1995 alla risoluzione dei problemi relativi alla salvaguardia degli interessi dei consumatori comunitari, è stato rimpiazzato dalla Commissione Europea (2003) con il Gruppo Consultivo Europeo dei Consumatori e successivamente sostituito dal Comitato scientifico della sicurezza dei consumatori (CSSC) nel 2009.

Gli ultimi piani di azione passano da una strategia di azione triennale ad una strategia che abbraccia un quinquennio e il piano d'azione, nel settore della politica dei consumatori dell'Unione Europea come programma pluriennale per gli anni 2014-2020, si articola, in particolare, su: l'agenda europea dei consumatori e il programma per la tutela dei consumatori.

L'agenda europea dei consumatori predetermina diversi obiettivi:

- promuovere la sicurezza dei consumatori
- sensibilizzare sui diritti dei consumatori
- potenziare l'applicazione della normativa a tutela dei consumatori
- integrare gli interessi dei consumatori nelle politiche settoriali fondamentali
- responsabilizzare

L'agenda dei consumatori identifica inoltre delle sfide e dalla primavera 2014 all'inizio del 2016, conduce una campagna di sensibilizzazione sui diritti dei consumatori, per informare i cittadini dei loro diritti in virtù della legislazione dell'UE in materia di consumatori e indirizzarli agli organi di consulenza e assistenza in caso di domande o problemi. Detta campagna consente di accrescere la conoscenza generale dei diritti dei consumatori nell'Unione Europea. Una particolare attenzione è stata eseguita alle disposizioni sui diritti dei consumatori, alle direttive sulle pratiche commerciali sleali, alle norme sulle clausole contrattuali abusive e alla direttiva sulla vendita e sulle garanzie dei beni di consumo.

Nella Gazzetta Ufficiale dell'Unione europea del 18 dicembre 2019 è stata pubblicata la Direttiva 2019/2161, volta ad una migliore applicazione e alla modernizzazione delle norme dell'Unione relative alla protezione dei consumatori⁶³.

Questa ultima direttiva fa parte del cosiddetto “New Deal for Consumers”, un pacchetto di riforme legislative volte a rivedere le leggi europee esistenti. L’obiettivo principale di queste riforme è quello di adattare la legislazione dell’Unione Europea in materia di tutela dei consumatori alle realtà dell’era digitale, nonché di promuovere la trasparenza e garantire l’effettiva applicazione delle norme a tutela dei consumatori.

Proprio per far fronte alle problematiche emerse, la Direttiva 2019/2161, che deve essere recepita entro il 28 novembre 2021 dagli Stati membri, interviene mutando in parte la legislazione esistente.

In particolare, vengono ritoccate le direttive sulle pratiche commerciali sleali (2005/29/CE), sui diritti dei consumatori (2011/83/UE), sulle clausole abusive nei contratti (93/13/CEE) e sull’indicazione dei prezzi (98/6/CE). Gli aspetti su cui il legislatore è intervenuto sono soprattutto tre: le sanzioni previste in caso di infrazioni; i rimedi di cui possono beneficiare i consumatori; la tutela per le transizioni online.

Relativamente ai nostri giorni occorre segnalare come attraverso recenti indicazioni il processo della Brexit determinerà notevoli incertezze e conseguenze negative per i diritti dei consumatori europei.⁶⁴ Ulteriormente, sempre relativamente all’attualità, particolare attenzione merita la commercializzazione online che è in continuo e significativo sviluppo, favorito anche dalla pandemia di COVID-19. Quando un utente digitale entra un negozio online (sia pure per dare un’occhiata) lascia dietro di sé tracce preziose dei suoi movimenti, dei suoi click, di ciò che ha guardato e di ciò che non ha degnato della minima attenzione, delle sue preferenze, dei suoi ripensamenti. Per tutto questo il tema dell’espansione dei mercati digitali e dell’e-commerce, se da un lato rappresenta una grande opportunità di vendita e crescita per le imprese europee e mondiali, proprio per le sue caratteristiche sta diventando sempre più delicato, soprattutto nella prospettiva di poter assicurare tutela ai consumatori che, spesso, oltre ad essere la parte più debole, accettano l’utilizzo dei propri dati personali quale corrispettivo del servizio cui usufruiscono.

⁶³ eur-lex.europa.eu - Modifiche della direttiva 93/13 CEE per una migliore applicazione e una modernizzazione delle norme dell’Unione relative alla protezione dei consumatori 2019

⁶⁴ europarl.europa.eu - Kramme M., Consequences of Brexit in the Area of Consumer Protection (Conseguenze della Brexit nel settore della protezione dei consumatori) 2017

3.4 Il consumatore globale interconnesso

Le vendite retail si stanno integrando sempre più nel mondo online, offrendo esperienze self-service personalizzate. In un mondo in continuo cambiamento, i consumatori, come tutti gli elementi che fluttuano in un mercato globalizzato, si adeguano costantemente alle nuove tecnologie che suggestionano le loro abitudini, il loro stile di vita e, naturalmente, il loro modo di consumare e acquistare prodotti e servizi.

Il commercio tradizionale e, in generale, il termine "tradizionale" in sé è un concetto che è stato relativizzato praticamente in tutti i settori. Finora le nuove tecnologie hanno coesistito con quelle tradizionali e ogni parte ha mantenuto e trovato il proprio posto: come per esempio la radio con l'arrivo della televisione o il treno prima dell'invenzione dell'aereo; ma, indubbiamente, la comunicazione in qualsiasi sua forma non è più contenuta al di fuori del linguaggio digitale. Quando i consumatori acquistano stanno anche comunicando, viene infatti stabilito un contatto con un venditore che offre un prodotto o un servizio per soddisfare un'esigenza. Questa comunicazione si instaura sempre più in un ambiente digitale visto che la diffusione delle tecnologie informatiche ha raggiunto negli ultimi anni livelli mondiali senza spazio ed ha costretto i legislatori e gli operatori del diritto a rapportarsi con essa e obbligato il legislatore a dovere affrontare il problema derivante dalla necessità di dovere disciplinare ambiti anteriormente ignoti e sconosciuti.

Invero, l'utilizzo sempre più dilatato dei media digitali, ha concesso che alcune fattispecie di reato tradizionale, come furti di informazioni, frodi, spionaggio, pedofilia e terrorismo, attualmente ha possibilità di articolarsi prevalentemente all'interno dei nuovi sistemi digitali. Si parla di hacking, diffusione di virus informatici, frodi telematiche, spamming, diffusione di informazioni illegali online, phishing, furto d'identità ma anche ad esempio di cyber-pedofilia e cyberterrorismo ricondotti alla dizione di reati informatici o computer crimes piuttosto che cybercrime.

All'interno dell'enciclopedia Treccani, il cybercrime è definito come: "Reato nel quale la condotta o l'oggetto materiale del crimine sono correlati a un sistema informatico o telematico, ovvero perpetrato utilizzando un tale sistema o colpendolo [...]. Nel primo caso ci si riferisce anche a reati informatici impropri, ossia ai reati comuni previsti dal codice penale o dalla legislazione speciale, che solo incidentalmente vengono commessi mediante l'uso di un computer e della rete

[...]. Nel caso di un c. perpetrato per colpire un sistema informatico, si tratta invece di reati informatici propri [...]. La categoria concettuale dei c. non ha, tuttavia, un significato tecnico preciso dal punto di vista giuridico, poiché, fatta eccezione per la presenza di un sistema informatico o telematico, vi rientrano una pluralità di condotte e beni giuridici protetti estremamente disomogenei”⁶⁵

L’esigenza di punire i crimini informatici, emerse già alla fine degli anni ’80, tanto che, il 13 Settembre 1989, il Consiglio d’Europa emanò una ‘Raccomandazione sulla Criminalità Informatica’ dove venivano discusse le condotte informatiche abusive. Essa è il punto di riferimento fondamentale per la materia nel campo del diritto internazionale e derivava dalla necessità che i diversi Paesi che ne fanno parte aderissero ad una politica legislativa uniforme per i pericoli derivanti dalla presenza di cosiddetti “paradisi informatici” e che instaurassero una stretta collaborazione per la repressione della criminalità informatica sovente a carattere sovranazionale che, di regola, richiede la previsione bilaterale del fatto (cosiddetta doppia incriminazione).

Le prime condotte abusive a danno di un elaboratore elettronico furono i casi di cosiddetti phone phreaking, condotte di abuso delle nuove tecnologie per effettuare telefonate gratuite o a costi minori di quelli regolari.

Ragguardevole in tema è anche l’attività dell’Unione Europea che, sviluppando al massimo la propria specificità di azione e, pur in assenza di una base normativa nel Trattato di Maastricht del 1992, si è distinta in tema di criminalità informatica, attraverso l’adozione di strumenti atipici quali programmi di azione ed altri documenti programmatici di varia natura, favorendo la cooperazione giudiziaria ed il ravvicinamento delle normative penali di settore. È opportuno segnalare l’adozione dei recenti atti quali: la Risoluzione del Parlamento Europeo “Lotta contro la Criminalità Informatica» del 3.10.2017 e l’VIII Relazione della Commissione Europea del 29.6.2017 sui «Progressi compiuti verso la creazione di un'autentica ed efficace Unione della sicurezza e invito ad accelerare le iniziative miranti a rafforzare la sicurezza dei cittadini dell'UE attualmente in corso”⁶⁶

Oggi, la rete ha assunto una dimensione a pieno titolo globale e rappresenta, come sappiamo, un mondo virtuale parallelo, nel quale il mondo criminale ha ben presto intuito la possibilità che

⁶⁵ “Cybercrime”, Enciclopedia Treccani

⁶⁶ europarl.europa.eu – Lotta alla criminalità informatica 2017

avvalersi del mezzo informatico a fini illeciti può essere determinante, se così possiamo dire, per il futuro.

Il primo intervento del legislatore italiano allo scopo di contrastare la criminalità informatica risale al 1993, anno in cui fu promulgata la Legge n. 547 identificata come "Modificazioni ed integrazioni alle norme del Codice Penale e del codice di procedura penale in tema di criminalità informatica". La trafila che portò alla emanazione di questa legge fu lunga e laboriosa ed ha visto la partecipazione di molteplici giuristi oltre che di esperti informatici. Si trattava di un provvedimento necessario poiché, fino a quel momento, alle condotte realizzate ai danni dei sistemi informatici, si applicavano le fattispecie delittuose già presenti nel Codice Penale e quindi i comportamenti illeciti realizzati mediante o aventi ad oggetto il computer, soprattutto il complesso di dati e informazioni contenute nel sistema, potevano assumere rilevanza penale solo in quanto riconducibili ad una figura di reato tradizionale.

Da quel momento si è potuto assistere ad un susseguirsi di innesti normativi, che portano, oggi, alla individuazione di un sistema sufficientemente strutturato e comunque tale da poter vantare una parziale emancipazione dai binari ordinari del procedimento penale.

Prima del 1993, infatti, il legislatore si era sempre mosso in maniera eccessivamente casistica, con leggi che già a partire dalla fine degli anni Settanta introducevano la tematica dei dispositivi elettronici, ma che non potevano essere considerate norme sufficientemente generali da disciplinare una serie di fattispecie di reato. È il caso, ad esempio, della legge n. 191/1978, che introduce l'art. 420 c.p. in tema di attentato ad impianti di pubblica utilità, oppure di frammentarie disposizioni all'interno di leggi, come ad esempio l'art. 12 della l. n. 197/1991 relativa alle sanzioni per il reato di uso indebito di carte di credito⁶⁷.

Ancora, l'evoluzione storica che dal primo esperimento normativo ha condotto sino alle più recenti riforme organiche, si contraddistingue per la persistenza di un preciso Leit Motiv: la rinuncia, quasi totalmente, da parte del legislatore a creare nuovi istituti processuali in favore di un'estensione o di un riadattamento di leggi tradizionali, allo scopo riplasmati sulla cangiante realtà tecno digitale. Si tratta di un percorso che trova il proprio modello più nitido proprio nella legge 18 marzo 2008 n. 48 che, per l'appunto, si è in larga misura limitata a "sdoppiare" elementi già esistenti nell'ordinamento, affiancando, ad esempio, alla perquisizione locale tradizionale una perquisizione informatica e, parallelamente, alla classica ispezione dei luoghi, un'ispezione informatica.

⁶⁷ Neri G., *Criminologia e reati informatici. Profili di diritto penale dell'economia*, Napoli, Jovene Editore, 2014.

Le tappe di questa teorica evoluzione legislativa meritano di essere sinteticamente rammentate. Le fasi più significative, dunque, del lungo percorso che conduce fino all'attuale assetto della disciplina cui ci si riferisce possono essere ricollegate, a partire dal già richiamato intervento del 1993, essenzialmente e convenzionalmente, a tre importanti stagioni riformatrici.

In primo luogo quella della legislazione repressiva della pedopornografia on line, collocandosi nella seconda metà degli anni '90, con le leggi del 1996 (la n.66) e del 1998 (n.269) e con un supplemento a circa dieci anni di distanza (legge n.38 del 2006). La seconda fase, si rinviene con il periodo delle leggi antiterrorismo successivo all'abbattimento delle torri gemelle, con il suo apparato di disposizioni d'ampliamento dei controlli sulle comunicazioni anche in via preventiva (legge del 2001 n.438 e decreto legge del 2005 n.144) e l'influsso sul cosiddetto codice privacy (legge del 2003 n.196) soprattutto sulla conservazione dei dati. Infine, terza ed ultima fase, il tentativo di sistematizzazione, emanata con la legge n. 48 del 2008 che ratificava la Convenzione del Consiglio d'Europa sulla criminalità informatica, realizzata a Budapest nel 2001.

Dopo, queste tappe importanti di normative specificate, che occorre segnalare e considerare i provvedimenti come la legge del 2006 n.281, in punto di intercettazioni telematiche illegalmente formate, oppure la legge del 2012 in tema di confisca obbligatoria dei beni e degli strumenti informatici utilizzati per il cybercrime.

Un illustre avvocato, Gianluca Pomante, personalità di rilievo per l'argomento trattato sulle nuove tecnologie, computer crimes, protezione dei dati personali, condotte illecite su social network e blog, atti di molestia e bullismo on line, violazione della proprietà intellettuale e del know-how d'impresa, e molte altre criticità collegate alle illegalità tecno-digitali nel 1999 osservava: "Individuare e definire compiutamente il fenomeno dei computer crimes è, obiettivamente, un compito arduo e complesso".⁶⁸

Lo sviluppo rapido delle scienze informatiche ha infatti permesso di disegnare nuovi scenari e le tecniche con le quali vengono carpite le informazioni personali delle vittime col passare del tempo diventano sempre più sofisticate. L'attrezzatura fornita al criminale dalla tecnologia elettronica è micidiale e il delicatissimo periodo storico che stiamo vivendo, caratterizzato dalla crisi sanitaria ed economica legata al Covid-19, ha registrato un drastico incremento del fenomeno. Per citare un recente esempio, la Polizia Postale ha comunicato che, durante il periodo dell'emergenza, caratterizzato dal crescente e diffuso ricorso allo Smart working, le

⁶⁸ Felluga G.: I Computer Crimes: definizioni ed elementi principali, in Tigor, Rivista di scienze della comunicazione, n. 1, 2012.

truffe informatiche perpetrate sotto forma di phishing sono aumentate del 600% a livello mondiale⁶⁹. Un attacco molto peculiare di phishing ha visto protagonista addirittura anche l'Organizzazione mondiale della Sanità con una mail, a firma di una finta dottoressa dell'Oms, che invitava ad aprire un allegato contenente informazioni per prevenire e difendersi dall'infezione da Coronavirus ma che in realtà conteneva un malware contenente intenti fortemente dannosi.

⁶⁹ interno.gov.it – cybercrime in aumento durante il lockdown 2020

CONCLUSIONI

Lo sviluppo tecnologico, ha avuto una brusca accelerazione negli ultimi 20-30 ed ha avuto un profondo impatto sul modo in cui le persone comunicano. Inoltre l'evoluzione dei nuovi media e dei processi di digitalizzazione ha interessato e modificato la natura dei mezzi di comunicazione di massa e il modo di relazionarsi, di studiare, di lavorare. Oggi, infatti, la comunicazione viene sempre più integrata, talvolta addirittura sostituita, dalla comunicazione su web e online e con l'avvento della tecnologia digitale si ha un modo di vivere completamente differente nel linguaggio delle interrelazioni personali.

Basti pensare che oggi lo smartphone è uno strumento dal quale non ci si può più separare, diventato indispensabile per le nostre attività. Adesso con lo smartphone possiamo chiamare, messaggiare, navigare in internet, leggere le email, scrivere testi, fare fotografie e video, caricare contenuti. La comunicazione online si è, oltretutto, evoluta con le webcam, che abbinate a programmi di comunicazione come Skype, Zoom o Google Meet, consentono di vedere la persona con cui si parla oltre ad ascoltarne la voce. I nuovi media e il digitale, quindi, grazie al progressivo processo di smaterializzazione dei corpi e degli oggetti ha ampliato considerevolmente le opportunità di visibilità e di comunicazione. Lo spostamento di molte attività da un contesto fisico a uno digitale porta sempre più persone a doversi confrontare con problematiche relative alla disciplina di questi settori e negli ultimi anni, l'intera società ha subito una progressiva astrazione.

In quest'ottica, bisogna fare in modo che proprio il web rappresenti e costruisca un'efficiente piano di formazione al "digitale" visto che, proprio l'epoca digitale, ha generato l'esigenza e la necessità a nuove formule di vigilanza e controllo. Non per caso, grandi aziende come Microsoft o Google si stanno proponendo come guide nel campo della formazione globale, diventando testimonial, gestori, fondatori di centri di alta formazione e artefici del nuovo capitalismo. Diventa facile, dunque, collegare a chi si riferisca Zuboff nel suo libro "The Age for Surveillance Capitalism. The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power".

Tutte le tecnologie digitali della comunicazione, rappresentano un potente strumento di trasformazione della società e ciò comporta un mutamento dei linguaggi, dei comportamenti, degli stili di vita e di conseguenza la nascita di modelli organizzativi diversi rispetto a quelli

tradizionali. Coloro che per primi si appropriano di quei dati e li elaborano e li sviluppano, accumulano smisurate ricchezze.

Ad una società strutturata secondo un'organizzazione piramidale si sostituisce un'organizzazione a rete e la Rete quindi rappresenta una nuova dimensione. Una dimensione che porta anche a delle preoccupazioni.

La classifica dei principali problemi della Rete, secondo gli italiani, è prevalentemente centrata sull'impatto negativo che le tecnologie digitali possono eventualmente avere sul proprio vissuto quotidiano. Per il 42,5% degli italiani il problema numero uno di internet è la diffusione di comportamenti violenti, dal cyber-bullismo alle diffamazioni e intimidazioni online. Al secondo posto, il 41,5% colloca il tema della protezione della privacy. Segue il rischio della manipolazione delle informazioni attraverso le fake news (40,4%) e poi la possibilità di imbattersi in reati digitali, come le frodi telematiche (35,5%). Solo a grande distanza vengono citati problemi di sistema, come l'arretratezza delle infrastrutture digitali del nostro Paese e l'inadeguatezza dei servizi online della pubblica amministrazione (14,9%), oppure le minacce all'occupazione che possono venire da algoritmi, intelligenza artificiale e robotica (10,5%). La Rete rappresenta una forma che la democrazia può assumere e che il sociologo Daniel Bell (più di venti anni fa) aveva anticipato come futuro controllo degli strumenti di comunicazione, fonte di potere e che le possibilità di accesso a questi mezzi sarebbero state le condizioni e i vincoli alla libertà dei cittadini.

Ombre e luci di un'Era di cui addirittura parla Umberto Eco quando nel 1964 introduce la famosa dicotomia tra apocalittici e integrati⁷⁰. L'era che stiamo vivendo è caratterizzata da uno sviluppo senza precedenti della tecnologia e tale sviluppo porta con sé una grave minaccia per la natura umana: un'architettura globale di sorveglianza. La sorveglianza digitale odierna assume connotati prima sconosciuti e produce effetti amplificati dal medium della Rete e inevitabili ripercussioni sulla sfera individuale della libertà e dei diritti.

Tuttavia, l'aumento dei poteri di sorveglianza digitale degli stati, come per esempio l'accesso ai dati di telefonia mobile per localizzare le persone, minaccia la privacy, la libertà d'espressione e pertanto la Rete, rappresenta una grande scommessa per lo sviluppo della futura democrazia.

La sorveglianza è ormai la forma propria della società della comunicazione: una sorveglianza sempre più penetrante, pervasiva, che si esercita "su corpi profondamente mutati

⁷⁰ Eco U., *Apocalittici e integrati*, Bompiani, Milano, 1964.

dall'immersione nel fluire delle comunicazioni elettroniche, e che si dirama e si diffonde ovunque, riproponendo il modello del panopticon"⁷¹.

È visto che l'utilizzazione delle Reti ha modificato la natura stessa del capitalismo e il "capitalismo della sorveglianza", lo scenario alla base del nuovo ordine economico che sfrutta l'esperienza umana sotto forma di dati come materia prima, invero con il capitalismo della sorveglianza "le nostre vite vengono raschiate e vendute per sovvenzionare la loro libertà e la nostra sottomissione, la loro conoscenza e la loro ignoranza su tutte le cose che sanno"⁷².

A farne le spese, sono regole e regolatori, in un quadro giuridico divenuto rapidamente obsoleto a fronte della devastante onda d'urto di colossi multinazionali che alterano equilibri consolidati con un sistema basato su reti di soggetti interconnessi posti sullo stesso livello.

Priorità digitali, digital technology, internet, security awareness sono le più diffuse parole chiave nel dibattito politico, ma anche scientifico per reprimere e ridurre le pratiche commerciali segrete da un nuovo pericolo ovvero gli attacchi informatici e dunque la Cybersecurity. Notizia di questi giorni è quella per cui il nostro Consiglio dei Ministri ha dato il via libera al decreto sulla Cybersecurity che, tra l'altro, istituisce l'Agenzia per la cybersicurezza nazionale (ACN). L'Agenzia sarà incaricata di esercitare le funzioni di Autorità nazionale in materia di cybersecurity, a tutela degli interessi nazionali di prevenzione, monitoraggio, rilevamento e mitigazione, per far fronte agli incidenti di sicurezza informatica e agli attacchi informatici.

In particolare il piano di digitalizzazione del ministro Vittorio Colao si pone un obiettivo ben preciso: attuare misure che andranno a migliorare la qualità dei servizi di cui si serve il cittadino.

Il tema è usare la comunicazione tecnologica o essere usati dalla tecnologia comunicativa?

Quale domanda prendere in considerazione come visione?

Per me, volendo utilizzare una metafora, il rovescio della medaglia non è comunque il contrario di una credenza consolidata ma solo la sua parte meno conosciuta e di fronte ad una comunicazione seduttrice dobbiamo promuovere una società educatrice. Quest'ultima dovrebbe ridurre le nocività e le derive patogene dei rischi connessi dalla asimmetria della comunicazione. È considerato che tutto è comunicazione, occorre lavorare attraverso iniziative grandi e piccole (come questo elaborato) per comprendere sempre di più, con un atteggiamento riflessivo e

⁷¹ Rodotà S., Prefazione, in D. Lyon, *La società sorvegliata. Tecnologie di controllo della vita quotidiana*, Milano, 2002.

⁷² Zuboff, S. *Big other: surveillance capitalism and the prospects of an information civilization*. *Journal of Information Technology*, 2018

responsabile, come preservare il grande forum, la dimensione micro e macro di accesso libero alle informazioni e limitare l'effetto perverso di un impoverimento o di una banalizzazione della nuova società della seduzione.

BIBLIOGRAFIA

Almuhimedi, Hazim "Your Location Has Been Shared! A Field Study on Mobile App Privacy Nudging" – 2015.

Alpa G., Bessone M., *Il consumatore e l'Europa*, Edizioni Cedam, Padova, 1979.

Alpa G., *Il diritto dei consumatori*, Editori Laterza, Roma – Bari, 2002.

Barenghi A., *Diritto dei consumatori*, Wolters Kluwer, Milano, 2017.

Bessone M., *La Carta Europea dei Consumatori*, in *Rivista delle Società*, 1974.

Bonanomi Gianluigi, "FOMO" e "Nomofobia": che cosa sono? 2017.

Cadwalladr, Carole "I made Steve Bannon's psychological warfare tool: meet the data war whistleblower" the Observer – 2018.

Caponi R., *Il nuovo volto della Class Action in Il Foro Italiano Vol. 132, n. 10, Società Editrice Il Foro Italiano*, 2009.

Cappello G., *Ritorno al futuro – Miti e realtà dei nativi digitali*, Aracne Editrice, Roma, 2012.

Cassano G., Giandomenico M., *Il diritto dei consumatori – tomo primo*, Cedam, Padova, 2010.

Castri M., Palmigiano A., *Il Codice al Consumo commentato*, LG Grafica, Palermo, 2010.

Catelani A., *Codice del consumo*, Giuffrè Editore, Milano, 2006.

Cozzio M., *Effetti della mutazione giuridica: la trasparenza come bene comune?* in *Annuario di Diritto comparato e di Studi legislativi*, Edizioni Scientifiche Italiane, Napoli, 2019.

Davidow, Bill. "Exploiting the neuroscience of internet addiction." *The Atlantic* 18, 2012.

Dezfouli, Amir, Nock, Richard. "Adversarial vulnerabilities of human decision-making" 2020.

Eco U., Apocalittici e integrati, Bompiani, Milano, 1964.

Felluga G.: I Computer Crimes: definizioni ed elementi principali, in Tigor, Rivista di scienze della comunicazione, n. 1, 2012.

Feuerherd, Joe, "Total Information Awareness Imperils Civil Rights" 2002.

Fleisher, Peter, "Street View and Privacy" 2007.

Hanke, John "Reality as Virtual Playground" 2015.

Hill, Kashmir "Google's privacy director is Stepping Down" Forbes, 2013.

Hinduya S., Patchin J.W., New National Bullying and Cyberbullying Data, 2016.

Hunt G. Melissa, Rachel Marx, Courtney Lipson, and Jordyn, "More FOMO: Limiting Social Media Decreases Loneliness and Depression. Young." Journal of Social and Clinical Psychology 2018.

Ivey-Stephenson AZ., Demissie Z., Crosby AE., et al. Suicidal Ideation and Behaviors Among High School Students — Youth Risk Behavior Survey, United States, 2019.

Kramme M., Consequences of Brexit in the Area of Consumer Protection (Conseguenze della Brexit nel settore della protezione dei consumatori), 2017.

Kreiss, Daniel "New Challenges to Political Privacy: Lessons from the first U.S. Presidential Race in the Web 2.0 era" 2010.

Lesnevskaya A., Russiagate, la "fabbrica dei troll" raccontata da chi ci ha lavorato, "Il Fatto Quotidiano", 2 Giugno 2016.

Liebert, Timothy “Exposing the Invisible Web: An Analysis of Third-Party HTTP Requests on 1 Million Websites” 2015.

Lojeski, Karen. Making Virtual Distance Work in the Digital Age. 2007.

Lohr, Steve “Engineer in Google’s Street View Is identified” New York Times – 2012.

Nagi, Kuldeep, New Social Media and Impact of Fake News on Society, 2018.

Neri G., Criminologia e reati informatici. Profili di diritto penale dell’economia, Napoli, Jovene Editore, 2014.

Noelle-Neumann E., The Spiral of Silence: A Theory of Public Opinion, “Journal of Communication”, 1974.

Pariser, Eli. “The Filter Bubble: How the New Personalized Web Is Changing What We Read and How We Think.” 2012.

Pitruzzella G., Pollicino O., Quintarelli S., Parole e potere: libertà d’espressione, hate speech e fake news, Milano, Egea, 2017.

Pizzetti F., Fake news e allarme sociale: responsabilità, non censura, MediaLaw, n.1 2017.

Potenza, Alessandra, Angela, Chen “Cambridge Analytica’s Facebook data abuse shouldn’t get credit for Trump” the Verge – 2015.

Przybylski, Andrew K., Murayama, Kou, DeHaan, Cody R., Gladwell, Valerie. Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. Computers in Human Behavior, 2013.

Radin, Margaret “Boilerplate: The Fine Print, Vanishing Rights” 2012.

Riva G., Fake news. Vivere e sopravvivere in un mondo post-verità, Bologna, Il Mulino, 2018.

Rodotà S., Prefazione, in D. Lyon, La società sorvegliata. Tecnologie di controllo della vita quotidiana, Milano, 2002.

Russo T., “Profili comparatistici della class action: il lungo percorso italiano tra luci, ombre ed occasioni mancate” su Rivista Innovazione e Diritto, 2008.

Scarselli, G., La nuova azione di classe di cui alla legge 12 aprile 2019 n. 31.

Silva F., La tutela del consumatore tra mercato e regolamentazione, Fondazione Adriano Olivetti, Perugia, 1996.

Spedicato T., La multiproprietà tra diritto nazionale e diritto comunitario, Halley Editrice, Bologna, 2006.

Wolf M., Teorie delle comunicazioni di massa, Bompiani, Milano, 2001.

Verstraete, Mark and Bambauer, Derek E. and Yakowitz Bambauer, Jane R., Identifying and Countering Fake News, 2021.

Zuboff, S. . Big other: surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. Journal of Information Technology, 2018.

SITOGRAFIA

Agendadigitale.eu

Altalex.it

Bbc.com

Bsr.org

Cyberbullying.org

Distretto.torino.giustizia.it

Eur-lex.europa.eu

Europarl.europa.eu

Formiche.net

Gianluigibonanomi.com

Ilfattoquotidiano.it

Ilsole24ore.it

InnovazioneDiritto.unina.it

Interno.gov.it

Judicum.it

Medialaws.eu

Reuters.com

Theguardian.com

Treccani.it

Twitter.com

Wired.com