

**DIPARTIMENTO DI IMPRESA E MANAGEMENT**  
*Cattedra di Diritto di Internet: Social media e discriminazione*

*La disinformazione ai tempi del Coronavirus*

**RELATORE**

Prof. Pietro Santo Falletta

**CANDIDATA**

Elena Viviani

Matricola 241461

ANNO ACCADEMICO 2021/2022

## Sommario

<b>INTRODUZIONE .....</b>	<b>3</b>
<b>1    <b>CAPITOLO: COS'E' LA DISINFORMAZIONE, ALCUNI ESEMPI DI FAKE NEWS .....</b></b>	<b>4</b>
<b>1.1    DISINFORMAZIONE.....</b>	<b>4</b>
1.1.1    MISINFORMAZIONE .....	5
1.1.2    INFODEMIA .....	6
<b>1.2    FAKE NEWS: COSA SONO?.....</b>	<b>7</b>
1.2.1    IL CLICKBAIT .....	10
1.2.2    L'ATTIVITA' DI DEBUNKING E FACT-CHECKING.....	11
<b>1.3    LE FAKE NEWS PIU' FAMOSE SUL CORONAVIRUS E I VACCINI .....</b>	<b>14</b>
<b>2    <b>CAPITOLO: LA RISPOSTA DELL'UNIONE EUROPEA ALLA DISINFORMAZIONE .....</b></b>	<b>17</b>
<b>2.1    LE TASK FORCE STRATCOM .....</b>	<b>17</b>
<b>2.2    IL PIANO DI AZIONE SULLA DISINFORMAZIONE: 4 PILASTRI .....</b>	<b>19</b>
2.2.1    PRIMO PILASTRO.....	20
2.2.2    SECONDO PILASTRO.....	21
2.2.3    TERZO PILASTRO .....	24
2.2.4    QUARTO PILASTRO.....	25
<b>2.3    CODICE DELLE BUONE PRATICHE SULLA DISINFORMAZIONE.....</b>	<b>26</b>
2.3.1    FINALITA' .....	27
2.3.2    IMPEGNI ASSUNTI DAI FIRMATARI .....	29
2.3.3    PIATTAFORME FIRMATARIE DEL CODICE DAL 2018 A OGGI .....	30
<b>2.4    IL RAFFORZAMENTO DEL CODICE DELLE BUONE PRATICHE SULLA DISINFORMAZIONE.....</b>	<b>31</b>
<b>3    <b>CAPITOLO: LA NORMATIVA ITALIANA E LE FAKE NEWS.....</b></b>	<b>38</b>
<b>3.1    LA FATTISPECIE NEL CODICE CIVILE .....</b>	<b>38</b>
<b>3.2    LA FATTISPECIE NEL CODICE PENALE.....</b>	<b>44</b>
3.2.1    IL REATO DI DIFFAMAZIONE .....	44
3.2.2    IL REATO DI DIFFUSIONE DI NOTIZIE FALSE E TENDENZIOSE.....	45
3.2.3    IL REATO DI PROCURATO ALLARME.....	47
3.2.4    ABUSO DELLA CREDULITA' POPOLARE .....	49
3.2.5    IL REATO DI TRUFFA .....	50
<b>3.3    TEMPI GIUSTIZIA .....</b>	<b>51</b>
<b>CONCLUSIONE .....</b>	<b>54</b>
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>55</b>
<b>SITOGRAFIA.....</b>	<b>58</b>

## INTRODUZIONE

Ai giorni d'oggi, specialmente in un mondo così digitalizzato, si sente parlare sempre più spesso di fake news e informazioni errate o verosimili che circolano sul Web o che semplicemente sentiamo alla radio, in televisione, leggiamo sui quotidiani o su qualsiasi altro mezzo di comunicazione.

Questa tesi si propone di affrontare l'ampio tema della disinformazione in particolare su come sia stata evidente la gravità di questo problema durante la pandemia di Coronavirus iniziata nel 2020.

Il primo capitolo ha l'intento di spiegare cosa si intende per disinformazione e approfondisce il concetto di misinformazione, infodemia e fake news. In merito a quest'ultimo argomento si specificano delle "fattispecie" di fake news come il clickbait e si inizia a parlare di attività come il debunking e il fact-checking che si occupano rispettivamente di smentire le notizie false e di effettuare controlli sulle notizie per controllarne la veridicità. Alla fine del capitolo vengono forniti esempi reali di fake news sul Covid-19 e in particolar modo sui vaccini che hanno avuto un'ampia diffusione durante la pandemia.

Gli altri due capitoli, invece, analizzano il tema della disinformazione da un punto di vista giuridico, il secondo in ambito europeo e il terzo nell'ambito della normativa italiana.

Per quanto riguarda l'Europa, si passano in rassegna le tappe più importanti del percorso che l'Unione Europea ha intrapreso dal 2015 ad oggi per contrastare la disinformazione, dalle Task Force Stratcom, nate inizialmente per contrastare la disinformazione russa, fino all'esigenza di rafforzare il Codice delle buone pratiche sulla disinformazione in seguito all'"epidemia" di fake news che c'è stata durante il Covid.

Infine, l'ultimo capitolo tratta la normativa italiana in materia di fake news e analizza le fattispecie trattate rispettivamente nel Codice civile e nel Codice penale, facendo prima riferimento ai principi costituzionali.

# **1 CAPITOLO: COS'E' LA DISINFORMAZIONE, ALCUNI ESEMPI DI FAKE NEWS**

## **1.1 DISINFORMAZIONE**

Con il termine “disinformazione” si suole far riferimento a informazioni false o comunque ingannevoli che sono create e messe in circolazione con finalità lucrative e con l'intenzione di illudere il pubblico o arrecargli un danno. La disinformazione, quindi, non è frutto di errori commessi involontariamente, satira, parodia, o notizie e commenti che possono essere chiaramente identificati come di parte.

Questo fenomeno è sempre esistito ma con l'avvento di Internet e dei social media si è diffuso ulteriormente, rappresentando una minaccia per la popolazione, in particolar modo per i sistemi democratici.

La disinformazione è una minaccia in evoluzione che richiede sforzi continui per essere affrontata, soprattutto per individuare gli attori, i vettori, gli strumenti e i metodi attraverso i quali viene diffusa.

Ovviamente questo è un problema che riguarda tutto il mondo ma specialmente all'interno dell'Unione Europea esiste una grande consapevolezza della gravità di questo fenomeno e da anni si tenta di ridurlo il più possibile.

Alcune forme, specialmente la disinformazione guidata dallo Stato, sono analizzate dalla Cellula di fusione ibrida dell'UE, in collaborazione con le task force di comunicazione strategica del Servizio europeo per l'azione esterna e con la collaborazione degli Stati membri.

Gli attori dietro la disinformazione possono essere interni, all'interno degli Stati membri, o esterni, compresi gli attori statali (o sponsorizzati dal governo) e non statali. Secondo le indagini, più di 30 paesi stanno usando la disinformazione e le attività di influenza in diverse forme, anche nei loro stessi paesi. L'uso della disinformazione da parte di attori interni agli Stati membri è una fonte di preoccupazione crescente in tutta l'Unione Europea. Nell'Unione sono stati segnalati anche casi di disinformazione condotta da attori non statali, ad esempio in relazione alle vaccinazioni e ciò è stato particolarmente osservabile durante la pandemia di Coronavirus, iniziata nel 2020. Per quanto riguarda gli attori esterni una minaccia per l'Unione Europea è stata nel corso degli anni molta

disinformazione diffusa dalla federazione russa. In termini di coordinamento, livelli di targeting e implicazioni strategiche, la disinformazione della Russia costituisce parte di una più ampia minaccia ibrida che utilizza una serie di strumenti, leve e anche attori non statali<sup>1</sup>.

Se si vuole capire in che modo le informazioni false o fuorvianti vengono diffuse non si può fare a meno di menzionare i social media che sono diventati mezzi importanti per la circolazione di disinformazioni data la loro capacità di indirizzare contenuti falsi e fuorvianti a un ampio bacino utenti, accedendo e utilizzando in maniera non autorizzata i dati sensibili, con il mero scopo di influenzare le loro opinioni, si pensi ad esempio all'occasione delle elezioni.

Recentemente è stato dimostrato che sono usati sempre di più servizi di messaggistica per diffondere notizie false. Le tecniche includono la manipolazione di video (deep-fake) e la falsificazione di documenti ufficiali; l'uso di software automatizzati su Internet (bot) per diffondere e amplificare contenuti e dibattiti divisivi sui social media; attacchi di troll sui profili dei social media e furto di informazioni. Allo stesso tempo però anche mezzi di comunicazione più tradizionali come la televisione, la stampa, i siti web continuano ad essere grandi diffusori di disinformazione.

### **1.1.1 MISINFORMAZIONE**

Come la disinformazione, anche la misinformazione consiste nella diffusione di informazione false o fuorvianti, con la differenza che chi le diffonde ritiene che si tratti di notizie vere. In questo caso, quindi, c'è una mancata intenzionalità di ingannare il pubblico perché appunto non si è a conoscenza della falsità delle informazioni che si diffondono.

Nonostante chi crede a queste notizie le diffonda in “buona fede”, gli effetti sortiti sono gli stessi della disinformazione. Si possono avere quindi una serie di gravi conseguenze. Le nostre democrazie possono essere minacciate, i dibattiti polarizzati, la salute può essere messa a rischio, così come l'ambiente, la sicurezza dei cittadini, ecc.

---

<sup>1</sup> “Action Plan on disinformation: Commission contribution to the European Council”, 5.12.2018, pp.3-4

Si potrebbe dire che la misinformazione è come se fosse un ramo della disinformazione perché con quest'ultima, come già è stato detto, c'è una diffusione volontaria di notizie false, mentre con la misinformazione è chi ingenuamente crede a queste notizie messe in giro volontariamente che continua a diffonderle. Se non esistesse la disinformazione non ci sarebbero notizie false a cui qualcuno potrebbe credere e la misinformazione non esisterebbe.

Su queste basi si può tranquillamente riassumere che, nonostante alla misinformazione comporti la mancata intenzionalità di ingannare il pubblico con notizie false, è un fenomeno minaccioso tanto quanto la disinformazione.

### **1.1.2 INFODEMIA**

La parola infodemia deriva dalla parola inglese *infodemic* che è la fusione della parola *info* (information) e *demic* (epidemic); fa riferimento quindi ad un'epidemia di informazioni. Questo termine è stato coniato nel 2003 da Rothkopf durante l'epidemia di Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS) ed è usato per enfatizzare i pericoli del fenomeno della disinformazione durante il periodo delle epidemie.

Secondo l'OMS, un'infodemia è una quantità eccessiva di informazioni sanitarie sia accurate che imprecise che possono causare problemi di disinformazione e misinformazione. A luglio del 2020, l'OMS ha organizzato la prima conferenza globale sull'infodemiologia per discutere su metodi per combattere l'infodemia.

Si può dire quindi che, come la misinformazione, fa parte della grande famiglia della disinformazione<sup>2</sup>.

Navigando in rete è normale ritrovarsi di fronte a migliaia di notizie che posso essere caricate da chiunque, anche da soggetti non istituzionali. Va da sé quindi, che volontariamente o involontariamente, gli utenti leggano e/o condividano notizie false. Quest'ultima situazione si presenta molto spesso e, come già detto, si è visto

---

<sup>2</sup> Kacper T Gradoń, Janusz A. Hołyst, Wesley R Moy, Julian Sienkiewicz, Krzysztof Suhecki, "Countering: misinformation: A multidisciplinary approach", Big Data & Society, 05.05.2021, pp.2-3

maggiormente, purtroppo non solo online ma anche attraverso mezzi di comunicazione tradizionali, quando c'è stata la pandemia di Coronavirus due anni fa.

Sul Covid e sui vaccini c'è stata una vera e propria epidemia di informazioni di cui moltissime fake news che hanno generato confusione tra la popolazione.

A causa dell'infodemia, infatti, spesso ci si trova nella situazione in cui di fronte a una quantità enorme di informazioni è molto difficile individuare quelle vere su cui fare affidamento e quelle false.

## **1.2 FAKE NEWS: COSA SONO?**

"Fake news" è un'espressione che ha avuto ampia diffusione durante le elezioni negli Stati Uniti del 2016. Prima di questo evento, il termine indicava principalmente notizie inesatte (spesso fabbricate intenzionalmente) o era usato per indicare in maniera più specifica la satira politica sotto forma di show giornalistici inscenati. L'uso inflazionato del termine a partire dal 2016 - soprattutto da parte del candidato alla presidenza e poi presidente degli Stati Uniti, Donald Trump - ne ha modificato il significato, per cui il concetto è diventato multiforme e confuso.

Addirittura, nel 2017 il celebre Collins Dictionary l'ha nominata "parola dell'anno"<sup>3</sup>.

Nel mondo accademico la maggior parte degli studiosi ritiene che una fake news non sia altro che una forma specifica di contenuto intenzionalmente fabbricato. In modo restrittivo può essere intesa come "articoli giornalistici intenzionalmente falsi che possono fuorviare i lettori"<sup>4</sup>.

Altri studiosi invece credono che le fake news siano parte del più ampio problema della disinformazione online o comunque una nuova forma di disinformazione.

Pertanto, ci sono autori che considerano le fake news come esistenti in un più ampio contesto di informazioni false o fuorvianti, mentre alcuni autori considerano le fake news principalmente come il risultato di un inganno intenzionale.

---

<sup>3</sup> Thorsten Quandt, Lena Frischlich, Svenja Boberg e Tim Schatto-Ecrodt, "Fake News", University of Münster, Germany, 29.04.2019

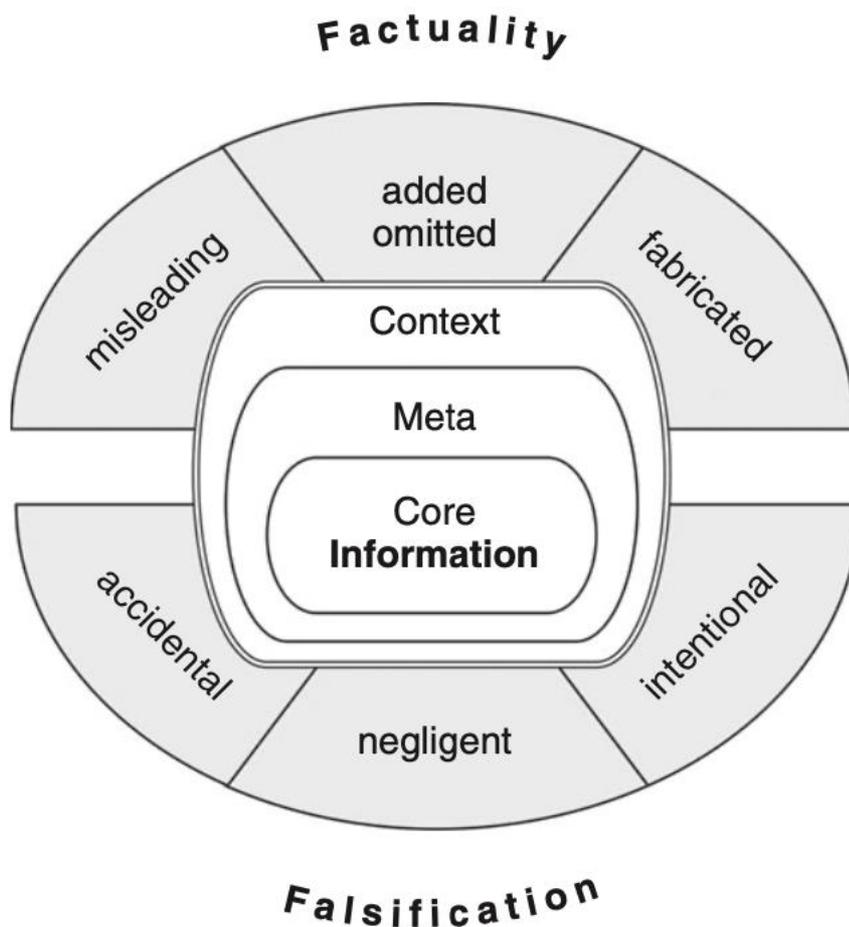
<sup>4</sup> Definizione di Alcott e Gentzkow

Per dare una definizione riassuntiva si può dire in linea generale che con l'espressione fake news si descrive ogni forma di informazione falsa, inaccurata o ingannevole ideata e promossa allo scopo di procurare un danno alla società o a scopo lucrativo.

Esse possono manifestarsi in tantissime forme. Si può trattare di satira, giornalismo scadente, propaganda (cioè contenuti di parte o politici), pubblicità o semplicemente notizie false (cioè falsificazioni intenzionali).

Se si volesse sistematizzare (si veda la Figura 1), si può fare riferimento a una differenziazione tra:

- (i) il contenuto principale dell'informazione (comprese le informazioni testuali, le immagini, gli elementi audio, ecc.);
  - (ii) le meta-informazioni di accompagnamento (titoli, informazioni sull'autore, tag e parole chiave);
  - (iii) gli aspetti contestuali (posizionamento, riferimenti ad altri articoli, framing).
- Tutti questi elementi possono essere soggetti a vari livelli di "falsificazione". Si possono avere da: (a) informazioni fuorvianti (ma fattualmente corrette); (b) aggiunte o eliminazioni di informazioni, (c) falsificazioni complete prive di qualsiasi base fattuale.



**FIGURA 1. A “fake news” systematization**

*Fonte: “Fake News”, Thorsten Quandt, Lena Frischlich, Svenja Boberg e Tim Schatto-Ecrodt, University of Münster, Germany*

Sono possibili combinazioni di questi elementi. Facciamo l’esempio di un attore malintenzionato che può prendere un evento reale, arricchire il suo resoconto con informazioni fuorvianti riguardanti uno degli attori principali e pubblicarlo con informazioni che non sono vere sui social media.

In questo caso è osservabile come deviazioni limitate a informazioni fattuali possano essere la forma più efficace di disinformazione e le più difficili da scovare.

Le fake news non seguono una logica di massimizzazione. In realtà, le fabbricazioni complete potrebbero essere le meno efficaci, in quanto più facili da identificare. Tutte

queste combinazioni possono anche far parte di una disinformazione meno malevola ma potenzialmente altrettanto dannosa<sup>5</sup>.

Mediante le fake news, contenute negli articoli che diffondono notizie false, si contribuisce all'aumento della disinformazione del lettore e, allo stesso tempo, ad aumentare la visibilità della pagina cartacea o web di chi ha pubblicato la notizia, con incremento delle rendite pubblicitarie.

A seconda della portata scandalistica, a volte si tratta di eventi che non sono mai avvenuti o altre volte di fatti che sono semplicemente descritti in maniera distorta.

Attraverso il titolo viene catturata l'attenzione del lettore che spesso non si cura di verificare i contenuti in cui si imbatte, ma si limita a leggerne il titolo o qualche riga.

Quando la notizia è sensazionale se ne agevola in fretta la circolazione, realizzando così l'obiettivo economico di chi l'ha pubblicata<sup>6</sup>.

I lettori vengono ingannati con facilità dalle notizie false e hanno una visione distorta della realtà a causa della condotta di chi scrive una notizia falsa o di chi la pubblica su un sito.

A questi ultimi è riconducibile una responsabilità etica per le notizie in parte o del tutto false che mettono in circolazione.

È molto importante sottolineare che le fake news viaggiano più velocemente di quelle vere e diventano virali più velocemente a questo rappresenta uno dei più grandi ostacoli da superare per sconfiggere la disinformazione.

### **1.2.1 IL CLICKBAIT**

Il clickbait può essere considerata una fattispecie lieve di fake news. Si parla di clickbait quando solo l'intestazione di un articolo non risponde alla realtà. Si tratta di messaggi brevi che attirano i lettori a cliccare su un link ed è utilizzato principalmente dagli editori di contenuti online per aumentare il numero di lettori.

Il problema è che riportare come verità voci non verificate e manipolare intenzionalmente i fatti per invogliare un maggior numero di lettori a cliccare e condividere i link è dannoso

---

<sup>5</sup> Thorsten Quandt, Lena Frischlich, Svenja Boberg e Tim Schatto-Ecrodt, "Fake News", University of Münster, Germany, 29.04.2019, pp.3-4

<sup>6</sup>Si veda <https://www.iusinitinere.it/fake-news-quale-responsabilita-civile-35417>

sia per la nozione di integrità giornalistica sia per il bene pubblico, soprattutto online. Data la rapidità con cui la disinformazione si diffonde su Internet, il clickbaiting può avere conseguenze costose e "non dovrebbe essere ignorato o considerato un danno collaterale nella guerra per i lettori, se considerato eticamente e non finanziariamente"<sup>7</sup>.

Ma come fanno questi contenuti ad essere così irresistibili per i lettori?

Il loro punto di forza è la curiosità che viene dagli spunti linguistici dei titoli. Le caratteristiche della curiosità sono: intensità, transitorietà, associazione con l'impulsività e tendenza a deludere. Questi elementi portano a una deprivazione cognitiva indotta, a un vuoto di conoscenza che motiva la volontà esplorativa del lettore.

### **1.2.2 L'ATTIVITA' DI DEBUNKING E FACT-CHECKING**

Il debunking e il fact checking sono due attività volte a limitare la disinformazione.

Nello specifico il debunking è definito dal dizionario Garzanti come "la pratica di mettere in dubbio o smentire, basandosi su metodologie scientifiche, affermazioni false, esagerate, antiscientifiche; l'attività di un debunker". Il debunker altro non è che un "demistificatore" cioè una persona che si occupa di smentire le fake news. La sua attività si concentra sulle varie fasi del processo di comunicazione. Partendo dalle notizie, analizza contesto, contenuti e fonti per risalire alle cause che hanno dato origine alla notizia e, nel migliore dei casi, per demistificarle. Pertanto, si può dire che il compito del debunker non è solo quello di fare una distinzione tra notizie vere e notizie false, ma di concentrarsi sulla differenza tra ciò che è vero e ciò che è falso.

Il termine fact-checking invece indica alcune fasi dell'informazione giornalistica che consistono essenzialmente nella selezione e nella verifica delle fonti<sup>8</sup>.

Un aspetto che in questo contesto richiede attenzione è il punto di vista giornalistico sulla fiducia nelle fonti e lo sforzo per la fattualità giornalistica. Sebbene i giornalisti siano in grado di distinguere tra la credibilità della fonte e quella del messaggio, nei due terzi dei casi si affidano alla credibilità della fonte, consentendo loro "di agire con il pilota automatico quando verificano le informazioni"<sup>9</sup>. I giornalisti ripongono un alto livello di

---

<sup>7</sup> Blom e Hansen, 2015

<sup>8</sup> Marju Himma-Kadakas & Indrek Ojamets, "Debunking False Information: Investigating Journalists' Fact-Checking Skills", Digital Journalism, DOI, 2.03.2022, pp. 6-7

<sup>9</sup> Barnoy e Reich, 2022

fiducia nelle istituzioni, ma questo permette loro di diffondere disinformazione sui social media sotto la copertura di una fonte altamente affidabile<sup>10</sup>.

Quando invece si lavora con fonti esterne, l'affidabilità diventa una questione centrale che influenza il modo in cui le informazioni vengono considerate, se vengono controllate e incrociate e come il giornalista interagisce con la fonte. L'affidabilità si basa sul rapporto personale del giornalista con la fonte, che si fonda anche sulla reputazione della fonte, sulla sua credibilità istituzionale, sulle intenzioni della fonte e sulle qualità del contenuto offerto<sup>11</sup>. Se le informazioni sembrano affidabili, passano più rapidamente il controllo giornalistico, in quanto consentono al giornalista di risparmiare tempo, soprattutto in fase di fact-checking.

I fact-checkers e i ricercatori indipendenti svolgono un ruolo chiave nell'approfondire la comprensione delle strutture che sostengono la disinformazione e i meccanismi che determinano il modo in cui viene diffusa online. Inoltre, attraverso le loro attività, aumentano la consapevolezza dei vari tipi di minacce di disinformazione e possono contribuire a mitigare il loro impatto negativo. All'interno dell'Unione Europea opera l'International Fact-checking Network (IFCN) che raduna un'alleanza di fact-checkers europei. Molto spesso però le attività di fact-checking sono limitate alla verifica dei contenuti online, senza analizzare le fonti e i modelli di disinformazione<sup>12</sup>.

In Italia è molto famoso il fact-checking del giornale online Open<sup>13</sup> che dal 2021 fa parte dell'IFCN. È un progetto di giornalismo indipendente che monitora la diffusione di notizie false o ingannevoli in Italia e all'estero, fornendo ai lettori il giusto servizio informativo e gli strumenti necessari per imparare a riconoscere bufale, disinformazione e tutte le altre notizie che possono causare danni alla società e alla democrazia.

Opera scegliendo i contenuti segnalati dai lettori e ciò che viene affrontato nel dibattito pubblico indipendentemente dall'importanza e dall'ideologia.

Per ogni segnalazione vengono usati gli stessi standard per la verifica fattuale e solo le prove possono determinare le conclusioni dell'analisi.

---

<sup>10</sup> Zhang e Li, 2020

<sup>11</sup> Winterlin, 2020

<sup>12</sup> “Action Plan on disinformation: Commission contribution to the European Council”, 5.12.2018, par.2.1.2

<sup>13</sup> Si veda <https://www.open.online/chi-siamo/>

Per argomenti specifici, come la medicina, ovviamente vengono contattate persone e organizzazioni competenti per fornire ai lettori informazioni accurate e professionali.

Dal momento che con l'avvento di Internet e la condivisione sui social media il fenomeno si è diffuso ancora di più, per arginare la disinformazione si è pensato di rendere noti i nomi dei portali che più spesso pubblicavano fake news.

Tra questi spicca Butac, che aggiorna la sua blacklist del web italiano, nella quale si possono leggere anche nomi particolarmente noti, tra i quali i siti di “La Repubblica”, “Liberò” e tanti altri che contano migliaia di visite quotidiane<sup>14</sup>.

L'attività di debunking e fact-checking è aumentata in maniera considerevole all'inizio della pandemia. La maggior parte si è occupata di informazioni sul Covid senza abbandonare altri argomenti e molti hanno mantenuto la loro mole di lavoro per tutto il 2020. Il Covid è un interessante caso di studio per affrontare alcune delle questioni più urgenti per le organizzazioni di fact-checking. In primo luogo, le responsabilità di queste ultime aumentano durante le crisi e gli eventi a rischio di disinformazione. In secondo luogo, c'è una grande variabilità nell'attività e nell'impegno con i contenuti di fact-checking quindi le entrate pubblicitarie per queste organizzazioni saranno molto variabili. In terzo luogo, dato che l'impegno degli utenti potrebbe non essere mantenuto dopo tali eventi, i governi e le organizzazioni della società civile devono trovare metodi alternativi per sfatare la disinformazione, come le campagne di sensibilizzazione del pubblico e la condivisione di contenuti di fact-checking da parte degli influencer insieme alla citazione di fonti scientifiche<sup>15</sup>. Infine, poiché esistono prove empiriche delle differenze partitiche e ideologiche nell'impegno verso la disinformazione e il fact-checking, la ricerca futura deve concentrarsi su come colmare questo divario in modo che le informazioni accurate raggiungano le differenze partitiche e ideologiche.

---

<sup>14</sup>Si veda <https://www.butac.it/>

<sup>15</sup> Chen et al., 2020

### **1.3 LE FAKE NEWS PIU' FAMOSE SUL CORONAVIRUS E I VACCINI**

Dall'inizio della pandemia si sono rincorse - soprattutto sul Web - false notizie tendenti essenzialmente a ridurre il Covid ad una banale influenza o addirittura ad un'invenzione dei cosiddetti poteri forti - alternativamente individuati nelle aziende farmaceutiche o in ricchi finanziari e uomini di affari.

Molti hanno sostenuto addirittura che le morti attribuite al Covid e i filmati che ritraevano il trasporto dei soggetti deceduti fossero falsi (es. a Bergamo i camion militari che trasportavano le bare).

Con la scoperta dei vaccini le false notizie si sono concentrate su questi ultimi sostenendo, tra l'altro, che:

1. "i vaccini non sono sicuri perché non sono stati sperimentati realmente per cui le cavie sarebbero le persone che si vaccinano";
2. "i vaccini modificano il Dna o controllano gli individui attraverso chip inoculati con lo stesso";
3. "i politici o i personaggi pubblici in generale, avrebbero fatto finta di vaccinarsi"
4. "i vaccinati sono contagiosi";
5. "vengono nascosti effetti collaterali e decessi post vaccino";
6. "il vaccino causa infertilità e aborti";
7. "il vaccino modifica il nostro DNA";
8. "il vaccino causa trombosi e miocarditi"<sup>16</sup>.

Queste sopra riportate sono le fake news più famose sui vaccini ma ce ne sono molte altre. L'Istituto Superiore di Sanità ha pubblicato sul suo sito un vademecum contro queste notizie false e ha smentito ognuna di esse dando una spiegazione scientifica della loro infondatezza.

---

<sup>16</sup> Si veda vademecum contro le fake news sui vaccini, Istituto Superiore di Sanità, 7/08/2021, [https://www.iss.it/primo-piano/-/asset\\_publisher/3f4alMwzN1Z7/content/covid-dall-iss-un-vademecum-contro-le-fake-news-sui-vaccini](https://www.iss.it/primo-piano/-/asset_publisher/3f4alMwzN1Z7/content/covid-dall-iss-un-vademecum-contro-le-fake-news-sui-vaccini)

La stessa azione è stata intrapresa anche dal Ministero della Salute che, oltre a fare ciò, ha sempre fornito spiegazioni online ma anche attraverso i mezzi di comunicazione tradizionali sui vaccini, linee guida su come proteggersi dal Covid-19<sup>17</sup>.

Un grande problema delle fake news che si fanno circolare su Internet e sui social condividendo post o trasferendole su chat di gruppo è che esse si diffondono con una rapidità tale da creare confusione in chi legge le notizie in maniera acritica.

Spesso alle argomentazioni della scienza e della tecnica non seguono critiche articolate da soggetti competenti ma chiunque può esprimere il proprio pensiero inducendo in errore i destinatari delle false informazioni.

È accaduto di sovente che le persone abbiano rifiutato le cure ed i vaccini sulla base dei “così si dice su Internet”.

Si pensi a una persona così influente come l’allora presidente degli Stati Uniti Donald Trump che nel 2020 ha affermato pubblicamente che per sconfiggere il Covid bastasse bere candeggina.

In risposta a questa sua affermazione, oltre ad essere stato smentito dal mondo della scienza, la Presidente della Commissione europea Ursula von der Leyen in un video del 31 marzo del 2020<sup>18</sup> ha smentito ciò che era stato detto dal presidente americano.

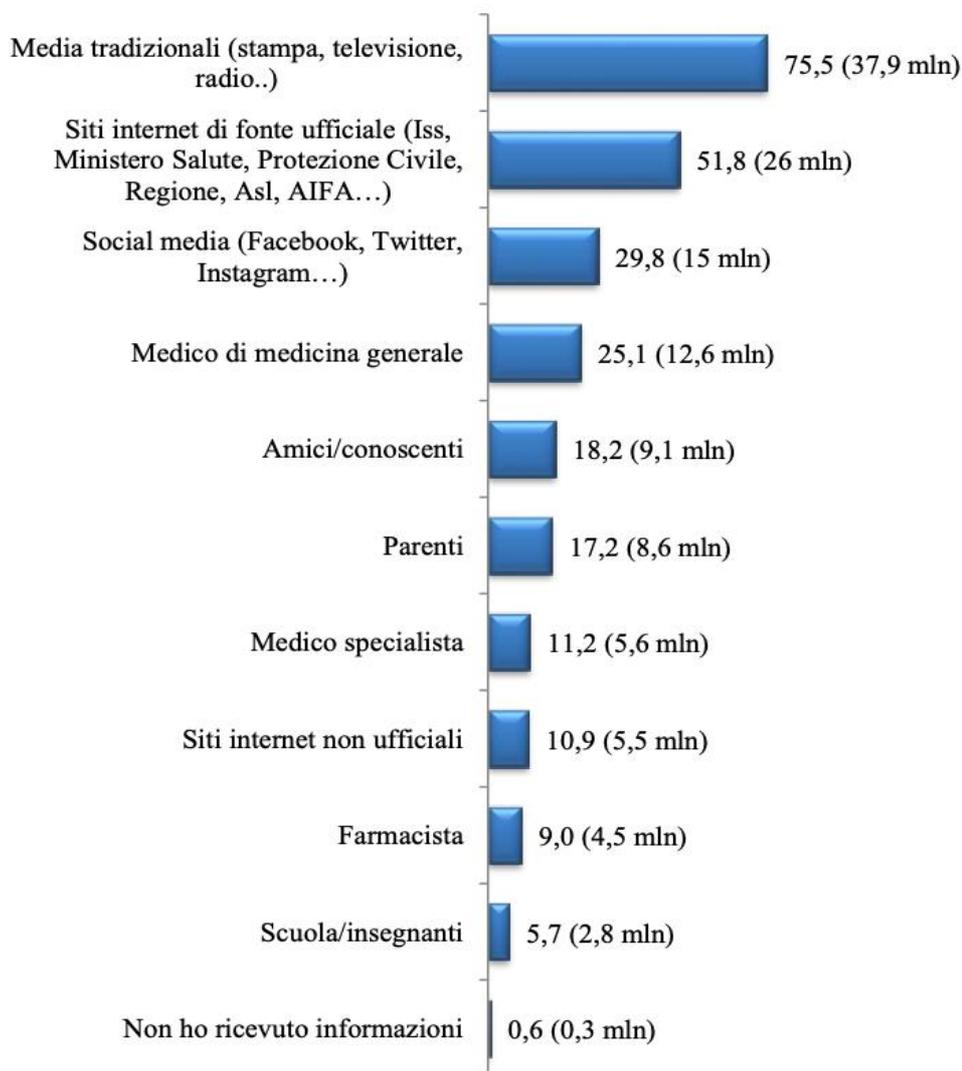
Nello stesso video si è espressa in merito alla situazione pandemica e rivolgendosi ai cittadini e, invitandoli innanzitutto a fidarsi dell’Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS), ha detto che l’Unione Europea lavora costantemente con le piattaforme digitali e le invita a intensificare la loro azione contro la disinformazione sul Coronavirus.

In occasione della crisi sanitaria le piattaforme hanno agevolato l’accesso alle fonti affidabili, come le autorità sanitarie pubbliche e degradano e addirittura rimuovono i contenuti nocivi e gli annunci fuorvianti o che si approfittano della situazione pandemica. I giganti dei social devono condividere i dati con i verificatori dei fatti in modo da smontare queste dicerie pericolose. Infine, ha affermato che l’UE continuerà a seguire attentamente le azioni intraprese dalle piattaforme e vuole aiutare la popolazione a verificare i fatti.

---

<sup>17</sup> Si veda <https://www.salute.gov.it/portale/nuovocoronavirus/archivioFakeNewsNuovoCoronavirus.jsp>

<sup>18</sup> Si veda [https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response/fighting-disinformation\\_it](https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response/fighting-disinformation_it)



**Figura 1 - Fonti di informazione sul Covid-19 utilizzate dagli italiani durante la pandemia. (val. % e in milioni)**

**Fonte:** indagine Censis, 2021

Nel 2020, all'inizio della pandemia, come non mai c'è stato un aumento della domanda di informazione. Il 99,4% degli italiani adulti ha cercato informazioni sul Coronavirus facendo principalmente ricorso a media tradizionali e a Internet<sup>19</sup>.

<sup>19</sup> Rapporto Ital Communications-CENSIS, "Disinformazione e fake news durante la pandemia: il ruolo delle agenzie di comunicazione", 23.04. 2021, p. 5

## **2 CAPITOLO: LA RISPOSTA DELL'UNIONE EUROPEA ALLA DISINFORMAZIONE**

L'Unione Europea è consapevole di quanto la disinformazione sia dannosa per i cittadini. Per questo motivo ha preso una serie di iniziative volte a combattere questo fenomeno.

La prima è stata di costituire tre task force operanti in tre aree geografiche diverse; rispettivamente una a Est, una nei Balcani occidentali e una a Sud dell'Europa.

In aggiunta alle task force, nel 2018 è nato il Piano di azione sulla disinformazione, un documento che stabilisce come la Commissione Europea e l'Alto Rappresentante devono agire per combattere la disinformazione.

Nello stesso anno, inoltre, è stato adottato il Codice delle buone pratiche sulla disinformazione al quale inizialmente hanno aderito quattro piattaforme online e sette associazioni di categoria.

Nel 2021, a seguito di un attento monitoraggio della disinformazione relativa alla pandemia, la Commissione ha ritenuto necessario implementare il Codice del 2018 e il 26 maggio ha pubblicato un Codice delle buone pratiche sulla disinformazione rafforzato al quale ha aderito un maggior numero di firmatari.

### **2.1 LE TASK FORCE STRATCOM**

La minaccia delle campagne di disinformazione online è stata riconosciuta per la prima volta dal Consiglio europeo nel 2015 quando la Russia, un anno dopo aver annesso illegalmente la Crimea, ha iniziato a diffondere una serie di notizie false contro l'Ucraina e l'UE.

Ad esempio, la televisione di Stato russa aveva mandato in onda il servizio una donna che affermava di aver assistito alla crocifissione di un ragazzo nell'Ucraina orientale da parte delle truppe ucraine; si era poi scoperto che si trattava di un'attrice e che l'esecuzione non c'era mai stata. In un altro caso, al pubblico russo era stata raccontata la storia di una ragazza uccisa in un attentato sempre in Ucraina orientale; tuttavia, un giornalista della BBC era riuscita a far ammettere ai produttori russi di NTV che la storia era infondata. Altre storie false erano state diffuse sull'aereo Malaysia Airlines MH17 che trasportava 298 persone a bordo di cui 80 bambini che in realtà era stato abbattuto da parte di un missile russo.

Anche l'UE era entrata nel mirino di queste notizie false. Tra le informazioni false che erano state diffuse, girava addirittura voce che l'UE costruisse campi di concentramento in Ucraina.

Di fronte a questa diffusione continua di fake news a marzo 2015 i leader degli Stati Membri dell'Unione Europea hanno deciso di istituire una Task Force di comunicazione strategica, chiamata Task force East Stratcom, che ha tre obiettivi principali:

- (i) comunicare e promuovere efficacemente la politica dell'Unione nei confronti del vicinato orientale;
- (ii) sostenere la libertà dei social media e rafforzare i media indipendenti nella regione orientale e negli Stati membri;
- (iii) migliorare la capacità della Coalizione di prevedere, elaborare e rispondere alle campagne di disinformazione messe in atto dalla Russia.

Questa task force si è rivelata efficace, infatti, da quando è stata istituita, ha evidenziato oltre 6500 fake news diffuse dalla Federazione Russa e, oltre a fare ciò, è riuscita a capire perché queste notizie venivano messe in circolazione, con quali tecniche e quali mezzi erano utilizzati.

L'East StratCom ha fatto partire nel 2015 il progetto EUvsDISINFO, sito Internet grazie al quale si è riuscita ad aumentare la consapevolezza dei cittadini europei della disinformazione messa in rete dalla Russia e a far capire loro come non cadere nella trappola delle manipolazioni online<sup>20</sup>.

Questo sito all'inizio smentiva solo casi di disinformazione a favore del Cremlino ma in seguito alla nascita nel 2017 di altre due task force europee, la Western Balkans Task Force e la Task Force South<sup>21</sup>, che operano rispettivamente nell'ambito della lotta alla disinformazione nei Balcani e al Sud dell'Europa, si occupa di smentire anche le fake news che provengono da quelle aree geografiche.

Ma per quale motivo l'Unione Europea dovrebbe occuparsi di smentire la disinformazione nei Paesi del Medio Oriente, dell'Africa Settentrionale e della Penisola Balcanica? Il motivo è l'esistenza di una complementarità tra l'affrontare il problema

---

<sup>20</sup>Si veda <https://euvsdisinfo.eu/it/contrastare-le-campagne-di-disinformazione-in-corso-da-parte-della-russia-la-storia-di-euvsdisinfo/>

<sup>21</sup> "Action Plan on disinformation: Commission contribution to the European Council", 5.12.2018, pp.4-5

nell'Unione e in Paesi vicini all'Unione. Inoltre, tutte e tre le task force operano nelle aree di competenza in maniera coordinata e coerente così da garantire uno stato di avanzamento simile della lotta alla disinformazione.

La tabella rappresentata di seguito schematizza sinteticamente gli obiettivi delle task force e li confronta per ognuna delle tre aree geografiche.

Task force StratCom	Est	Balcani occidentali	Sud
Obiettivi	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Comunicare e promuovere</b> in modo efficace le politiche dell'UE nei paesi del partenariato orientale (Armenia, Azerbaigian, Bielorussia, Georgia, Moldova e Ucraina)</li> <li>○ <b>Rafforzare l'ambiente mediatico</b> generale nel vicinato orientale dell'UE, compreso il sostegno alla libertà dei mezzi di informazione e il rafforzamento dei media indipendenti</li> <li>○ Migliorare la capacità dell'Unione di <b>prevedere, affrontare e rispondere</b> alle attività di <b>disinformazione</b> da parte della Russia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Rafforzare le comunicazioni</b> dell'UE nella regione al fine di sostenere la politica di allargamento dell'UE e il processo di stabilizzazione e di associazione</li> <li>○ Contribuire a un dibattito informato sull'UE e la regione, anche <b>affrontando la disinformazione</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Condurre una <b>comunicazione strategica e</b> promuovere le politiche dell'UE</li> <li>○ Colmare la lacuna in termini di comunicazione delle politiche</li> <li>○ Sostenere e promuovere la <b>libertà dei mezzi di informazione</b> nella regione</li> <li>○ Affrontare le percezioni errate relative all'UE e la <b>disinformazione</b> nella regione</li> </ul>

**FIGURA 3** Fonte: SEAE (Servizio Europeo per l'Azione Esterna)

## 2.2 IL PIANO DI AZIONE SULLA DISINFORMAZIONE: 4 PILASTRI

Il 5 dicembre del 2018 è stato pubblicato dalla Commissione Europea il Piano di azione sulla disinformazione<sup>22</sup> che, come precedentemente accennato, racchiude una serie di

<sup>22</sup> "Action Plan on disinformation: Commission contribution to the European Council", 5.12.2018

linee guida che le istituzioni dell'Unione insieme agli Stati Membri, alle piattaforme online, alla società civile e al settore privato, devono adottare in risposta alla minaccia della disinformazione.

Esso si basa su quattro pilastri così intitolati:

- 1) migliorare le capacità delle istituzioni dell'Unione di rilevare, analizzare e smascherare la disinformazione;
- 2) rafforzare le risposte coordinate e congiunte alla disinformazione;
- 3) mobilitare il settore privato per affrontare la disinformazione;
- 4) sensibilizzare e migliorare la resilienza della società.

All'interno di ogni pilastro sono contenute delle azioni per un totale di dieci in tutto il Piano di azione sulla disinformazione.

### **2.2.1 PRIMO PILASTRO**

Il primo pilastro del Piano di azione sulla disinformazione del 2018 si concentra sulla necessità di migliorare le capacità delle istituzioni dell'Unione di rilevare, analizzare e smascherare la disinformazione. Nel documento si legge che questo può avvenire innanzitutto rafforzando le task force di comunicazione strategica assumendo più personale specializzato, in particolar modo esperti di data mining<sup>23</sup> e analisi per elaborare i dati rilevanti. Inoltre, si richiede un numero sempre maggiore di funzionari permanenti che lavorino nei team di comunicazione strategica e alla sede centrale della cellula dell'UE per l'analisi delle minacce ibride.

Altro punto fondamentale che è evidenziato in questo primo pilastro è la necessità di investire in ulteriori strumenti analitici, in particolar modo in specifici software in grado di estrarre, analizzare e organizzare una quantità sempre maggiore di dati digitali.

Nel documento si sottolinea che per migliorare la caccia alla disinformazione è opportuno approfondire le ricerche e gli studi sull'impatto del fenomeno ma soprattutto, si devono appaltare a terzi altri servizi di monitoraggio dei media in modo da poter attingere a più fonti anche in più lingue.

---

<sup>23</sup> Per data mining si intende l'insieme di tecniche e metodologie per l'estrazione di informazioni utili da grandi quantità di dati.

Le task force di comunicazione strategica, oltre ad essere rafforzate come già detto, devono collaborare con le delegazioni dell'Unione Europea e con la rete interna della Commissione che si occupano della lotta alla disinformazione.

Altri due organi che devono lavorare in sintonia tra loro sono i servizi della Commissione e l'European External Action Service<sup>24</sup>, ad esempio, per l'organizzazione delle campagne di comunicazione.

Infine, per far in modo che l'obiettivo di migliorare la capacità delle istituzioni dell'Unione, per combattere la disinformazione, venga raggiunto, sono necessari lo sfruttamento di tutte le competenze del Centro di Intelligence e Situation ma soprattutto il sostegno alle istituzioni dell'Unione Europea da parte di tutti gli Stati Membri.

In questo primo pilastro si trovano le prime due delle dieci azioni contenute nel Piano.

La **prima azione** consiste nel rafforzamento delle task force per la comunicazione strategica attraverso l'assunzione di più personale e altri mezzi utili a combattere la disinformazione ed è stata attuata in una prospettiva di lungo termine ma specialmente in occasione delle elezioni parlamentarie europee che si sono tenute nel 2019.

La **seconda azione** mira a rivedere i mandati della Western Balkans Task Force e della Task Force South in modo da combattere in maniera più efficace la disinformazione rispettivamente nei Balcani occidentali e nel Sud.

## 2.2.2 SECONDO PILASTRO

Il secondo pilastro del Piano di azione riguarda le modalità di rafforzamento delle risposte coordinate e congiunte alla disinformazione.

Considerando che le notizie false si diffondono molto velocemente, il momento in cui vengono messe in circolazione è uno dei più critici perché è opportuno fermarle e smentirle il prima possibile.

Per far sì che ciò avvenga, il Piano di azione in questo pilastro istituisce un sistema di allarme rapido che in live, attraverso un'apposita infrastruttura tecnologica, dà avvisi sulle campagne di disinformazione.

---

<sup>24</sup> Si tratta di un organo dell'UE che si occupa di gestire le relazioni diplomatiche tra l'Unione e gli altri Paesi e la politica estera e la sicurezza. Si veda <https://www.eeas.europa.eu/en> e [https://european-union.europa.eu/institutions-law-budget/institutions-and-bodies/institutions-and-bodies-profiles/eeas\\_it](https://european-union.europa.eu/institutions-law-budget/institutions-and-bodies/institutions-and-bodies-profiles/eeas_it)

Grazie a questa modalità, i dati verranno condivisi e valutati più celermente in modo tale da diffondere la consapevolezza tra il pubblico.

Affinché venga creato, gli Stati Membri devono scegliere un punto di contatto a testa da posizionare in dipartimenti di comunicazione strategica. Ad esempio, in caso di elezioni, occasione in cui c'è molta disinformazione, i vari punti di contatto nazionali devono essere strettamente a contatto con le reti elettorali nazionali. I dati ottenuti dal sistema di allarme rapido dovrebbero essere inviati alla rete elettorale di cooperazione dell'UE in modo tale da favorire lo scambio di informazioni su eventuali fake news che potrebbero minacciare le elezioni e in tal caso favorire l'applicazione di sanzioni.

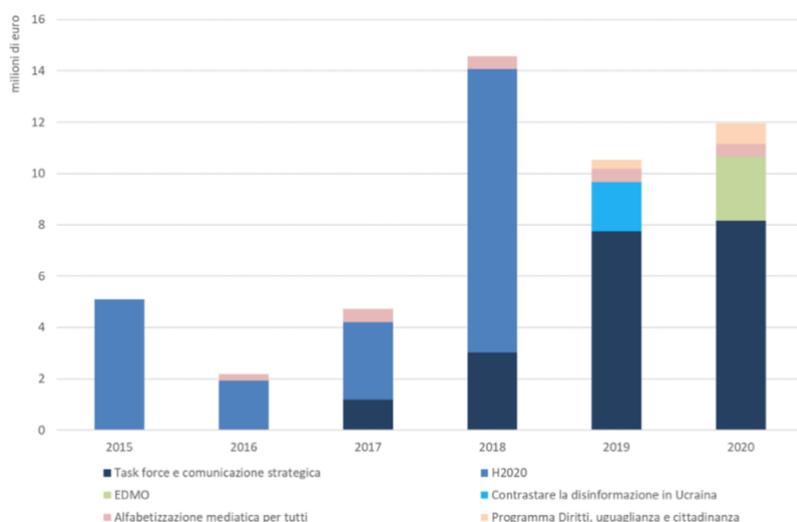
Per quanto riguarda il funzionamento del sistema di allarme rapido in sé, esso deve essere attivo tutti i giorni 24 ore su 24 e deve essere collegato all'Emergency Response Coordination Centre<sup>25</sup> e alla Situation Room of the European External Action Service<sup>26</sup>. Viste le caratteristiche dell'allarme, si capisce facilmente come esso sia un metodo rapido ed efficace per affrontare la disinformazione e anche di scoraggiarla in modo tale da poter garantire soprattutto una maggiore democrazia senza manipolazioni.

È per questa ragione che l'UE aumenta ogni anno sempre di più i finanziamenti destinati alla lotta disinformazione e, come si può vedere nel grafico a barre sotto riportato, buona parte dei finanziamenti è per le task force e la comunicazione strategica.

---

<sup>25</sup> Si veda [https://ec.europa.eu/echo/what/civil-protection/emergency-response-coordination-centre-ercc\\_en](https://ec.europa.eu/echo/what/civil-protection/emergency-response-coordination-centre-ercc_en)

<sup>26</sup> La Situation Room of the European External Action Service funge da punto di ingresso unico per la ricezione delle richieste di attivazione della mappatura Copernicus Emergency Management Service (EMS) da parte delle delegazioni dell'UE. Si veda [https://emergency.copernicus.eu/mapping/sites/default/files/files/CopernicusEMS-EU\\_Actors\\_Worldwide\\_Brochure.pdf](https://emergency.copernicus.eu/mapping/sites/default/files/files/CopernicusEMS-EU_Actors_Worldwide_Brochure.pdf)



**FIGURA 4** Fonte: Corte dei conti europea, sulla base delle informazioni fornite dalla Commissione e dal SEAE.

Infine, il pilastro prevede un aumento di cooperazione tra gli Stati membri e le istituzioni dell'Unione, specialmente sulla condivisione delle informazioni.

Si parla inoltre di un'esigenza anche di più condivisione di intelligence tra gli Stati membri e le istituzioni dell'Unione per migliorare la consapevolezza della situazione in merito di disinformazione e le rispettive capacità di risposta. Infatti, una comunicazione proattiva e obiettiva sui valori e le politiche dell'Unione è particolarmente efficace se effettuata direttamente dagli Stati membri. A tal fine, la Commissione e l'Alto rappresentante in questo documento invitano gli Stati membri a intensificare gli sforzi di comunicazione e a difendere l'Unione e le sue istituzioni dalle campagne di disinformazione.

Le azioni contenute in questo pilastro vanno dalla terza alla quinta.

La **terza azione** riguarda l'attivazione del sistema di allarme rapido da parte della Commissione e dell'altro rappresentante insieme agli Stati Membri.

La **quarta azione** altro non è che un proposito di intensificare gli sforzi di comunicazione in merito a quelli che sono i valori dell'Unione.

Con la **quinta azione** invece, sempre la Commissione, l'Alto rappresentate e gli Stati membri, puntano al rafforzamento delle comunicazioni strategiche nei Paesi vicini all'Unione.

### 2.2.3 TERZO PILASTRO

Il terzo pilastro del Piano di azione del 2018 è sulla mobilitazione del settore privato in merito alla lotta alla disinformazione.

Nell'affrontare questa problematica, un ruolo fondamentale è ricoperto dalle piattaforme online, dagli inserzionisti e dal settore pubblicitario vista la loro tempestività nel diffondere e amplificare le notizie.

Dal 2018, la Commissione europea ha esortato loro a sforzarsi ulteriormente in questa battaglia. In quell'anno, inoltre, le maggiori piattaforme online hanno aderito al Codice di condotta sulla disinformazione, impegnandosi in particolare a compiere specifiche azioni in occasione delle elezioni parlamentari che si sono tenute nel 2019.

Queste azioni, insieme a determinate procedure, dovevano essere attuate in modo molto rapido.

In particolare, le piattaforme online hanno il compito di:

- (i) controllare gli annunci e la trasparenza della pubblicità in seguito a un controllo preventivo sull'identità degli sponsor;
- (ii) chiudere i profili fake attivi sui loro servizi;
- (iii) individuare bot automatizzati e collaborare con le autorità nazionali di regolamentazione dell'audiovisivo, con ricercatori e fact-checkers indipendenti al fine di individuare e segnalare le campagne di disinformazione, in particolare durante i periodi elettorali. Inoltre, è di fondamentale importanza diffondere i contenuti oggetto di fact-checking.

L'operato dei firmatari del codice di condotta è controllato dalla Commissione e dal Gruppo dei regolatori europei per i servizi di media audiovisivi (ERGA)<sup>27</sup>. Alla fine di ogni anno, per garantire un monitoraggio completo, le piattaforme devono consegnare delle relazioni, che poi vengono pubblicate, in cui rispondono alle richieste della Commissione. Quest'ultima, con il supporto di esperti indipendenti e dell'ERGA, mediante il controllo di questi report annuali, controlla l'efficacia complessiva del Codice.

---

<sup>27</sup> Si veda [https://erga-online.eu/?page\\_id=7](https://erga-online.eu/?page_id=7)

Alla fine di questo pilastro è contenuta una sola delle dieci azioni.

La **sesta azione** si focalizza appunto sul monitoraggio continuo che la Commissione europea deve garantire e sulla corretta e conforme attuazione del Codice di Condotta da parte dei suoi firmatari.

#### **2.2.4 QUARTO PILASTRO**

Il quarto e ultimo pilastro del Piano riguarda l'aumento della consapevolezza della disinformazione e il miglioramento della resilienza della società.

Infatti, per fare in modo che la società sia più resiliente di fronte alla minaccia rappresentata dalla disinformazione è di fondamentale importanza che il pubblico assuma consapevolezza di questo fenomeno.

Innanzitutto, è necessaria una solida metodologia scientifica che consenta di capire qual è la vulnerabilità dei vari Stati membri in relazione alla problematica. In questo modo si possono anche comprendere meglio le fonti di disinformazione, quali sono gli obiettivi di chi la diffonde e come mai spesso il pubblico è attratto da queste notizie false.

Ma in che modo si può costruire la resilienza? È un percorso abbastanza lungo che passa attraverso conferenze, dibattiti, apposite formazioni e forme di apprendimento comune per i media. Ovviamente è essenziale un'assunzione di responsabilità da tutti i settori della società insieme al miglioramento dell'alfabetizzazione mediatica dei cittadini.

Un ruolo chiave, nell'approfondire la comprensione delle strutture che sostengono la disinformazione e i meccanismi che determinano il modo in cui viene diffusa online, è svolto dai fact-checkers e dai ricercatori indipendenti che con il loro lavoro contribuiscono ad aumentare la consapevolezza delle varie minacce che la disinformazione può causare. In questo contesto, gli Stati membri devono sostenere queste figure professionali e creare una rete europea di verificatori.

La Commissione mira a intensificare ulteriormente il suo impegno e le attività in corso in relazione all'alfabetizzazione mediatica per mettere in grado i cittadini dell'Unione di identificare e affrontare meglio la disinformazione. Inoltre, sostiene i media indipendenti e i giornalisti investigativi, in quanto contribuiscono a smascherare la disinformazione e svolge programmi specifici relativi al sostegno dei media, anche con un sostegno finanziario.

Infine, in questo ultimo pilastro sono contenute le azioni dalla numero 7 alla 10.

La **azione 7** prevedeva, per le elezioni europee del 2019, ma anche più a lungo termine, che la Commissione e l'Alto rappresentante, in collaborazione con gli Stati membri, organizzassero campagne mirate per il pubblico e formazioni per i media e gli opinionisti nell'Unione e nel suo vicinato per una sensibilizzazione sugli effetti negativi della disinformazione. Inoltre, questa settima azione prevede ulteriori sforzi a sostegno dei media indipendenti e del giornalismo di qualità e ulteriori ricerche sul tema della disinformazione.

La **azione 8** afferma che gli Stati membri con la Commissione dovrebbero sostenere la creazione di squadre di fact-checkers indipendenti multidisciplinari e di ricercatori con una conoscenza specifica degli ambienti informativi locali per individuare e smascherare le campagne di disinformazione sui vari social network e media digitali.

La **azione 9** invece riguarda l'alfabetizzazione mediatica e strumenti pratici per la promozione di quest'ultima tra il pubblico. Gli Stati membri sono inoltre invitati ad attuare velocemente le disposizioni della direttiva sui servizi di media audiovisivi sull'alfabetizzazione mediatica.

L'ultima azione, **la decima**, riguarda le elezioni europee che si sono tenute nel 2019, in occasione delle quali la Commissione ha monitorato attentamente le modalità di attuazione del pacchetto elettorale.

## **2.3 CODICE DELLE BUONE PRATICHE SULLA DISINFORMAZIONE**

Nel 2018 per la prima volta al mondo nella storia di questo settore, i principali rappresentanti delle piattaforme online e dei principali social network, su base volontaria, hanno concordato degli standard di autoregolamentazione per affrontare il problema della disinformazione e delle fake news online.

Questo Codice stabilisce un'ampia gamma di impegni dalla trasparenza nella pubblicità politica alla chiusura degli account falsi e alla demonetizzazione dei fornitori di disinformazione. Nasce a seguito della comunicazione della Commissione europea

“Contrastare la disinformazione online: un approccio europeo” e si applica nel quadro delle normative vigenti dell’UE e dei suoi Stati membri.

### 2.3.1 FINALITA’

La finalità principale del Codice è quella di individuare le azioni da mettere in pratica per combattere la disinformazione. Per raggiungere questo obiettivo, in linea con la comunicazione della Commissione, i firmatari del codice si impegnano a raggiungere i seguenti undici scopi:

- 1) previsione di meccanismi di protezione dalla disinformazione;
- 2) miglioramento del vaglio delle inserzioni pubblicitarie al fine di ridurre il profitto dei vettori di disinformazione;
- 3) garanzia in materia di trasparenza su messaggi pubblicitari di tipo politico e campagne di sensibilizzazione, anche al fine di consentire agli utenti di comprendere perché sono stati oggetto di un determinato messaggio pubblicitario;
- 4) attuazione e promozione di politiche ragionevoli contro le dichiarazioni false;
- 5) intensificazione e dimostrazione dell'efficacia degli sforzi impiegati per chiudere i profili falsi e istituzione di sistemi e norme chiari per i bot in modo da non confonderli con l'interazione umana;
- 6) intensificazione dell'efficacia degli sforzi impiegati per garantire l'integrità dei servizi sui profili che esistono per diffondere la disinformazione, conformemente alle caratteristiche determinate dal firmatario pertinente e in linea con l'articolo 8 della Convenzione europea dei diritti dell'uomo<sup>28</sup>, il diritto fondamentale all'anonimato e all'utilizzo di pseudonimi, nonché il principio di proporzionalità;
- 7) investimento in mezzi tecnologici per dare priorità alle informazioni pertinenti, autentiche, accurate e autorevoli nelle ricerche, nei feed o in altri canali di

---

<sup>28</sup> L'articolo 8 della CEDU sancisce il diritto al rispetto della vita privata e familiare e afferma : << Ogni persona ha diritto al rispetto della propria vita privata e familiare, del proprio domicilio e della propria corrispondenza.

*Non può esservi ingerenza di una autorità pubblica nell'esercizio di tale diritto a meno che tale ingerenza sia prevista dalla legge e costituisca una misura che, in una società democratica, è necessaria alla sicurezza nazionale, alla pubblica sicurezza, al benessere economico del paese, alla difesa dell'ordine e alla prevenzione dei reati, alla protezione della salute o della morale, o alla protezione dei diritti e delle libertà altrui>>.*

distribuzione che operano per classificazione automatica, in conformità all'articolo 10 della Convenzione europea dei diritti dell'uomo<sup>29</sup> e al principio della libertà d'opinione. Comunque, i governi non dovrebbero costringere i firmatari a eliminare o ostacolare l'accesso a contenuti o messaggi altrimenti leciti esclusivamente perché ritenuti fake e non dovrebbero adottare politiche volte in questo senso;

- 8) garanzia di trasparenza al fine di permettere agli utenti di capire perché sono stati oggetto di un determinato messaggio pubblicitario di natura politica o di sensibilizzazione, anche mediante indicatori di affidabilità delle fonti, la proprietà dei social e la verifica dell'identità;
- 9) diluizione della visibilità della disinformazione attraverso il miglioramento della reperibilità di contenuti affidabili;
- 10) fornimento agli utenti di strumenti per un'esperienza online personalizzata e interattiva in modo da favorire la scoperta di contenuti, l'accesso a varie fonti di informazione che costituiscano altrettanti punti di vista alternativi e la possibilità di segnalare in maniera facile casi di disinformazione;
- 11) adozione di misure ragionevoli per consentire un accesso ai dati conforme ai principi di riservatezza per attività di verifica dei fatti e di ricerca e per fornire dati pertinenti su come funzionano i loro servizi, dati per i ricercatori accademici e informazioni riguardanti gli algoritmi.

Logicamente, è consentita qualsiasi altra iniziativa per contrastare la disinformazione sulle piattaforme.

---

<sup>29</sup> L'articolo 10 della CEDU riguarda la libertà di espressione e afferma: <<Ogni persona ha diritto alla libertà d'espressione. Tale diritto include la libertà d'opinione e la libertà di ricevere o di comunicare informazioni o idee senza che vi possa essere ingerenza da parte delle autorità pubbliche e senza limiti di frontiera. Il presente articolo non impedisce agli Stati di sottoporre a un regime di autorizzazione le imprese di radiodiffusione, cinematografiche o televisive.

*L'esercizio di queste libertà, poiché comporta doveri e responsabilità, può essere sottoposto alle formalità, condizioni, restrizioni o sanzioni che sono previste dalla legge e che costituiscono misure necessarie, in una società democratica, alla sicurezza nazionale, all'integrità territoriale o alla pubblica sicurezza, alla difesa dell'ordine e alla prevenzione dei reati, alla protezione della salute o della morale, alla protezione della reputazione o dei diritti altrui, per impedire la divulgazione di informazioni riservate o per garantire l'autorità e l'imparzialità del potere giudiziario>>.*

### **2.3.2 IMPEGNI ASSUNTI DAI FIRMATARI**

I firmatari del Codice hanno assunto impegni per quanto riguarda: il vaglio delle inserzioni pubblicitarie, i messaggi pubblicitari di natura politica e campagne di sensibilizzazione, l'integrità dei servizi e la responsabilizzazione dei consumatori e della comunità dei ricercatori.

In merito alla prima area si sono assunti l'impegno di interrompere o applicare restrizioni ai servizi pubblicitari e alle inserzioni a pagamento che presentano false informazioni su di sé o sullo scopo delle proprie proprietà. Per fare ciò i firmatari possono:

- i) utilizzare strumenti di sicurezza e verifica dei marchi;
- ii) consentire il dialogo con società terze di verifica;
- iii) fornire assistenza e consentire agli inserzionisti la valutazione di strategie di acquisto degli spazi pubblicitari e dei rischi reputazionali online;
- iv) fornire l'accesso necessario agli inserzionisti ai profili specifici dei clienti per aiutarli a controllare le inserzioni pubblicitarie e a operare scelte sullo spazio in cui sono le pubblicità.

Per quanto riguarda invece gli impegni assunti in materia di messaggi pubblicitari sulla politica e sulle campagne di sensibilizzazione, i firmatari innanzitutto continuano a rispettare l'obbligo fissato dalle normative nazionali ed europee secondo le quali tutte le inserzioni pubblicitarie devono essere distinte nettamente dai contenuti editoriali. In merito ai messaggi di natura politica, soprattutto quelli pro o contro l'elezione di un candidato o, ad esempio, l'approvazione di un referendum, chi firma il codice deve consentirne la pubblicazione. Infine, per le campagne di sensibilizzazione i firmatari pertinenti si sforzano a divulgarle pubblicamente non limitandosi solo a comunicare la discussione e l'opinione politica.

Gli impegni sull'integrità dei servizi, invece, si sostanziano nell'attuazione di politiche chiare per quanto riguarda l'identità, l'eccessivo ricorso ai bot e l'uso non ammesso di sistemi automatizzati.

Come detto precedentemente, chi aderisce al Codice assume impegni sulla responsabilizzazione dei consumatori. Questo obiettivo può essere raggiunto:

- i) attraverso l'investimento in tecnologie e programmi che aiutino le persone a prendere decisioni informate dopo aver letto notizie online, utilizzando indicatori di affidabilità;
- ii) investendo in mezzi tecnologici che diano priorità alle informazioni autorevoli e veritiere nelle pagine di ricerca e nei feed;
- iii) collaborando con il governo, la società civile, gli istituti di istruzione e chiunque possa contribuire al miglioramento dell'alfabetizzazione digitale;
- iv) aiutando i consumatori a capire perché visualizzano certi messaggi pubblicitari.

L'ultimo impegno riguarda la responsabilizzazione della comunità dei ricercatori che si può raggiungere sostenendo gli sforzi di chi in maniera autonoma e in buona fede voglia individuare la disinformazione e capirne l'impatto. I firmatari, inoltre, si impegnano a organizzare un evento una volta all'anno per favorire discussioni in ambito accademico. Per quanto riguarda, infine, i controlli sull'efficacia del Codice, i firmatari ogni anno redigono un report sul loro lavoro nella lotta alla disinformazione in cui possono includere i progressi che ci sono stati e le misure che sono state adottate per migliorare la trasparenza.

### **2.3.3 PIATTAFORME FIRMATARIE DEL CODICE DAL 2018 A OGGI**

Il Codice può essere firmato da nuove piattaforme online e associazioni di categoria in ogni momento. Quando era stato emanato nel 2018, le prime piattaforme online a firmarlo sono state Facebook, Google, a Twitter e Mozilla insieme ad inserzionisti e aziende del settore pubblicitario come l'European Association of Communications Agencies, EDiMA, WFA, Union of Belgian Advertisers, Association des agences conseils en communication, Interactive Advertising Bureau Europe A.I.S.B.L, AKA. A maggio 2019 vi hanno aderito anche Microsoft e l'associazione SAR Marketing Communication e giugno 2020 anche TikTok. Nello stesso anno il Codice è stato firmato anche dalla società danese Kreativitet & Kommunikation, Goldbach Audience AG. Inoltre, nel 2021 la Commissione europea ha annunciato nuovi firmatari, tra cui il nuovo social network

Clubhouse, la piattaforma di video online Vimeo e aziende come Logically, NewsGuard, Avaaz, Globsec e WhoTargetsMe.

Nel momento in cui si ritiene che un firmatario non rispetti gli impegni assunti nel quadro del Codice, ciascun firmatario può informarne in qualsiasi momento gli altri firmatari, comunicando le motivazioni su cui si basa tale convinzione. Questi ultimi poi possono decidere di esaminare il caso in una seduta plenaria. In seguito al colloquio con il firmatario in questione e dopo aver stabilito, sulla base di criteri oggettivi, che c'è stato un mancato rispetto degli impegni del Codice da parte di quest'ultimo, e dopo aver valutato tutte le possibilità ragionevoli, i firmatari possono spingerlo a ritirarsi dal codice per poi informare la Commissione europea della decisione.

Inoltre, chi firma il Codice può indicare di averlo sottoscritto sul proprio sito web o nelle comunicazioni commerciali o di altro tipo. Possono essere prese tutte le misure ragionevoli per far sì che anche i contatti commerciali dei firmatari sappiano che questi ultimi hanno firmato il Codice.

## **2.4 IL RAFFORZAMENTO DEL CODICE DELLE BUONE PRATICHE SULLA DISINFORMAZIONE**

La Commissione europea ritiene che il Codice delle buone pratiche sia un risultato sostanziale e unico nel suo genere. Ha fornito uno strumento innovativo per garantire una maggiore trasparenza e responsabilità delle piattaforme online, nonché un quadro strutturato per monitorare e migliorare le politiche delle piattaforme in materia di disinformazione.

Tuttavia, la valutazione del Codice di condotta da parte della Commissione nel 2020 ha rivelato notevoli carenze che si sono notate soprattutto con il COVID-19 che ha illustrato con chiarezza le minacce e le sfide che la disinformazione pone alle nostre società. Tra queste vi sono, l'applicazione incoerente e incompleta del Codice tra le piattaforme e gli Stati membri, i limiti intrinseci alla natura autoregolamentare del Codice e le lacune nella copertura degli impegni del Codice. La valutazione ha inoltre evidenziato la mancanza di un meccanismo di monitoraggio adeguato, compresi gli indicatori chiave di prestazione (KPI), la mancanza di impegni sull'accesso ai dati delle piattaforme per la ricerca sulla disinformazione e la limitata partecipazione delle parti interessate, in particolare del settore pubblicitario.

Un'area, in particolare, in cui il Codice non è riuscito a compiere sufficienti progressi è quella della demonetizzazione della disinformazione, in cui le pubblicità online continuano a incentivare la diffusione della disinformazione. Le piattaforme online e tutti gli altri attori dell'ecosistema pubblicitario online dovrebbero quindi assumersi la responsabilità e lavorare insieme per disinnescare la disinformazione. È nata quindi la necessità di rafforzare il Codice in modo da intensificare gli impegni per limitare i comportamenti manipolativi, rafforzare gli strumenti di responsabilizzazione degli utenti, aumentare la trasparenza della pubblicità politica e potenziare ulteriormente la comunità di ricerca e di fact-checking. Il Codice rafforzato dovrebbe inoltre mirare a una partecipazione più ampia con nuovi firmatari, tra cui altre piattaforme online attive nell'UE e altri attori rilevanti.

Ciò darebbe alle parti interessate un'opportunità tempestiva di elaborare misure adeguate in vista dell'adozione del DSA<sup>30</sup> proposta. In particolare, gli orientamenti mirano a far evolvere l'attuale Codice di pratiche verso un "Codice di condotta", come previsto dall'articolo 35 del Codice stesso. Specialmente le piattaforme molto grandi trarranno beneficio dalla partecipazione al Codice rafforzato in previsione dei nuovi obblighi loro applicabili ai sensi della proposta del DSA, in particolare per quanto riguarda la valutazione e la riduzione del rischio, la responsabilizzazione degli utenti e la trasparenza della pubblicità. Anche le piattaforme più piccole e gli altri soggetti interessati trarranno vantaggio dall'assunzione di impegni adeguati nell'ambito del Codice rafforzato, impegnandosi nelle sue migliori pratiche e proteggendosi così dai rischi per la reputazione presentati dall'uso improprio dei loro sistemi per diffondere disinformazione.

Fatto salvo l'accordo finale dei legislatori sul DSA o sull'iniziativa legislativa della Commissione sulla trasparenza della pubblicità politica, il Codice di condotta rafforzato può servire come strumento per le piattaforme online per migliorare le loro politiche e mitigare i rischi legati alla disinformazione che i loro servizi presentano per la democrazia.

Il rafforzamento del Codice non è solo un passo provvisorio in quanto punta ad essere trasformato in uno strumento forte, stabile e flessibile, che renda le piattaforme online più trasparenti, affidabili e responsabili.

---

<sup>30</sup> DSA: "Digital Services Act". Si tratta di una proposta legislativa della Commissione Europea per modernizzare la Direttiva sul commercio elettronico in merito ai contenuti illegali, alla pubblicità trasparente e alla disinformazione

Oltre agli insegnamenti tratti dalla valutazione del Codice delle buone pratiche, nuovi spunti di riflessione sono stati raccolti nell'ambito del programma di monitoraggio istituito a seguito della Comunicazione congiunta sulla lotta alla disinformazione COVID-19, durante il quale i firmatari della piattaforma online del Codice hanno riferito mensilmente sulle azioni intraprese per combattere la disinformazione COVID-19 nell'UE.

Il programma di monitoraggio non solo ha fornito una panoramica approfondita delle azioni intraprese per contrastare la disinformazione COVID-19 sulla base degli impegni del Codice, ma ha anche sottoposto il Codice a uno "stress test".

Le relazioni delle piattaforme dimostrano che gli impegni del Codice sono stati attuati attraverso azioni efficaci in diverse aree, come l'aumento della visibilità delle fonti autorevoli sui loro servizi; lo sviluppo e la diffusione di nuovi strumenti e servizi per facilitare l'accesso a informazioni affidabili; le azioni per affrontare i contenuti contenenti informazioni false o fuorvianti che possono causare danni fisici o compromettere l'efficacia delle politiche di salute pubblica; l'esplicito divieto di pubblicità che sfruttano la crisi o diffondono la disinformazione sulla COVID-19.

Nel complesso, il programma ha dimostrato che il Codice fornisce un quadro agile e strutturato che può essere impiegato e tradotto in azioni decisive da parte dei firmatari per combattere la disinformazione in situazioni di crisi e che è complementare agli obblighi previsti dai quadri normativi applicabili. Il Codice ha inoltre fornito una struttura utile per monitorare queste misure in una situazione straordinaria, spostando dinamicamente l'attenzione in base all'evoluzione della crisi (ad esempio, per concentrarsi sulla disinformazione relativa ai vaccini COVID-19).

Quindi è necessario assumere impegni più forti e specifici in tutte le aree del Codice per affrontare lacune e carenze, compresi i rischi nuovi ed emergenti. Per garantire che il Codice rimanga uno strumento vivo, i firmatari dovrebbero istituire un meccanismo permanente per il suo regolare adeguamento.

Nel Codice rafforzato i firmatari dovrebbero impegnarsi a mettere in atto politiche appropriate e a adottare azioni proporzionate per mitigare i rischi posti dalla disinformazione, quando esiste una dimensione significativa di danno pubblico e con adeguate garanzie per la libertà di parola. Gli utenti devono essere messi in condizione di

contrastare queste informazioni con fonti autorevoli e di essere informati quando le informazioni che vedono sono palesemente false.

I firmatari dell'attuale Codice comprendono le principali piattaforme online che operano nell'UE. Tuttavia, una partecipazione più ampia da parte di piattaforme consolidate ed emergenti potrebbe fornire una risposta più completa e coordinata alla diffusione della disinformazione. Tra i potenziali nuovi firmatari potrebbero esserci fornitori di servizi online che diffondono informazioni al pubblico, come i social media o i servizi di ricerca più piccoli (ad esempio, operatori che offrono servizi a livello nazionale o regionale o su base specializzata/topica). Dati gli oneri di conformità, compresi gli obblighi di rendicontazione, gli impegni previsti dal Codice rafforzato dovrebbero tenere conto delle dimensioni dei servizi dei firmatari. Mentre le piattaforme online molto grandi dovranno adottare misure solide per affrontare i rischi sistemici rilevanti ai sensi del DSA proposto, le misure applicabili ai servizi più piccoli o emergenti non dovrebbero imporre loro un onere sproporzionato.

Anche i servizi di messaggistica privata possono essere utilizzati in modo improprio per alimentare la disinformazione, come è stato osservato nelle recenti campagne elettorali e durante la pandemia COVID-19. Tali fornitori di servizi potrebbero essere firmatari del Codice, impegnandosi a adottare misure specifiche appropriate per questo tipo di servizi, senza indebolire la crittografia spesso utilizzata da questo tipo di servizi e tenendo in debito conto la protezione della privacy e il diritto alla vita privata e familiare, comprese le comunicazioni.

Per facilitare una partecipazione più ampia, il Codice rafforzato dovrebbe includere impegni personalizzati che corrispondano alla diversità dei servizi forniti dai firmatari e ai ruoli particolari che essi svolgono nell'ecosistema.

Come già detto nei precedenti paragrafi, per contribuire efficacemente ad affrontare il problema della disinformazione, è fondamentale avere il sostegno di una comunità multidisciplinare che comprenda fact-checkers, ricercatori accademici e altre parti interessate. Per contribuire alla creazione di tale comunità e facilitarne il lavoro, è stato istituito l'Osservatorio europeo dei media digitali (EDMO)<sup>31</sup>. Fornendo sostegno a ricercatori e verificatori indipendenti, EDMO e i suoi hub nazionali aumenteranno la loro

---

<sup>31</sup> Si veda <https://edmo.eu>

capacità di individuare e analizzare le campagne di disinformazione. L'EDMO può svolgere un ruolo importante nel raggiungimento di diversi obiettivi del Codice. Ci si aspetta quindi che i firmatari del Codice collaborino con l'EDMO, se necessario.

Come indicato nel Piano d'azione contro la disinformazione del 2018, le piattaforme online dovrebbero collaborare con il sistema di allarme rapido dell'UE, che collega tutti gli Stati membri dell'UE e le istituzioni competenti dell'UE per consentire risposte congiunte alla disinformazione attraverso la condivisione delle informazioni e la fornitura di avvisi tempestivi sulle campagne di disinformazione. Sulla base di ciò, il Codice rafforzato dovrebbe cogliere le opportunità per rafforzare tale cooperazione, in particolare facilitando uno scambio informale tra i firmatari per presentare il loro lavoro e le loro scoperte, nonché per garantire collegamenti stretti, snelli e coerenti a livello nazionale tra tutti gli Stati membri e i firmatari, come appropriato.

Un'azione decisiva per smascherare i fornitori di disinformazione è fondamentale per il successo del Codice. Gli impegni del Codice rafforzato dovrebbero quindi adottare un'azione più granulare e personalizzata per affrontare i rischi di disinformazione legati alla distribuzione della pubblicità online, tenendo conto dei prossimi requisiti normativi della proposta di DSA applicabili a tutta la pubblicità online, compresa la pubblicità politica e su temi specifici e, nella misura in cui è applicabile, l'iniziativa annunciata sulla pubblicità politica.

Il Codice dovrebbe rafforzare gli impegni volti a disinnescare la diffusione di disinformazione sui servizi dei firmatari o su siti web di terzi. Per migliorare la trasparenza e la responsabilità degli inserimenti pubblicitari, i firmatari che partecipano agli inserimenti pubblicitari, comprese le aziende di tecnologia pubblicitaria, dovrebbero identificare i criteri che utilizzano per inserire gli annunci e adottare misure che consentano di verificare il luogo di arrivo/destinazione degli annunci, con l'obiettivo di evitare l'inserimento di pubblicità accanto a contenuti di disinformazione o in luoghi noti per la pubblicazione ripetuta di disinformazione. Le piattaforme dovrebbero impegnarsi, in particolare, a rendere più severi i requisiti di ammissibilità e i processi di revisione dei contenuti per i programmi di monetizzazione dei contenuti e di condivisione delle entrate pubblicitarie sui loro servizi, al fine di impedire la partecipazione di attori che pubblicano sistematicamente contenuti che sono stati smascherati come disinformazione. Inoltre, le piattaforme dovrebbero impegnarsi a rafforzare le politiche pertinenti e a esercitare la

dovuta diligenza al fine di escludere la partecipazione alle reti pubblicitarie o agli scambi di annunci di siti web che persistono nel diffondere contenuti di disinformazione.

Il Codice rafforzato dovrebbe prevedere una copertura completa delle forme attuali ed emergenti di comportamento manipolativo utilizzato per diffondere la disinformazione. Dovrebbe tenere conto della natura in evoluzione e dei rischi più ampi associati alla diffusione della disinformazione, ad esempio del fatto che le campagne di disinformazione possono far parte di minacce ibride alla sicurezza, in particolare in combinazione con i cyberattacchi.

La progettazione e la struttura dei servizi online hanno un impatto significativo sul comportamento degli utenti. I firmatari devono quindi impegnarsi a valutare i rischi che i loro sistemi comportano e a progettare l'architettura dei loro servizi in modo da ridurre al minimo i rischi legati alla diffusione e all'amplificazione della disinformazione. Ciò potrebbe anche includere test preliminari della struttura dei sistemi. I firmatari dovrebbero investire nella ricerca e sviluppare caratteristiche e design dei prodotti che migliorino il pensiero critico degli utenti e l'uso responsabile e sicuro dei loro servizi.

Le piattaforme online potrebbero collaborare con i fornitori di soluzioni tecnologiche per integrare nei loro servizi soluzioni che consentano di verificare l'autenticità o l'accuratezza o di identificare la provenienza o la fonte dei contenuti digitali.

In considerazione del suo contributo fondamentale a una strategia efficace di lotta alla disinformazione, il Codice rafforzato dovrebbe definire un quadro di riferimento per un solido accesso ai dati della piattaforma da parte della comunità di ricerca e di fact-checking e un adeguato sostegno alle loro attività.

Infine, il Codice rafforzato dovrebbe essere integrato da un solido sistema di monitoraggio, sulla base dell'esperienza maturata finora dalla Commissione nel monitoraggio del Codice, incluso il programma COVID-19. Il sistema di monitoraggio migliorato dovrebbe consentire di valutare regolarmente l'attuazione degli impegni del Codice da parte dei firmatari, stimolare il miglioramento delle loro politiche e azioni e consentire la valutazione dell'efficacia del Codice come strumento per affrontare la disinformazione.

Poiché la disinformazione è un fenomeno senza confini per rafforzare l'impatto reale del Codice di condotta, sarebbero utili azioni nel vicinato europeo, come il lavoro con la

società civile, la cooperazione con i professionisti dei media e le iniziative di alfabetizzazione mediatica.

### 3 CAPITOLO: LA NORMATIVA ITALIANA E LE FAKE NEWS

#### 3.1 LA FATTISPECIE NEL CODICE CIVILE

In una società fondata sulla comunicazione globale il concetto di verità assume un ruolo centrale perché in esso confluiscono questioni antichissime del pensiero umano che, un tempo, non doveva essere in alcun modo imitato.

Dal 2016 si discute sul tema della verità delle notizie in termini più allarmanti perché la diffusione di informazioni non veritiere è stata considerata da molti un “mostro” che si aggira per il mondo.

Giuridicamente la definizione di fake news è difficilmente circoscrivibile. Ci sono due profili tipici che sono l’elemento soggettivo cioè l’intenzionalità dell’autore e l’elemento oggettivo cioè il danno provocato da fake news.

Naturalmente l’inquadramento del tema della verità e dei riflessi nelle scienze giuridiche-politiche ed economico-sociali richiede, in primis, un richiamo alla Carta costituzionale che riconosce e garantisce la libertà di espressione in una pluralità di norme.

L’art. 15<sup>32</sup> della Costituzione sancisce la libertà e la segretezza della corrispondenza e di ogni altra forma di comunicazione e, insieme agli articoli 13<sup>33</sup> e 14<sup>34</sup>, rappresenta il minimo inviolabile della libertà della persona.

---

<sup>32</sup> Art. 15 Cost.: << La libertà e la segretezza della corrispondenza e di ogni altra forma di comunicazione sono inviolabili.

La loro limitazione può avvenire soltanto per atto motivato dell'autorità giudiziaria [cfr. art. 111 c. 1] con le garanzie stabilite dalla legge>>.

<sup>33</sup> Art. 13 Cost. comma 1-2: << La libertà personale è inviolabile.

Non è ammessa forma alcuna di detenzione, di ispezione o perquisizione personale, né qualsiasi altra restrizione della libertà personale, se non per atto motivato dell'autorità giudiziaria e nei soli casi e modi previsti dalla legge>>.

<sup>34</sup> Art. 14 Cost: << Il domicilio è inviolabile.

Non vi si possono eseguire ispezioni o perquisizioni o sequestri, se non nei casi e modi stabiliti dalla legge secondo le garanzie prescritte per la tutela della libertà personale

Gli accertamenti e le ispezioni per motivi di sanità e di incolumità pubblica o a fini economici e fiscali sono regolati da leggi speciali>>.

Gli articoli 19<sup>35</sup> e 33<sup>36</sup> della Carta fondamentale tutelano forme specifiche di espressione e, rispettivamente, la libertà di professare e propagandare la propria fede religiosa, la libertà artistica e la libertà di insegnamento

L'articolo 21<sup>37</sup> della Costituzione, il quale tutela la libera manifestazione del pensiero «con la parola, lo scritto e ogni altro mezzo di diffusione» e quindi interessi strumentali e funzionali allo svolgimento del processo democratico.

Le predette norme costituzionali tutelano il rapporto comunicativo che si instaura allorché un soggetto comunica a un altro una notizia e gli effetti che essa produce. Nel nostro contesto sociale, sorretto dalla libertà di espressione occorre comprendere fino a dove ci si può spingere nell'esercizio di tale diritto e quali accortezze mettere in pratica per evitare di cadere nel tranello della pericolosa disinformazione o fake news.

Purtroppo, la gogna pubblica non sembra dissuadere il diffondere fake news da parte di falsi giornalisti per cui è importante individuare la responsabilità giuridica per chi trae in inganno il proprio pubblico.

---

<sup>35</sup> Art. 19 Cost.: << Tutti hanno diritto di professare liberamente la propria fede religiosa in qualsiasi forma, individuale o associata, di farne propaganda e di esercitarne in privato o in pubblico il culto, purché non si tratti di riti contrari al buon costume>>.

<sup>36</sup> Art. 33 Cost.: << L'arte e la scienza sono libere e libero ne è l'insegnamento.

La Repubblica detta le norme generali sull'istruzione ed istituisce scuole statali per tutti gli ordini e gradi.

Enti e privati hanno il diritto di istituire scuole ed istituti di educazione, senza oneri per lo Stato.

La legge, nel fissare i diritti e gli obblighi delle scuole non statali che chiedono la parità, deve assicurare ad esse piena libertà e ai loro alunni un trattamento scolastico equipollente a quello degli alunni di scuole statali.

È prescritto un esame di Stato per l'ammissione ai vari ordini e gradi di scuole o per la conclusione di essi e per l'abilitazione all'esercizio professionale.

Le istituzioni di alta cultura, università ed accademie, hanno il diritto di darsi ordinamenti autonomi nei limiti stabiliti dalle leggi dello Stato>>.

<sup>37</sup> Art. 21 Cost. comma 1: << Tutti hanno diritto di manifestare liberamente il proprio pensiero con la parola, lo scritto e ogni altro mezzo di diffusione>>.

In materia civile si ricorre agli articoli 2598<sup>38</sup> e 2043<sup>39</sup> del Codice civile, prendendo come punto di partenza la sentenza n° 22042<sup>40</sup> pubblicata dalla Prima Sezione Civile della Corte di Cassazione che ha stabilito la liceità della diffusione di notizie vere e l'illiceità in cui si ricade nella diffusione di notizie false.

Secondo la Suprema Corte, la pubblicazione di fake news è senza dubbio un illecito.

L'articolo 2598 del Codice civile individua la concorrenza sleale nei comportamenti di chi "si vale direttamente o indirettamente di ogni altro mezzo non conforme ai principi della correttezza professionale e idoneo a danneggiare l'altrui azienda".

Poiché il mercato informatico è un vero e proprio settore d'affari ad esso sono applicabili le norme di diritto commerciale secondo le quali allorquando si fa ricorso a titoli scandalistici o a notizie inventate allo scopo di aumentare la visibilità della propria pagina si attira l'attenzione degli utenti meno attenti, che smetteranno di seguire le pagine più "oneste".

Esse, dunque, perderanno seguaci, visibilità e, dunque, guadagni.

In tali casi la pubblicazione e la diffusione di notizie false incarnano tutti gli elementi della fattispecie della concorrenza sleale per cui legittimati a proporre l'azione legale contro chi pubblica fake news sono coloro che hanno costruito il loro progetto professionale sulla pubblicazione di contenuti veri.

Ci sono numerosi modi in cui può essere attuata la concorrenza sleale e la fake news è uno di questi mezzi.

L'articolo 2043 Codice civile prevede, come è noto, la risarcibilità del danno derivante da fatto illecito per cui è interessante individuare gli elementi dell'illecito nella condotta di chi pubblica fake news.

L'applicazione di tale norma richiede: l'analisi del fatto, l'analisi del danno e del nesso causale tra i predetti due elementi e, infine, dell'elemento soggettivo.

---

<sup>38</sup> L'art. 2598 c.c. riguarda gli atti di concorrenza sleale. Secondo questo articolo << *compie atti di concorrenza sleale chiunque:*

*1) usa nomi o segni distintivi idonei a produrre confusione con i nomi o i segni distintivi legittimamente usati da altri, o imita servilmente i prodotti di un concorrente, o compie con qualsiasi altro mezzo atti idonei a creare confusione con i prodotti e con l'attività di un concorrente;*  
*2) diffonde notizie e apprezzamenti sui prodotti e sull'attività di un concorrente, idonei a determinarne il discredito, o si appropria di pregi dei prodotti o dell'impresa di un concorrente;*  
*3) si vale direttamente o indirettamente di ogni altro mezzo non conforme ai principi della correttezza professionale e idoneo a danneggiare l'altrui azienda>>.*

<sup>39</sup> Art. 2043 c.c.:<< Qualunque fatto doloso o colposo, che cagiona ad altri un danno ingiusto, obbliga colui che ha commesso il fatto a risarcire il danno>>.

<sup>40</sup> Si veda "Sentenza n.22042, Prima Sezione Civile, Corte di Cassazione", 31.10.2016

Per l'individuazione del fatto, che coincide con la pubblicazione della notizia, si fa ricorso alle regole del cosiddetto "decalogo del giornalista" contenuto nella sentenza n° 5259, Sezione I della Cassazione Civile, del 18 ottobre 1984<sup>41</sup>.

In essa si legge che le informazioni devono avere una propria utilità sociale. Inoltre, i fatti devono essere esposti e valutati in forma civile e la notizia deve essere vera e si può trattare di verità oggettiva o putativa.

In quest'ultimo caso è necessario un supporto di una ricerca svolta in maniera seria e diligente.

Per parlare di fake news occorre che non ci sia una verità putativa, ma solamente titoli ingannevoli o avvenimenti inventati.

Non ha importanza il luogo della pubblicazione, sia esso fisico o virtuale.

Per quanto riguarda l'elemento soggettivo, dolo o colpa, si evidenzia che agisce con dolo chi decida di pubblicare contenuti che sa che non sono veri.

Invece colui che decida di pubblicare notizie non verificate che si rivelano, poi, essere infondate agisce con colpa cosciente se non addirittura con dolo eventuale.

Per la definizione del danno, non essendovi un esplicito riconoscimento del diritto all'informazione nell'ambito dell'ordinamento giuridico e della Carta costituzionale, si fa ricorso all'articolo 11 della Carta dei Diritti Fondamentali dell'Unione Europea<sup>42</sup> e all'articolo 19<sup>43</sup> della Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo.

Dunque, ai sensi dell'articolo 2043 del Codice civile è risarcibile qualsiasi danno che abbia le caratteristiche dell'ingiustizia, anche nel caso in cui sia stato violato un diritto non codificato.

A proposito della monetizzazione del danno, l'Italia, recependo l'insegnamento degli ordinamenti della common law, applica l'istituto dei danni punitivi che consistono in un

---

<sup>41</sup> Si veda "Sentenza n.5259, Prima Sezione Civile, Corte di Cassazione", 18.10.1984

<sup>42</sup> L'art.11 della CEDU riguarda la libertà di Unione e di associazione e afferma: << Ogni persona ha diritto alla libertà di riunione pacifica e alla libertà d'associazione, ivi compreso il diritto di partecipare alla costituzione di sindacati e di aderire ad essi per la difesa dei propri interessi.

*L'esercizio di questi diritti non può costituire oggetto di altre restrizioni oltre quelle che, stabilite per legge, costituiscono misure necessarie, in una società democratica, per la sicurezza nazionale, l'ordine pubblico, la difesa dell'ordine e la prevenzione dei disordini e dei reati, per la protezione della salute o della morale o per la protezione dei diritti e delle libertà altrui. Il presente articolo non vieta che restrizioni legittime siano imposte all'esercizio di questi diritti da parte dei membri delle forze armate, della polizia o delle amministrazioni dello Stato*>>.

<sup>43</sup> Art. 19 della Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo :<< Ogni individuo ha diritto alla libertà di opinione e di espressione, incluso il diritto di non essere molestato per la propria opinione e quello di cercare, ricevere e diffondere informazioni e idee attraverso ogni mezzo e senza riguardo a frontiere>>.

aumento del risarcimento dovuto alla vittima nel momento in cui l'illecito sia stato commesso intenzionalmente o per colpa grave.

Le Sezioni Unite Civile della Corte di Cassazione con la sentenza n°16601 dell'anno 2017<sup>44</sup> hanno rivisto l'orientamento precedente e, ripensando al concetto di ordine pubblico, hanno avvicinato il nostro ordinamento a quello anglosassone in materia di *punitive damages*. Questi ultimi consistono nel riconoscimento di una somma ulteriore rispetto a quella necessaria a compensare il danno subito (*compensatory damages*) se è provato che il danneggiante abbia agito con *malice* (dolo) o *gross negligence* (colpa grave).

In tal modo la condanna al risarcimento anche dei danni punitivi a carico di chi ha pubblicato o fatto circolare fake news ha il duplice scopo di ripristinare la sfera patrimoniale del soggetto danneggiato e di avere effetto sanzionatorio e deflattivo.

Poiché il danno da falsa informazione va attribuito al sito che in maniera fraudolenta ha ingannato i propri lettori una volta provato il danno la questione della risarcibilità verte solo sul *quantum* non anche sull'*an*.

Ai fini dell'individuazione del nesso causale va sottolineato che colui che lamenti una lesione del proprio diritto all'informazione ad opera delle testate giornalistiche, il nesso eziologico tra fatto e danno si individua nell'affidamento legittimo che è stato riposto nella corrispondenza tra quanto riportato nell'articolo e quanto realmente accaduto.

Tale criterio era stato già utilizzato nella sentenza 4 maggio 1982, n. 2765 Sezione III della Cassazione Civile<sup>45</sup> con particolare riferimento all'affidabilità delle informazioni da parte del lettore.

Nel panorama internazionale e, in particolare, nei paesi di common law tale fattispecie è nota come "tort of deceit" o crimine di inganno, che si realizza quando un soggetto trasmette a un altro una falsa rappresentazione di un certo avvenimento, fornendo consapevolmente e in maniera fraudolenta informazioni sbagliate<sup>46</sup>.

Si comprende, dunque, che il danno da fake news è ampiamente conosciuto nelle aule di Tribunale di tutto in mondo.

Il nesso causale tra falsa notizia e danno si individua nel fatto che il lettore ha già eletto un determinato sito a fonte di informazione privilegiata per cui nel momento in cui questo

---

<sup>44</sup> Si veda "Sentenza n.16601, Sezioni Unite, Cassazione Civile", 05.07.2017

<sup>45</sup> Si veda "Sentenza n.2765, terza Sezione Civile, Corte di Cassazione", 4.05.1982

<sup>46</sup> J. Cartwright, M. Hesselink, "Precontractual liability in European private law", edizione 2010

pubbliche notizie che sono false o sbagliate. La dimostrazione di tale nesso si ha nel momento in cui esiste un collegamento tra la diffusione intenzionale di fake news, la disinformazione e la lesione del suo diritto all'informazione.

Il nesso di causalità è più difficile da dimostrare nel caso di articoli clickbait nei quali il sito che ha pubblicato la notizia potrebbe contestare il mancato uso di diligenze da parte del lettore nella valutazione della corrispondenza tra ciò che è scritto nell'articolo e quanto inserito nel titolo.

Questa analisi non può prescindere dalla considerazione che il materiale che si trova online è destinato a un uso consumistico e che la maggior parte dei contenuti che vengono pubblicati in rete spesso non vengono letti per intero, ma di sfuggita durante lo scorrimento della home, dove si possono visualizzare unicamente i titoli (clickbait) dei contenuti<sup>47</sup>.

Non va taciuto, poi, che Internet è un mondo a cui tutti possono accedere in maniera indiscriminata, a prescindere da età e altre condizioni.

In tale situazione risulta molto più facile manipolare le masse e suscitare il loro isterismo dal momento che, come è noto, l'utente medio del web non mostra una diligenza particolarmente alta.

È fuori dubbio, dunque, che la diligenza dell'uomo che naviga sul web è più bassa di quella alla quale si riferisce il Codice civile quando parla di "uomo medio".

È innegabile che sfortunatamente, il concetto stesso di diligenza dell'uomo sta cambiando in peggio, visto che solo un numero ristretto di utenti realmente verifica i contenuti in cui si imbatte; al contrario della stragrande maggioranza che fa pari affidamento su notizie vere, fake news e clickbait senza fare distinzioni.

Per tali ragioni non sembra quindi possibile opporre alla lamentata lesione del diritto all'informazione il mancato ricorso alla diligenza dell'uomo medio.

A proposito della monetizzazione del danno, l'Italia, recependo l'insegnamento degli ordinamenti della common law, applica l'istituto dei danni punitivi che consistono in un aumento del risarcimento dovuto alla vittima nel momento in cui l'illecito sia stato commesso intenzionalmente o per colpa grave.

---

<sup>47</sup>S. Cosimi, G. Donadio, "La gente legge solo i titoli e poi commenta sui social. Lo dimostra uno studio", agosto 2016

In tale situazione non va taciuto che vi sono moltissimi siti web che possono vantare un'altissima affidabilità e qualità dei contenuti.

Le pagine di debunking non sono sufficienti ad impedire che le persone acquisiscano informazioni errate per cui si segnala l'esigenza di un intervento legislativo.

È risaputo infatti che bisogna aumentare l'attività di fact-checking per verificare la veridicità degli accadimenti riportati negli articoli cartacei e online per fare in modo che circolino notizie verificate.

## **3.2 LA FATTISPECIE NEL CODICE PENALE**

Quali sono gli strumenti di tutela penali attualmente esistenti?

E soprattutto quale efficacia possono avere con l'attuale sistema giudiziario italiano?

### **3.2.1 IL REATO DI DIFFAMAZIONE**

Se la falsa notizia è relativa ad un determinato soggetto o personaggio ben individuato (esempio un vaccinatore o un medico o uno scienziato) a cui vengono falsamente attribuite condotte riprovevoli e lesive del suo onore e della sua reputazione, può trovare applicazione la fattispecie individuata dall'articolo 595 del Codice penale.

*“Chiunque, comunicando con più persone, offende l'altrui reputazione, è punito con la reclusione fino ad un anno o con la multa fino a milletrendadue euro. Se l'offesa consiste nell'attribuzione di un fatto determinato, la pena è della reclusione fino a due anni, ovvero della multa fino a duemilasessantacinque euro.*

*Se l'offesa è recata con il mezzo della stampa o con qualsiasi mezzo di pubblicità, ovvero in atto pubblico, la pena è della reclusione da sei mesi a tre anni o della multa non inferiore a cinquecentosedici euro.*

*Se l'offesa è recata a un Corpo politico amministrativo o giudiziario o ad una Autorità costituita in collegio le pene sono aumentate”*

Trattasi di delitti contro la persona ed il bene tutelato dalla predetta fattispecie penale è la reputazione intesa come quella opinione o stima di cui un soggetto gode in seno alla società per carattere, ingegno anche professionale, qualità fisiche ad altri attributi secondo il particolare contestato storico.

Per quanto attiene all'elemento oggettivo offesa all'altrui reputazione la giurisprudenza ha più volte ritenuto che non solo le espressioni non vere ma anche a quelle meramente insinuanti possono essere idonee a ledere la reputazione dei terzi.

Lo stesso di casi per le espressioni allusive, ambigue, suggestionanti che possono essere idonee ad integrare il reato di diffamazione quando- per il modo in cui sono sottoposte all'attenzione del lettore – fanno sorgere in quest'ultimo un atteggiarsi della mente favorevole a ritenere l'effettiva rispondenza a verità dei fatti narrati.

L'altro elemento oggettivo del reato è dato dalla comunicazione con più persone – Esso è stato ritenuto *in re ipsa* a mezzo stampa o web per il fatto stesso della comunicazione o pubblicazione del mezzo usato che si rivolga ad un numero cospicuo ed indeterminato di persone.

Per quanto attiene al soggetto passivo del reato ai fini dell'individuabilità dell'offeso non occorre che l'offensore ne indichi espressamente il nome, ma è sufficiente che l'offeso possa venire individuato per esclusione in via induttiva tra una categoria di persone ovvero grazie a riferimenti inequivoci a circostanze e fatti di notoria conoscenza attribuibili ad un determinato soggetto.

Per quel che attiene l'elemento psicologico del reato basta il dolo generico ovvero la volontà di usare espressioni offensive con la consapevolezza di offendere l'altrui reputazione.

Lo stesso diritto di cronaca, tutelato costituzionalmente dall'articolo 21, può essere esercitato a condizione che la notizia pubblicata sia vera, che esista un interesse pubblico alla conoscenza dei fatti in relazione alla loro attualità ed utilità sociale e che l'informazione sia mantenuta nei limiti di una serena obbiettività

### **3.2.2 IL REATO DI DIFFUSIONE DI NOTIZIE FALSE E TENDENZIOSE**

L'articolo 656 del Codice penale dispone che “*Chiunque pubblica o diffonde notizie false, esagerate o tendenziose, per le quali possa essere turbato l'ordine pubblico, è punito, se il fatto non costituisce un più grave reato, con l'arresto fino a tre mesi o con l'ammenda fino a euro 309*”.

Il predetto articolo ha resistito alle censure di incostituzionalità per violazione dell'articolo 21 della Costituzione, più volte sollevate nel tempo, in quanto la tutela del diritto di libera manifestazione del proprio pensiero non può estendersi fino a sacrificare un bene sociale tutelato costituzionalmente quale l'ordine pubblico.

Detto reato benché il codice sia stato redatto nel lontano 1930, quando ovviamente non esisteva la televisione o il web, può applicarsi anche ai moderni mezzi di diffusione delle notizie: televisione, giornali on line, siti Internet o social network.

La nozione di falsità è riferibile alle notizie non vere, cioè quelle che risultano contrarie alla verità acclarata e comunemente accettata nell'ambito di riferimento, come quella affermata dalla comunità scientifica in un dato momento storico (esempio: le risultanze delle ricerche sul Covid degli scienziati).

Sono tendenziose, invece, le notizie che hanno l'attitudine a sortire un effetto dannoso per l'ordine e la tranquillità pubblica.

Si pensi al caso di che discredita immotivatamente i vaccini per evitare la vaccinazione di massa con i relativi effetti benefici sulla società.

Trattasi di reato di pericolo e dunque il fatto che il turbamento dell'ordine pubblico non si sia effettivamente verificato non esclude la punibilità in quanto è sufficiente che vi fosse una astratta possibilità che il turbamento si verificasse.

Pertanto, il reato in questione si perfeziona con la pubblicazione o diffusione della notizia, senza bisogno di alcun elemento ulteriore sempre che la stessa deve essere espressa in termini di certezza o di altissima probabilità.

Una notizia falsa sulla non sicurezza dei vaccini o addirittura sulla pericolosità degli stessi per la salute umana ben potrebbe essere punita anche all'applicazione del predetto articolo 656 del codice.

Intanto una proposta di legge attualmente all'esame del Parlamento pende la proposta di legge n. 1886 della Camera dei deputati<sup>48</sup>, che punta a modificare l'articolo 656 del Codice penale in tal senso: «Art. 656. – (*Pubblicazione o diffusione di notizie false, esagerate o tendenziose, atte a turbare l'ordine pubblico o ad arrecare danno ingiusto*

---

<sup>48</sup> Si veda

[https://www.camera.it/leg18/995?sezione=documenti&tipoDoc=lavori\\_testo\\_pdl&idLegislatura=18&codice=leg.18.pdl.camera.1886.18PDL0071100&back\\_to=https://www.camera.it/leg18/126?tab=2-e-leg=18-e-idDocumento=1886-e-sede=-e-tipo=](https://www.camera.it/leg18/995?sezione=documenti&tipoDoc=lavori_testo_pdl&idLegislatura=18&codice=leg.18.pdl.camera.1886.18PDL0071100&back_to=https://www.camera.it/leg18/126?tab=2-e-leg=18-e-idDocumento=1886-e-sede=-e-tipo=)

alle persone) – Chiunque pubblica o diffonde, anche mediante l'utilizzo della rete telefonica o attraverso strumenti telematici o informatici, notizie false, esagerate o tendenziose, atte a turbare l'ordine pubblico ovvero ad arrecare danno ingiusto alle persone, è punito, se il fatto non costituisce più grave reato, con la reclusione da tre mesi a cinque anni.

*La pena è aumentata se il fatto è commesso per fini di lucro, ovvero se le notizie riguardano atti di violenza a sfondo razziale, sessuale o comunque di natura discriminatoria».*

Il relatore ha sostenuto che si intende porre in campo misure per il contrasto della manipolazione e della distorsione dell'informazione, in particolare con riferimento alla diffusione in rete: delle cosiddette *fake news*. La si utilizza per indicare quelle fonti che «inventano del tutto le informazioni, disseminano contenuti ingannevoli, distorcono in maniera esagerata le notizie vere.

### **3.2.3 IL REATO DI PROCURATO ALLARME**

Altro reato applicabile alle ipotesi di false notizie sul Covid e sulla campagna vaccinale durante la pandemia: è il reato di procurato allarme, previsto dall'articolo 658 del Codice penale a carico di "*chiunque, annunciando disastri, infortuni o pericoli inesistenti, suscita allarme presso l'Autorità, o presso enti o persone che esercitano un pubblico servizio. La pena è dell'arresto fino a 6 mesi o l'ammenda da 10 a 516 euro.*"

Anche tale fattispecie appartiene alla categoria dei reati di pericolo il cui elemento costitutivo è il suscitato allarme ovvero l'attitudine della notizia a generare l'intervento dell'Autorità.

A differenza dell'articolo 656 del Codice penale che fa riferimento a chi pubblica o diffonde false notizie, l'articolo 658 prende in considerazione, come modalità di comunicazione della falsa notizia, l'annunciare ovvero il rendere noto, far conoscere anche solo a voce.

Dunque, la comunicazione può avvenire in direzione di più soggetti o anche di uno solo. Il pubblicare e diffondere dell'articolo 656 del Codice penale ha, invece, come modalità necessaria di riferimento una dimensione plurisoggettiva.

In concreto una comunicazione ad una sola persona, anche telefonica, con cui si riferisca che un medico sostenga che i vaccini procurino numerose vittime, non integrerà il reato previsto dall'articolo 656 del codice penale che richiede una pubblicazione su un mezzo idoneo alla diffusione presso una platea indeterminata di soggetti.

Inoltre, l'articolo 658 del Codice penale fa riferimento a disastri, infortuni o pericoli inesistenti e non a false notizie.

La giurisprudenza per disastri fa riferimento *“a qualunque evento di non comune gravità incidente su una pluralità di soggetti e tale da esporre a pericolo un numero indeterminato di persone mentre gli infortuni ovvero ad eventi dannosi riguardano “una o più persone che, senza avere i caratteri di gravità e diffusibilità propri del disastro, determini comunque un intervento di pubblica autorità”*<sup>49</sup>.

Sia che si tratti di disastri che di infortuni o pericoli è necessario che essi siano anche inesistenti.

L'inesistenza è una *species* del più ampio concetto di falsità.

Per quel che attiene l'elemento soggettivo la Cassazione, con sentenza n. 99 del 27/11/2012<sup>50</sup>, ha chiarito che il fine della protesta non è idoneo ad escludere l'elemento materiale e quello psicologico della contravvenzione di procurato allarme presso l'Autorità che ne costituisce semmai un movente.

Con l'arresto giurisprudenziale del 2018 Cassazione penale n. 26897 si è evidenziato che *“il reato di procurato allarme preso l'Autorità di cui all'art. 658 c.p. è configurabile anche nel caso in cui l'annuncio di un disastro , di un infortunio o di un pericolo inesistente sia mediato cioè non effettuato direttamente alle forze dell'ordine, ma ad un privato purchè, per l'apparente serietà del suo contenuto, risulti idoneo a provocare allarme nelle Autorità, determinandone l'intervento anche di ufficio”*.

Questa sentenza offre la possibilità di applicare l'articolo 658 Codice penale anche a quelle fattispecie di false notizie di disastri, infortuni o pericoli sollevati mezzo social network o comunque con fake news che non siano sfociate in denuncia diretta all'Autorità, ma che abbiano comunque creato allarme presso la stessa.

---

<sup>49</sup> Si veda Cass.penale sez. I sentenza n. 26897,12 giugno 2018

<sup>50</sup> Si veda Sentenza n. 99, Prima Sezione, Cassazione penale,27.11.2012

### 3.2.4 ABUSO DELLA CREDULITA' POPOLARE

L'articolo 661 del Codice penale sanziona *“Chiunque, pubblicamente, cerca con qualsiasi impostura, anche gratuitamente, di abusare della credulità popolare è soggetto, se dal fatto può derivare un turbamento dell'ordine pubblico, alla sanzione amministrativa pecuniaria da euro 5000 ad euro 15.000”*.

Il reato, che prima dell'entrata in vigore del Decreto legislativo del 15 gennaio 2016 aveva natura di contravvenzione, tende a tutelare la tranquillità pubblica e sanziona la condotta di chi nell'esercizio, anche occasionale di un'attività, viola le regole che disciplinano la stessa abusando delle credulità popolare.

Per accertare l'esistenza dell'abuso bisogna fare riferimento alle regole sottese all'attività svolta ed accertare, volta per volta, la concreta deviazione dalla stessa.

In breve, l'idoneità ad abusare della credulità popolare dipende dal modo in cui è esercitata l'attività.

La Cassazione Penale con sentenza del 14.10.2014 n. 50092 ha delineato la modalità della condotta ovvero che *“con l'impostura l'agente deve, quindi, cercare di approfittare della credulità popolare, vale a dire della corritività delle persone a prestare fede, derivante da mancanza di cultura, da scarsa intelligenza, da soggezione o inclinazione personale”*.

Perché il reato si compia l'attività deve essere pubblicamente anche se a titolo gratuito.

La recente sentenza della Corte di Cassazione Penale del 2.3.2022 n. 7513 così è intervenuta sulla distinzione tra il reato di truffa e quello di abuso della credulità popolare *“integra il delitto di cui all'art. 640<sup>51</sup>, comma secondo, n. 2 cod. pen. e non la fattispecie di abuso della credulità popolare - depenalizzata dal d.lgs. 15 gennaio 2016, n. 8<sup>52</sup> -, il cui elemento costitutivo e differenziale si individua nel turbamento dell'ordine pubblico e nell'azione rivolta nei confronti di un numero indeterminato di persone, il comportamento di colui che, sfruttando la fama di mago, chiromante, occultista o guaritore, ingenera nelle persone offese la convinzione dell'esistenza di gravi pericoli gravanti su di esse o sui loro familiari e, facendo credere loro di poter scongiurare i*

---

<sup>51</sup> Art. 640 c.p. comma 2, n.2: << se il fatto è commesso ingenerando nella persona offesa il timore di un pericolo immaginario o l'erroneo convincimento di dovere eseguire un ordine dell'Autorità >>.

<sup>52</sup> Disposizioni in materia di depenalizzazione, a norma dell'articolo 2, comma 2, della legge 28 aprile 2014, n. 67, si veda Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana, <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2016/01/22/16G00011/sg%20#>

*prospettati pericoli con i rituali magici da lui praticati, le induca in errore, così procurandosi l'ingiusto profitto consistente nell'incameramento delle somme di denaro elargitegli con correlativo danno per le medesime”.*

### **3.2.5 IL REATO DI TRUFFA**

*“Chiunque, con artifici o raggiri, inducendo taluno in errore, procura a sè o ad altri un ingiusto profitto con altrui danno, è punito con la reclusione da sei mesi a tre anni e con la multa da 51 euro ad euro 1.032,00”*

Trattasi di reato contro il patrimonio che arreca nocumento alla libertà di autodeterminarsi da parte della vittima.

Addirittura, il soggetto passivo del reato è indotto a cooperare nella produzione dell'evento essendo tratto in errore mediante artifici o raggiri.

Il raggito è, invece, interpretato come avvolgimento subdolo e ingegnoso di parole destinate a convincere, orientando in modo fuorviante le rappresentazioni e le decisioni altrui.

Per artificio si intende la trasfigurazione della realtà esterna, camuffandola mediante la simulazione di circostanze inesistenti o la dissimulazione di situazioni esistenti.

Si è affermato che l'artificio o il raggiro possa consistere anche nel semplice silenzio serbato maliziosamente su circostanze rilevanti da chi ha il dovere di farle conoscere perché il comportamento dell'agente, in tal caso, non è solamente passivo ma artificiosamente preordinato a perpetrare l'inganno.

L'idoneità dell'artificio e del raggiro deve essere valutata dal Giudice caso per caso con riferimento diretto alla particolare situazione in cui è avvenuto il fatto ed alle modalità esecutive dello stesso.

Il Giudice dovrà verificare pure se tra l'artificio o il raggiro e l'errore sussista un nesso di causalità.

La giurisprudenza ritiene che ai fini della sussistenza del reato di truffa, la scarsa diligenza o la mancanza di controlli, non escludono la idoneità dei mezzi usati per ingannare il soggetto passivo del reato.

*<<L'elemento soggettivo del reato è costituito dal dolo generico avente ad oggetto gli elementi costitutivi del reato ovvero il profitto, l'inganno ed il danno. anche se preveduti dall'agente come conseguenze possibili, anziché certe della propria condotta, e tuttavia accettati nel loro verificarsi, con conseguente assunzione del relativo rischio>>.<sup>53</sup>*

Sulla consumazione del delitto si sono pronunciate le Sezioni Unite, chiarendo che la truffa contrattuale è un reato istantaneo e di danno; dunque, si consuma con l'effettivo conseguimento del bene economico da parte dell'agente e con la definitiva perdita dello stesso in capo al soggetto passivo<sup>54</sup>.

### **3.3 TEMPI GIUSTIZIA**

Dopo aver analizzato le fattispecie civili e penali è opportuno verificare quale è il grado di tutela effettivo del cittadino.

Qui iniziano le dolenti note.

Nella relazione del Ministro della Giustizia Alfano nel 2019 <sup>55</sup> si affermava che la questione giustizia è oggi diventata una vera e propria priorità nazionale, una emergenza che riguarda sia il settore penale che quello civile e che finisce per coinvolgere negativamente anche le possibilità di sviluppo economico del nostro Paese.

Si affermava la necessità improcrastinabile di recuperare la credibilità e la fiducia del sistema giudiziario italiano da parte dei cittadini, che da utenti subiscono in prima persona l'intollerabile lentezza delle procedure e da osservatori rimangono spesso attoniti rispetto ad eventi tanto mediaticamente clamorosi, quanto discutibili sul piano istituzionale

Nella relazione del Ministero della Giustizia anno 2021 illustrata all'inaugurazione dell'anno giudiziario 2022 questi i dati:

*“Al 31 dicembre 2021 il numero totale di fascicoli civili pendenti era pari a 3.043.650 (al netto dell'attività del Giudice Tutelare, degli accertamenti tecnici preventivi in materia previdenziale e delle verbalizzazioni di dichiarazioni giurate in Tribunale) con una riduzione rispetto all'anno precedente del 6,6%”.*

---

<sup>53</sup> Si veda Cass. Penale n. 26936 del 13 giugno 2018

<sup>54</sup> Si veda Cass., S.U., 21.6.2000, n. 18; Cass., Sez. II, 14.2.2017, n. 11102 in C.E.D. Cass, 2017

<sup>55</sup> Si veda Relazione del Ministero sull'Amministrazione della Giustizia, anno 2019

Relativamente ai giudizi penali *“al 30 settembre 2021 pendevano dinanzi agli uffici giudicanti 1.594.044 procedimenti contro autori noti, circa 37.000 in meno rispetto alla fine del 2020”*.

Nel rapporto della European Commission for efficiency of justice dell'ottobre 2018, contenente i dati del 2016 si evidenzia che un processo civile in Italia che attraversi i tre gradi del giudizio dura in media anni 8.

La media dei Paesi membri del Consiglio di Europa è invece di poco meno di due anni.

Siamo tra i peggiori di Europa anche nel settore penale.

La durata media dei processi dei Paesi membri del Consiglio di Europa è di 138 giorni in primo grado, 143 giorni in secondo grado e 143 in ultima istanza.

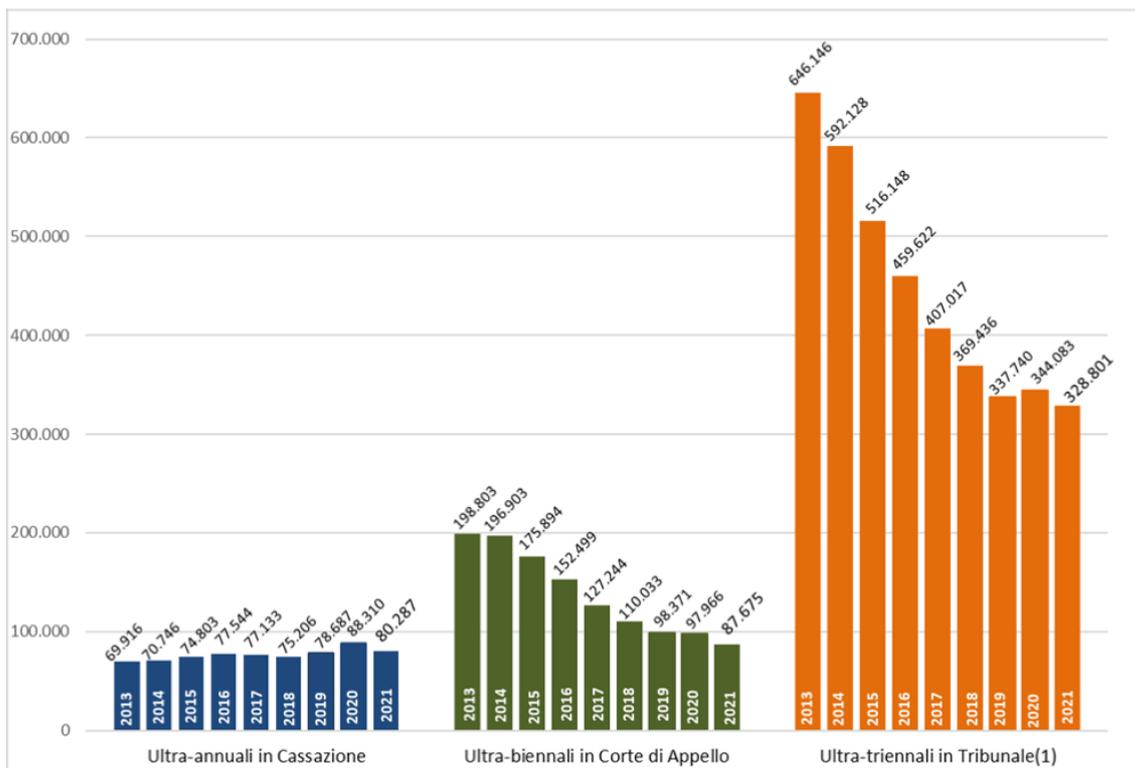
Il dato italiano in primo grado è di 310 giorni in primo grado, 876 in secondo e 191 in Cassazione. Premesso che i sistemi giudiziari sono diversi da Stato a Stato, ciò che emerge con certezza è che l'Italia si trovi nelle ultime posizioni della classifica.

Dunque, la lentezza del sistema giudiziario italiano penalizza il cittadino che debba agire in sede civile e/o penale contro le fake news.

All'interno del Piano nazionale di ripresa e resilienza<sup>56</sup> (PNRR) sono previsti degli interventi all'interno del sistema giudiziario; in particolar modo riforme per accelerare i tempi dei processi e fondi per digitalizzare i procedimenti giudiziari del settore civile e del settore penale.

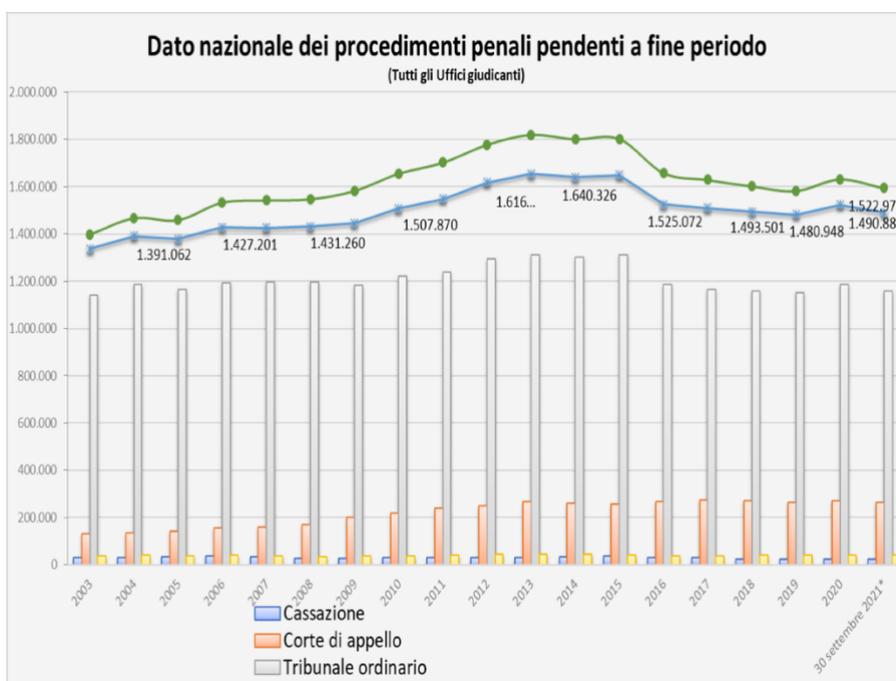
---

<sup>56</sup> Si tratta di un piano nazionale per gli investimenti complementari approvato nel 2021 per rilanciare l'economia italiana a seguito della pandemia di COVID-19. Fa parte del programma Next Generation EU dell'Unione Europea. Prevede investimenti principalmente in sviluppo verde e digitale per 191,5 miliardi.



**Figura 5 Numero di procedimenti civili pendenti a fine periodo**

Fonte: Relazione al Parlamento della ministra della giustizia Marta Cartabia sull'amministrazione della giustizia, Inaugurazione anno giudiziario 2022



**Figura 6 Numero di procedimenti penali pendenti a fine periodo**

Fonte: Relazione al Parlamento della ministra della giustizia Marta Cartabia sull'amministrazione della giustizia, Inaugurazione anno giudiziario 2022

## CONCLUSIONE

Se si è sempre saputo che la diffusione di notizie false fosse un problema che riguardasse tutti, con la pandemia del 2020 si ha avuto maggiore contezza dei danni che effettivamente la disinformazione causa.

Infatti, l'ondata di fake news sul Covid e specialmente sui vaccini non ha fatto altro che innescare timore e diffidenza nei confronti di molte persone che o non si sono vaccinate o all'inizio sono state esitanti.

Questo ha logicamente rallentato la fine della pandemia e conseguentemente anche la ripresa dell'economia ma, più in generale, il ritorno a una vita normale.

Come si è visto in questa tesi però, sia l'Italia che l'Europa, hanno una grande consapevolezza della minaccia che rappresenta la disinformazione e provano ad arginarla da tempo.

Per quanto riguarda l'Europa, le Task force di comunicazione strategica del Servizio europeo per l'azione esterna si sono dimostrate efficaci in quanto sono riuscite e prevedere e a rispondere alla disinformazione proveniente dai paesi esteri, specialmente dalla Russia.

Grazie al Codice delle buone pratiche, si è dato inizio a una proficua collaborazione tra la Commissione Europea e piattaforme online che sta garantendo una maggiore trasparenza e un costante impegno nella lotta alla disinformazione. Con il rafforzamento messo in atto si aspettano risultati migliori specialmente in materia di demonetizzazione della disinformazione.

La legge italiana, sebbene non parli propriamente di fake news, si adatta alla normativa europea e nel nostro ordinamento, sia in materia civile che penale, vengono trattate fattispecie che tutelano i cittadini nel caso in cui siano vittime di notizie false.

In conclusione, si può affermare che la lotta alla disinformazione è un percorso complesso ma le istituzioni stanno cercando di affrontarlo nel migliore dei modi, come si è visto durante la pandemia. Sicuramente ci vorranno tempo e una maggiore alfabetizzazione mediatica per raggiungere gli ambiziosi obiettivi previsti.

## **BIBLIOGRAFIA**

“Action Plan on disinformation: Commission contribution to the European Council”,  
5.12.2018

“Carta dei diritti fondamentali dell’Unione Europea”, Gazzetta ufficiale delle Comunità  
europee, 18.12.2000

“Codice penale”, a cura di Raffaele Marino- Rosanna Petrucci, Edizioni Simone  
giuridico, 2022

“Contrastare la disinformazione dul Covid-19-Guardare ai fatti”, Comunicazione della  
Commissione al Parlamento Europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale  
europeo e al Comitato delle regioni, Bruxelles, 10.06.2020

“Contrastare la disinformazione online: un approccio europeo”, Comunicazione della  
Commissione al Parlamento Europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale  
europeo e al Comitato delle regioni, Bruxelles, 16.04.2014

“Costituzione esplicata”, a cura di Federico del Giudice, Edizioni giuridiche Simone,2019

“Dichiarazione Universale dei diritti umani”, Assemblea generale delle Nazioni Unite,  
Parigi, 10.12.1948

“Disinformazione e fake news durante la pandemia: il ruolo delle agenzie di  
comunicazione”, Rapporto Ital Communications-CENSIS, 23.04. 2021

“European Commission Guidance on Strengthening the Code of Practice on  
Disinformation”, Brussels, 26.05.2021

“Fake News”, Thorsten Quandt, Lena Frischlich, Svenja Boberg e Tim Schatto-Ecrodt,  
University of Münster, Germany, 29.04.2019

“Guidance to strengthen Code of Practice on Disinformation”, European Commission-  
Press release, Brussels,26.05.2021

“La disinformazione nell’UE: combattuta ma non vinta”, Relazione speciale Corte dei  
Conti Europea presentata in virtù dell’articolo 287, paragrafo 4, secondo comma, del  
TFUE, 09/2021

“Relazione del Ministero sull’amministrazione della giustizia anno 2021, Inaugurazione  
dell’Anno Giudiziario 2022, 21.01.2022

“Relazione del Ministero sull’Amministrazione della Giustizia”, anno 2019

“Sentenza n. 26897, Prima Sezione, Cassazione penale”,12.06.2018

“Sentenza n. 99, Prima Sezione, Cassazione penale”,27.11.2012

“Sentenza n.16601, Sezioni Unite, Cassazione Civile”, 05.07.2017

“Sentenza n.22042, Prima Sezione Civile, Corte di Cassazione”, 31.10.2016

“Sentenza n.26936, Cassazione Penale”, 13.06.2018

“Sentenza n.2765, terza Sezione Civile, Corte di Cassazione”, 4.05.1982

“Sentenza n.50092, Cassazione Penale”, 14.10.2014

“Sentenza n.5259, Prima Sezione Civile, Corte di Cassazione”, 18.10.1984

“Sentenza n.7513, Seconda Sezione, Suprema Corte di Cassazione”, 02.03.2022

“Un’Europa che protegge: l’UE interviene per contrastare la disinformazione”,  
Commissione europea- Comunicato stampa, Bruxelles, 5.12.2018

Adolfo Di Majo, “Codice civile”, Giuffrè, 2022

Bertin Martens, Luis Aguiar, Estrella Gomez-Herrera, Frank Mueller-Langer, “The digital  
transformation of news media and the rise of disinformation and fake news”, JRC Digital  
Economy Working Paper 2018-02

Council of Europe, “Convenzione Europea dei Diritti dell’Uomo”, Roma, 4.11.1950

European Commission, “Code of Practice on Disinformation”, 2018

J. Cartwright, M. Hesselink , “Precontractual liability in European private law”, edizione  
2010

Julie Posetti and Kalina Bontcheva, “Disinfodemic: deciphering COVID-19 disinformation”, UNESCO, 2020

Kacper T Gradoń, Janusz A. Hołyst, Wesley R Moy, Julian Sienkiewicz, Krzysztof Suchecki, “Countering: misinformation: A multidisciplinary approach”, Big Data & Society, 05.05.2021

Kai-Chenk Yang, Francesco Pierri, Pik-Mai Hui, David Axelrod, Christopher Torres-Lugo, John Bryden, Filippo Menczer, “The COVID-19 Infodemic: Twitter versus Facebook”, Big Data & Society, 16.01.2021

Marju Himma-Kadakas & Indrek Ojamets, “Debunking False Information: Investigating Journalists’ Fact-Checking Skills”, Digital Journalism, DOI, 2.03.2022

Martin Potthast, Sebastian Köpsel, Benno Stein & Matthias Hagen “Advances in Information Retrieval: 38<sup>th</sup> European Conference on Information Retrieval”, Springer-Verlag New York Inc, 11.03.2016

Proposta di legge n.1886 d’iniziativa del deputato De Maria, Camera dei Deputati, 03.06.2019

S. Cosimi, G. Donadio, “La gente legge solo i titoli e poi commenta sui social. Lo dimostra uno studio”, agosto 2016

Samikshya Siwakoti, Kamyra Yadav, Nicola Bariletto, Luca Zanotti, Ulaş Erdoğan, Jacob N. Shapiro, “How Covid drove the evolution of fact checking”, Harvard Kennedy School Misinformation Review, May 2021

Stanford Digital Repository, “Memes, Magnets, and Microchips-Narrative dynamics around COVID-19 vaccines”, The Virality Project (2022), 24.02.2022

Yimin Chen, Niall J. Conroy, Victoria L. Rubin, “Misleading Online Content: Recognizing Clickbait as “False News””, Association for Computing Machinery, New York, 13.11.2015

## SITOGRAFIA

<https://cyber.fsi.stanford.edu/io/news/virality-project-final-report>

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/guidance-strengthening-code-practice-disinformation>

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/news/code-practice-disinformation>

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/online-disinformation>

[https://ec.europa.eu/echo/what/civil-protection/emergency-response-coordination-centre-ercc\\_en](https://ec.europa.eu/echo/what/civil-protection/emergency-response-coordination-centre-ercc_en)

[https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response/fighting-disinformation\\_it](https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response/fighting-disinformation_it)

[https://ec.europa.eu/info/publications/action-plan-disinformation-commission-contribution-european-council-13-14-december-2018\\_en](https://ec.europa.eu/info/publications/action-plan-disinformation-commission-contribution-european-council-13-14-december-2018_en)

[https://ec.europa.eu/information\\_society/newsroom/image/document/2019-24/microsoft\\_eu\\_cop\\_on\\_disinformation\\_signatory\\_document\\_may\\_2019\\_asd\\_final\\_53FCB030-02E6-C461-9ACDA79C0BCCEAAB\\_60091.pdf](https://ec.europa.eu/information_society/newsroom/image/document/2019-24/microsoft_eu_cop_on_disinformation_signatory_document_may_2019_asd_final_53FCB030-02E6-C461-9ACDA79C0BCCEAAB_60091.pdf)

<https://edmo.eu>

[https://emergency.copernicus.eu/mapping/sites/default/files/files/CopernicusEMS-EU\\_Actors\\_Worldwide\\_Brochure.pdf](https://emergency.copernicus.eu/mapping/sites/default/files/files/CopernicusEMS-EU_Actors_Worldwide_Brochure.pdf)

[https://erga-online.eu/?page\\_id=7](https://erga-online.eu/?page_id=7)

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?qid=1524837398592&uri=COM:2018:236:FIN>

[https://european-union.europa.eu/institutions-law-budget/institutions-and-bodies/institutions-and-bodies-profiles/eeas\\_it](https://european-union.europa.eu/institutions-law-budget/institutions-and-bodies/institutions-and-bodies-profiles/eeas_it)

<https://euvsdisinfo.eu/about/>

<https://euvsdisinfo.eu/it/contrastare-le-campagne-di-disinformazione-in-corso-da-parte-della-russia-la-storia-di-euvsdisinfo/>

<https://it.euronews.com/2022/05/03/liberta-di-stampa-la-classifica-i-quasi-buoni-e-i-cattivi-conclamati>

<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/20539517211013861>

<https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/20539517211013848>

<https://lamagistratura.it/penale-e-sorveglianza/fake-news-e-procurato-allarme/>

<https://news.stanford.edu/2022/02/24/curbing-spread-covid-19-vaccine-related-misdisinformation/>

<https://progeu.org/altre-otto-piattaforme-online-aderiscono-al-codice-di-condotta-sulla-disinformazione-promosso-dallue/>

[https://www.agi.it/fact-checking/tempi\\_justizia\\_durata\\_processi-5953178/news/2019-08-02/](https://www.agi.it/fact-checking/tempi_justizia_durata_processi-5953178/news/2019-08-02/)

<https://www.astrid-online.it/static/upload/trad/trade-associations-roadmaps.pdf><https://www.cdc.gov/vaccines/covid-19/health-departments/addressing-vaccine-misinformation.html>

<https://www.brocardi.it/codice-civile/libro-quarto/titolo->

[ix/art2043.html?q=2043+cc&area=codici](https://www.brocardi.it/codice-civile/libro-quarto/titolo-ix/art2043.html?q=2043+cc&area=codici)

<https://www.brocardi.it/codice-civile/libro-quinto/titolo-x/capo-i/sezione-ii/art2598.html?q=2598+cc&area=codici>

<https://www.brocardi.it/codice-penale/libro-secondo/titolo-xiii/capo-ii/art640.html?q=640+cp&area=codici>

<https://www.brocardi.it/codice-penale/libro-terzo/titolo-i/capo-i/sezione-i/art656.html>

<https://www.brocardi.it/codice-penale/libro-terzo/titolo-i/capo-i/sezione-i/art661.html?q=661+cp&area=codici>

<https://www.butac.it/>

[https://www.camera.it/leg18/995?sezione=documenti&tipoDoc=lavori\\_testo\\_pdl&idLegislatura=18&codice=leg.18.pdl.camera.1886.18PDL0071100&back\\_to=https://www.camera.it/leg18/126?tab=2-e-leg=18-e-idDocumento=1886-e-sede=-e-tipo=](https://www.camera.it/leg18/995?sezione=documenti&tipoDoc=lavori_testo_pdl&idLegislatura=18&codice=leg.18.pdl.camera.1886.18PDL0071100&back_to=https://www.camera.it/leg18/126?tab=2-e-leg=18-e-idDocumento=1886-e-sede=-e-tipo=)

[https://www.censis.it/sites/default/files/downloads/Rapporto%20Ital%20Communications-Censis\\_def.pdf](https://www.censis.it/sites/default/files/downloads/Rapporto%20Ital%20Communications-Censis_def.pdf)

<https://www.consilium.europa.eu/media/43076/26-vc-euco-statement-en.pdf>

<https://www.culturedigitali.org/debunking-e-fake-news/>

<https://www.eeas.europa.eu/en>

<https://www.ema.europa.eu/en/human-regulatory/overview/public-health-threats/coronavirus-disease-covid-19/treatments-vaccines/vaccines-covid-19/covid-19-vaccines-development-evaluation-approval-monitoring>

<https://www.euractiv.com/wp-content/uploads/sites/2/2018/10/MozillaEUCoPonDisinformationsignatureformPDF.pdf>

<https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2016/01/22/16G00011/sg%20#>

<https://www.iusinitinere.it/fake-news-quali-responsabilita-civile-35417>

<https://www.laceuropa.it/codice-di-buone-pratiche-sulla-disinformazione-un-anno-dopo/>

<https://www.newsguardtech.com/it/special-reports/coronavirus-misinformation-tracking-center/>

<https://www.open.online/c/fact-checking/>

<https://www.open.online/chi-siamo/>

[https://www.treccani.it/vocabolario/infodemia\\_%28Neologismi%29/](https://www.treccani.it/vocabolario/infodemia_%28Neologismi%29/)

<https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/myth-busters>