

Fake news e Social networks: riflessi sul diritto d'autore e concorrenza

06 Dicembre 2018

Vincenzo Franceschelli

Delle tre Rivoluzioni industriali che si sono succedute dal 700 ad oggi, la Rivoluzione digitale è quella che è stata cronologicamente dirompente. In pochi decenni si è diffusa in tutto il mondo, collegandolo, causa ed effetto della globalizzazione.

Come ogni rivoluzione, ha avuto effetti positivi e negativi. Nel bene e nel male, ha avuto effetti in vari aspetti della vita umana, dell'economia, del sapere e del diritto.

Gli effetti positivi sono emersi per primi: la condivisione della conoscenza, la diffusione della cultura, l'allargamento e il collegamento dei mercati, i vantaggi per i consumatori, l'allargamento della partecipazione popolare alla vita sociale, politica e della società civile.

Ma, nell'arco di breve tempo, la rete ha sviluppato un lato oscuro. Come se ogni conquista positiva dovesse necessariamente nascondere una faccia maligna.

La diffusione della cultura e della conoscenza sulla rete ha comportato un attacco ai diritti di proprietà industriale come intesi tradizionalmente; l'informazione su prodotti e servizi ha incominciato a nascondere atti di pubblicità occulta o menzognera; l'allargamento della partecipazione politica e sociale alla società civile è turbata da infiltrati e da attacchi cibernetici.

Un aspetto di questi fenomeni oscuri è dato da quelle che sono ormai definite genericamente "fake news".

Oggetto di questa indagine è la nozione di fake news, e il tentativo di inquadrarne il fenomeno; i rapporti con l'*exceptio veritatis*; l'analisi degli effetti. Le fake news, presenti in tutta la rete, trovano terreno particolarmente fertile sui social networks, il grande luogo immateriale dell'interagire sociale.

I social networks nascono e si sviluppano come luogo immateriale di incontro tra privati. Ma ben presto il loro successo determina l'interesse delle imprese. Il loro ingresso porta con sé i temi classici del diritto industriale, che fanno fatica ad integrarsi con il nuovo modo di comunicare. Se i temi attinenti il diritto d'autore erano già presenti, l'ingresso delle imprese aggiunge i temi della concorrenza, della concorrenza sleale, della pubblicità.

Alcuni aspetti del fenomeno riguardano la distorsione del messaggio pubblicitario, le nuove forme di concorrenza sleale, il potere degli influencer sui social networks, le #tag e il loro uso, le nuove forme di pubblicità occulta, l'uso delle informazioni tratte dai giornali tradizionali e dai media, il conflitto tra media e rassegne stampa, il ruolo dei monopoli della ricerca.

Le fake news, quando penetrano nel grande mare della concorrenza, lo sconvolgono, al pari di quanto malevolmente fanno negli altri aspetti della vita sociale. Una fake news contro un concorrente o un prodotto è un atto di concorrenza sleale. Una fake news nel sistema della comunicazione pubblicitaria è un atto di pubblicità decettiva e aggressiva.

La presente indagine si pone il tema se, oltre agli strumenti tradizionali (illecito civile; azioni di concorrenza sleale; pubblicità illecita nelle sue varie forme), contro le fake news che integrino ipotesi di

concorrenza sleale, o di pubblicità occulta o indiretta, possano essere utilizzati gli strumenti che la rete stessa sta sviluppando in relazione, per esempio, alla protezione delle opere dell'ingegno. Il mezzo più veloce per eliminare una notizia "falsa" è la cancellazione della notizia stessa, fino all'oscuramento del sito o del profilo, attraverso la procedura "notice and take down" sviluppata dall'Agcom (es. Delibera 680/13/CONS è stato approvato il "Regolamento in materia di tutela del diritto d'autore sulle reti di comunicazione elettronica e procedure attuative ai sensi del decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70).

Il modo più efficace per informare i followers che una certa notizia è il risultato di un accordo pubblicitario è dirlo, e non lo si fa, imporre all'influencer di informare i followers a cose fatte.

L'affrontare criticamente questi temi può essere utile per scongiurare il ricorso all'arma totale, la censura, che ormai qualcuno potrebbe incominciare ad invocare contro la libertà della rete.

TAG: *Concorrenza, Convegno Parma 2018, diritto d'autore, fake news, social network, Diritto delle nuove tecnologie e delle comunicazioni, Diritto industriale*

Avvertenza

La pubblicazione di contributi, approfondimenti, articoli e in genere di tutte le opere dottrinarie e di commento (ivi comprese le news) presenti su Filodiritto è stata concessa (e richiesta) dai rispettivi autori, titolari di tutti i diritti morali e patrimoniali ai sensi della legge sul diritto d'autore e sui diritti connessi (Legge 633/1941). La riproduzione ed ogni altra forma di diffusione al pubblico delle predette opere (anche in parte), in difetto di autorizzazione dell'autore, è punita a norma degli articoli 171, 171-bis, 171-ter, 174-bis e 174-ter della menzionata Legge 633/1941. È consentito scaricare, prendere visione, estrarre copia o stampare i documenti pubblicati su Filodiritto nella sezione Dottrina per ragioni esclusivamente personali, a scopo informativo-culturale e non commerciale, esclusa ogni modifica o alterazione. Sono parimenti consentite le citazioni a titolo di cronaca, studio, critica o recensione, purché accompagnate dal nome dell'autore dell'articolo e dall'indicazione della fonte, ad esempio: Luca Martini, La discrezionalità del sanitario nella qualificazione di reato perseguibile d'ufficio ai fini dell'obbligo di referto ex. art 365 cod. pen., in "Filodiritto" (<https://www.filodiritto.com>), con relativo collegamento ipertestuale. Se l'autore non è altrimenti indicato i diritti sono di Inforomatica S.r.l. e la riproduzione è vietata senza il consenso esplicito della stessa. È sempre gradita la comunicazione del testo, telematico o cartaceo, ove è avvenuta la citazione.
