

Cultura giuridica e diritto vivente

Rivista on line del Dipartimento di Giurisprudenza

Università di Urbino Carlo Bo

Note e Commenti



COMUNICAZIONE POLITICA E SOCIAL NETWORK

Licia Califano

Abstract

[Political communication and social network] This paper analyzes the political communication and the complex relationship between the topic and the social media. Technological evolution has indeed led to rapid and global change, but this has not been accompanied by adequate forms of regulation. The goal should be to protect our democratic societies and the public institutions that represent them.

Key Words:

Social network, social media, technological evolution, public institutions

Vol. 10 (2022)





Comunicazione politica e social network

Licia Califano *

1. Osservazioni preliminari

La rete e la manipolazione del consenso nella comunicazione politica ci conduce a fissare l'attenzione, nelle riflessioni che seguiranno, alle tecniche digitali che, elaborate inizialmente per il marketing commerciale, si sono progressivamente estese al messaggio politico cd. "commercializzato".¹

Oggi la produzione, memorizzazione e utilizzo delle informazioni che noi stessi produciamo nel vissuto di una tecnologia digitale che sempre più ci accompagna nel quotidiano, generano in modo automatico un "profilo" di ciascuno di noi, riconducibile ad un algoritmo che, a sua volta, consente che ci vengano indirizzati messaggi su misura, corrispondenti a ciò cui siamo maggiormente sensibili.

Informazioni che, con tutta evidenza, si prestano ad una infinità di utilizzi, in settori che dal commercio via via si sono estesi al turismo, ai trasporti, al mondo della sicurezza e della sanità e, sempre più, come vedremo, alla comunicazione politica.

Nel paradigma digitale fatto di big data, di internet delle cose, di intelligenza artificiale, di automazione di tutti i processi produttivi e comunicativi, l'incidenza sulla sfera individuale, sulla dignità e libertà dell'uomo da parte di chi detiene le conoscenze tecnologiche può manifestarsi in molti modi: dai sistemi che generano un controllo a distanza dell'individuo lavoratore, all'informazione connessa al corredo genetico di ciascuno di noi, dalla massiva raccolta dei dati sanitari connessi a dispositivi medici che diventano un patrimonio economico inestimabile per le aziende farmaceutiche e le compagnie assicurative, per giungere alla profilazione piegata alle finalità elettorali e politiche.

* Licia Califano è Professoressa ordinaria di Diritto costituzionale presso il Dipartimento di Giurisprudenza di Urbino.

Indirizzo mail: licia.califano@uniurb.it

¹ Sulle interrelazioni complesse fra discorso commerciale e discorso politico, con specifico riferimento al rapporto fra pubblicità, propaganda elettorale e democrazia cfr.: F. LANCHESTER, (voce) *Propaganda elettorale*, in *Enciclopedia del diritto*, Volume XXXVII, 1990, 126 ss.

Nel panorama appena descritto la prima considerazione è quanto sia profondamente mutato il concetto stesso della tutela della privacy, quale diritto fondamentale strettamente interrelato alla tutela della dignità della persona che, in quanto tale, affonda le radici nell'essenza stessa dell'ordinamento costituzionale.

Nel suo progressivo affermarsi, infatti, si è vieppiù allontanato dall'originario *right to privacy* quale *right to be let alone*, prima manifestazione dell'esigenza di tutela della sfera privata personale. Non più uno *ius excludendi alios*, una difesa passiva e statica dalle ingerenze altrui², bensì il riconoscimento in capo agli individui di un potere autonomo, attivo e dinamico di scegliere quale ambito di circolazione riconoscere alle informazioni di carattere personale che li riguardano.³

Nel mondo digitale “esser lasciati soli” non solo non basta più, ma non si può non osservare che spesso è l'individuo stesso che, più o meno consapevolmente, produce contenuti e con essi genera dati personali, “tracce” che viaggiano liberamente in rete.

Oggi per tutela dei dati personali intendiamo il diritto all'autodeterminazione informativa, inteso quale potere del singolo di decidere quale parte di sé, sotto forma di informazioni, far conoscere agli altri, decidendo altresì chi debbano essere i destinatari, per quali fini e con quali modalità e limiti.

Un diritto intimamente connesso alla salvaguardia della dignità della persona intesa quale valore indisponibile fondante lo Stato costituzionale, su cui deve essere costruita ogni operazione di bilanciamento che coinvolga la protezione dei dati personali.

L'innovazione tecnologica, in altre parole, se ha portato all'uomo nuovi orizzonti di sviluppo del benessere, ha prodotto anche nuove e sempre più sofisticate tecniche di raccolta, conservazione, consultazione e manipolazione delle informazioni attraverso sistemi automatizzati di archiviazione e trattamento dati.

Tanti gli interrogativi che questi scenari aprono all'interprete: a rischio sono la lesione della dignità dell'uomo e del principio di non discriminazione.

² In tema di diritto alla riservatezza nella dottrina italiana si possono vedere: A. BALDASSARRE, *Privacy e Costituzione: l'esperienza statunitense*, Roma, 1974; G. BUSIA, *Riservatezza (diritto alla)*, in *Digesto*, Aggiornamento, Torino, 2000; A. CATAUDELLA, *La tutela civile della vita privata*, Milano, 1972; ID., *Riservatezza (diritto alla)*, *Diritto civile*, in *Enc. giur.*, Roma, 1991; A. CERRI, *Libertà negativa di manifestazione del pensiero e di comunicazione. Diritto alla riservatezza: fondamento e limiti*, in *Giur. cost.*, 1974, 610 ss.; ID., *Riservatezza (diritto alla)*, *Diritto costituzionale*, in *E.G.I.*, vol. XXVIII, Roma, 1995; F. MODUGNO, *I “nuovi diritti” nella giurisprudenza costituzionale*, Torino, 1995; G.M. SALERNO, *La protezione della riservatezza e l'inviolabilità della corrispondenza*, in P. RIDOLA, R. NANIA (a cura di), *I diritti costituzionali*, Torino, 2006, vol. II, 617 ss.; M. TIMLANI, *Un contributo allo studio sul diritto alla riservatezza*, in *Studi parlamentari e di politica costituzionale*, n. 176/2012, 51 ss.; mi sia altresì consentito il rinvio al mio *Privacy: affermazione e pratica di un diritto fondamentale*, Napoli, 2016.

³ Con riferimento invece al profilo del diritto alla protezione dei dati personali, sempre nella dottrina italiana, si vedano: C.M. BIANCA, F.D. BUSNELLI (a cura di), *La protezione dei dati personali*, Padova, 2007; V. CUFFARO, R. D'ORAZIO, V. RICCIUTO (a cura di), *Il codice del trattamento dei dati personali*, Torino, 2007; U. DE SIERVO, *Diritto all'informazione e tutela dei dati personali*, in *Foro.it.*, V, 1999; ID., *Tutela dei dati personali e riservatezza*, in AA.VV., *Diritti, nuove tecnologie, trasformazioni sociali: scritti in memoria di Paolo Barile*, Padova, 2003; S. RODOTÀ, *La “privacy” tra individuo e collettività*, in *PD*, 1974, 545 ss.; ID., *Tecnologie e diritti*, Bologna, 1995; ID., *Persona, riservatezza, identità. Prime note sistematiche sulla protezione dei dati personali*, in *RCDP*, 1997, 583 ss.; ID., *Il diritto di avere diritti*, Bari, 2012; G. SANTANIello (a cura di), *La protezione dei dati personali*, Padova, 2005. Con riferimento agli sviluppi della protezione dati in relazione al Regolamento europeo 2016/679 si vedano: F. PIZZETTI, *Privacy e il diritto europeo alla protezione dei dati personali*, Torino, 2016; G. FINOCCHIARO, *Il nuovo Regolamento europeo sulla privacy e sulla protezione dei dati personali*, Bologna, 2017; L. CALIFANO, C. COLAPIETRO, *Innovazione tecnologica e valore della persona*, Napoli, 2017; R. D'ORAZIO, G. FINOCCHIARO, O. POLLICINO, G. RESTA, *Codice della privacy e data protection*, Milano, 2021.

Alla libertà di pensiero, di scelta e di azione in maniera difforme e non massificata, su cui è costruita la società liberaldemocratica, si contrappongono il controllo, l'omologazione e uniformazione dei comportamenti: il caso Facebook-Cambridge Analytica, solo per citarne uno dei più recenti e significativi, rappresenta una sintesi di come stiano cambiando anzitutto i paradigmi sociali.

L'importanza che la disciplina sulla protezione dei dati personali ha assunto nel mondo contemporaneo è, dunque, in stretta correlazione al modo in cui l'ordinamento giuridico intende garantire alla persona non solo il dominio sui dati che la identificano, ma la stessa possibilità di libero sviluppo della sua personalità.

Per altro verso, l'utilizzo crescente dei big data è un fenomeno che, a prescindere dal settore di applicazione, contiene in sé il rischio, immediatamente percepibile, della massificazione delle opinioni, dei gusti e dei comportamenti che la riproposizione dei contenuti profilati e mirati sui singoli utenti (o sui singoli elettori se pensiamo al marketing elettorale) non fa che aumentare.

Il "prodotto" che viene offerto all'individuo "consumatore" tramite la pubblicità mirata sarà costruito in maniera tale da rispecchiare ciò che egli pensa, già conosce ed apprezza, riducendosi così la possibilità che i gusti e le opinioni di ciascuno cambino o evolvano verso diverse direzioni.

Una massificazione che si riflette sulla libera determinazione e sulla non discriminazione e omologazione, fino ad arrivare a scalfire i principi costituzionali di libertà e di eguaglianza.

Siamo così sicuri che l'uso delle reti per le interazioni sia davvero sempre funzionale a creare dialogo, tolleranza e attenzione per le ragioni degli altri o, invece, non contenga il rischio di irrigidire contrapposizioni e ostilità?

Siamo davvero in presenza di una piazza virtuale, un luogo dove si formano e agiscono liberamente quelle formazioni sociali dove si svolge la personalità individuale in conformità ai principi costituzionali, o abbiamo di fronte un orizzonte più complesso?

A ben guardare tutto il mondo digitale tende a sottrarre il cittadino alla regola costitutiva degli ordinamenti democratici, costruita sul confronto e la scelta fra opinioni diverse; un mondo che, al contrario, tende alla creazione di enclave che si chiudono in sé stesse, in una dinamica mirata a far arrivare a ciascuno opinioni confermatrice di ciò che si presume rappresenti già una posizione, comunque un orientamento già assunto sulla base di un giudizio o di un pregiudizio poco importa.

Se davvero quelle che si formano in rete sono le formazioni sociali dei tempi nuovi, allora, si è autorevolmente osservato,⁴ la funzione cui assolvono è esattamente opposta a quella educazione agli affari collettivi per cui le aveva valorizzate il costituente.

E se il tema della democrazia digitale pone all'attenzione di tutti noi costi e benefici che le nuove tecnologie pongono ai sistemi democratici contemporanei, non dobbiamo dimenticare che punto di partenza di ogni analisi giuridica è la definizione dei contorni della sovranità digitale e degli strumenti del diritto per limitarla.

Poche società che controllano i grandi *net work* e che sono divenute centri di un potere digitale che concentra nelle mani di pochi soggetti la titolarità di una massa sterminata di informazioni. Una enorme concentrazione economica che la potenza di

⁴ Cfr: G. AMATO, *Prefazione*, in A. SORO, *Democrazia e potere dei dati*, Baldini Castoldi, Milano, 2019 che sottolinea il rischio dell'inquinamento del dibattito democratico provocato da una rete in cui ciascuno può interagire con tutti, ma dove non c'è dialogo fra le diverse posizioni e ciascuno rimane chiuso nel recinto dei suoi giudizi (che sono spesso pregiudizi) e di chi li condivide.

automazione e di rielaborazione ha prodotto nelle mani di soggetti privati; una nuova forma di sovranità che, come ogni forma di potere sovrano, pone il tema della funzione dei limiti e di quali regole applicare.

2. La comunicazione politica in rete e la manipolazione del consenso: spunti problematici

E veniamo al tema specifico che evidenzia la tendenza, sempre più marcata, di applicare alla politica ed alle campagne elettorali tecniche di indagine e di ricerca che, nate e sviluppate sul terreno commerciale, si caratterizzano per lo sfruttamento delle potenzialità informative derivanti dai big data e dall'uso dell'algoritmo.

Sappiamo bene che il tema del rapporto fra democrazie liberali e tecniche di manipolazione del consenso non è certo nuovo, nella misura in cui da quando esiste la democrazia è insito il pericolo di manipolazioni degli orientamenti del corpo elettorale in relazione agli strumenti, più o meno efficaci, di controllo sociale volti a contenere al massimo le posizioni di critica radicale ai poteri costituiti.⁵

Oggi però assistiamo ad un cambiamento radicale sul piano sia quantitativo che, soprattutto, qualitativo con la progressiva applicazione delle tecniche digitali di profilazione dell'elettore ed ai conseguenti effetti sull'esercizio dei diritti politici.

L'applicazione alla politica delle tecniche della pubblicità comportamentale, con la veicolazione di messaggi elettorali mirati è un fenomeno che rischia di cambiare i rapporti fra democrazia, rappresentanza politica e società.

Se il monitoraggio in rete dei gusti e degli interessi del cittadino elettore produce, quale effetto di ordine generale, l'inevitabile e grave compressione del pluralismo informativo e con esso della capacità dell'elettore di ricercare nuove e differenti informazioni, vi è poi da considerare quanto la mancanza di trasparenza nella raccolta e nell'utilizzo di queste informazioni possa incrinare la fiducia dei cittadini nei confronti del sistema democratico, con effetti imprevedibili in termini di crisi di legittimità. Effetti pienamente compresi dalle istituzioni europee e che hanno spinto la Commissione, ad esempio, in occasione delle ultime elezioni dei membri del Parlamento europeo, a proporre un insieme di misure (un regolamento, una comunicazione e una raccomandazione) volte a tutelare il processo democratico da ingerenze esterne in termini di cybersicurezza, di risposta al fenomeno sempre più diffuso e preoccupante delle *fake news* e, non ultimo, di tutela dei dati personali nei casi di trattamento da parte dei partiti politici: misure tutte volte a "garantire elezioni europee libere ed eguali."⁶

Così come la profilazione dei consumatori serve a veicolare messaggi promozionali mirati e presumibilmente più efficaci, analogamente anche la profilazione dell'elettore è funzionale a selezionare e inviare messaggi elettorali mirati: occorre aver chiaro, in altri termini, che la profilazione politica connessa ad una campagna mirata è destinata ad incidere in modo analogo, condizionando le scelte di un individuo.

⁵ Sul punto si vedano le considerazioni di A. D'ATENA, *Democrazia illiberale e democrazia diretta nell'era digitale*, in *Rivista AIC*, n.2/2019, p. 583 ss. in particolare in relazione alla sfida mortale che l'applicazione delle nuove tecniche digitali rappresentano per le odierne liberal – democrazie, rischiando di decretare l'atrofizzazione di un elemento essenziale alla vitalità delle dinamiche democratiche: il dibattito pubblico.

⁶ Si veda il Regolamento 2019/493, la Comunicazione COM/2018/637 e la raccomandazione 2018/5949. Sul punto si rinvia alle osservazioni di M. RUBECCHI, *Le modalità di elezione dei membri del Parlamento europeo tra normative nazionali e profili eurounionali*, in *federalismi.it*, n.11/2019.

Una ottimizzazione dell'invio di messaggi, insomma, fondati sulla previsione di comportamento ed opinioni di soggetti di cui si sono studiate le abitudini attraverso operazioni di raccolta, analisi e rielaborazione delle informazioni presenti nel web, poi incrociate con ulteriori informazioni quali i dati relativi all'età, al reddito, allo stato civile, etc., insomma le "impronte digitali" lasciate in rete.

Preoccupazioni che incrociano tanto il profilo ampio dell'incidenza sul costituzionalismo democratico e l'interpretazione dei singoli diritti costituzionalmente garantiti,⁷ quanto il versante più specifico, ma non meno importante, della *data protection*.

Chiediamoci quale sia l'idea di democrazia che l'impiego di siffatte tecniche presuppone e quali siano le nuove forme che la sovranità popolare e la rappresentanza politica rischiano di assumere.

Lo schema concettuale che trasforma l'elettore da libero cittadino ad un utente consumatore di cui anticipare gusti, preferenze e bisogni, produce effetti importanti tanto sul concetto stesso di cittadinanza, quanto su quello di partecipazione politica.

La concezione classica della democrazia costruisce un rapporto bidirezionale fra elettori ed eletti: la lettura da parte della classe politica dei bisogni percepiti dai cittadini (che, peraltro, non è detto che coincidano con i bisogni reali) si struttura e organizza sul ruolo dei partiti politici quali soggetti intermedi fra società e istituzioni. Erano dunque i partiti politici in grado di mediare, sia nella fase di selezione della leadership che, successivamente, in quella di elaborazione delle principali tematiche di politica pubblica. Una dinamica che oggi si è spostata sui mezzi di comunicazione, sui *social network*, sui sondaggi, per giungere così all'analisi dei comportamenti degli individui nella rete e dei big data.

Un cittadino che diviene "pubblico", "audience", "utente", "consumatore", ma che, a sua volta, chiede e pretende più informazioni e dati per controllare il potere politico. Ma anche per partecipare, organizzarsi e mobilitarsi utilizzando la rete, muovendo così verso un modello di "iperdemocrazia" fondato sui limiti e sui controlli che i cittadini tramite la rete pretendono di esercitare sugli eletti.

Una evoluzione cui ha corrisposto un processo di leaderizzazione nei partiti politici con il conseguente rapporto diretto fra leader e opinione pubblica.

Dalla interpretazione più classica della democrazia rappresentativa, l'evoluzione dei mezzi di comunicazione e la massima diffusione della rete internet e delle ITC ha prodotto una "democrazia ibrida" caratterizzata da una forma di comunicazione e partecipazione politica che si caratterizza per un alto grado di (dis) intermediazione⁸ e (dis) informazione.⁹

3. Data protection tra messaggio politico commercializzato e definizione dei margini contrattuali di esonero dal consenso

Non meno complesso il versante della protezione dei dati personali nel caso di trattamento dati presso i partiti politici, e da parte dei candidati, nelle attività di propaganda elettorale dove, accanto a questioni consolidate dal quadro normativo e dagli

⁷ Sul punto si rinvia a T.E. FROSINI, O. POLLICINO, E.APA, M. BASSINI, (a cura di) *Diritti e libertà in Internet*, Firenze, Le Monnier Università, 2017.

⁸ Sul concetto di dis-intermediazione legato al processo di leaderizzazione si veda I. DIAMANTI, *Democrazia ibrida*, Bari, Laterza, 2014

⁹ Per certi aspetti ancora più complesso il tema della disinformazione degli elettori in rapporto all'uso in rete delle *fake news* e del linguaggio violento, *hate speech*, questione che, per altri profili può scontrarsi in maniera diretta anche con il diritto fondamentale alla protezione dei dati personali, quale diritto di natura costituzionale posto a garanzia della dignità della persona.

orientamenti del Garante per la protezione dei dati personali, emergono elementi di novità e di forte criticità legati a note vicende (anche oggetto di cronaca) ed all'attività di controllo svolta dall'Autorità.

Già si è osservato che un cittadino in grado di autodeterminare il perimetro di diffusione delle proprie informazioni, in questo caso con particolare riferimento a quelle relative al proprio orientamento politico, è un soggetto in grado di formarsi in modo libero e consapevole il proprio pensiero. Al contrario l'algoritmo polarizza il dibattito e rinchiude ogni individuo nella sua categoria, eliminando le zone grigie, di incertezza, esasperando alcuni argomenti nell'intento di allargare il consenso.¹⁰

Che possa affermarsi un divieto di utilizzo, per finalità di propaganda elettorale e connessa comunicazione politica, di tutti i dati reperiti liberamente nel web, con particolare riferimento proprio ai dati raccolti automaticamente in internet tramite appositi software o ricavati da social network, forum o news group è fuori discussione (art. 4, comma I, lettera b GDPR).

Il principio di finalità esclude in radice la raccolta e l'utilizzo a fini elettorali di dati recuperati tramite operazioni di *webcrawling* (rastrellamento nel Web) che, peraltro, sono alla base della profilazione e delle campagne di micro – targeting.

Sul punto già da tempo è intervenuto in più occasioni il Garante per la protezione dei dati personali, richiamando i principali adempimenti ed il quadro normativo che i partiti politici e i candidati devono rispettare nel corso delle campagne elettorali.¹¹

Peraltro, ed in particolare, l'Autorità ha stabilito il divieto di utilizzo, per finalità di propaganda elettorale e connessa comunicazione politica, di tutti i dati reperiti liberamente sul web, riferendosi in particolare proprio ai dati raccolti automaticamente in internet tramite appositi software o dati ricavati dai social network, forum o newsgroup.

Per altro verso, il quadro si complica se solo consideriamo che gli utenti dei social si muovono all'interno delle previsioni, non chiare e spesso poco trasparenti, di clausole contrattuali e condizioni di servizio.

Osservazione valida sia per i social network che per i dispositivi mobili su cui sono installate le app che permettono di utilizzare gli stessi social.

Molto spesso per contratto è prevista la condivisione incondizionata (e senza il necessario consenso specifico) di tutti o gran parte dei dati personali presenti negli smartphone e nei tablet (rubrica, contatti, sms, dati navigazione internet) o l'accesso del fornitore alla lista dei contatti o alla rubrica presente nel dispositivo mobile.

In questo senso il flusso dei dati che si genera è del tutto incontrollabile.

Il tema diviene la condivisione forzata di dati all'insaputa degli interessati, presi dai social con finalità totalmente differenti da quelle connesse all'utilizzo stesso dei social, e ci conduce all'interpretazione logico-sistematica degli articoli 7, par. 4 e 9 del Regolamento UE in rapporto all'estensione dell'espressione “per contratto” ed alla particolare “natura”

¹⁰ Così in particolare G. D'IPPOLITO, *Comunicazione politica online: dal messaggio politico commercializzato alle sponsorizzazioni sui social network*, in *Media laws*, 2019, il quale ricorda, inoltre, che l'algoritmo consente, inoltre, di fare delle “prove”, delle simulazioni in anticipo. Di qualunque proposta – sottolinea l'Autore – è possibile percepire e studiare, quasi in tempo reale, le reazioni che essa suscita sulle reti. Sulla base delle risultanze prodotte dall'analisi delle reazioni e commenti è possibile decidere se proseguire nella proposta lanciata oppure se, semplicemente, lasciarla cadere nel vuoto perché percepita negativamente dalla base elettorale e quindi non sfruttabile per la creazione di ulteriore consenso. Sul punto si veda ampiamente G. ZICCARDI, *Tecnologie per il potere. Come usare i social network in politica*, Milano, 2019 e S. FARO, T. E. FROSINI, G. PERUGINELLI, *Dati e algoritmi. Diritto e diritti nella società digitale*, Bologna, Il Mulino, 2020.

¹¹ Si rinvia al provvedimento 18 aprile 2019 doc. web 9105201 e richiami in esso contenuti.

dei dati in questione. Un ragionamento che mette in relazione il principio di finalità, cardine della protezione dati, nella sua interazione con la questione del cd. esonero contrattuale.

Se in una prospettiva di bilanciamento tra l'interesse del titolare e il diritto dell'interessato, il consenso non è richiesto quando un trattamento è necessario all'esecuzione di un contratto o nelle fasi preliminari che portano al contratto stesso, resta aperta la necessità di definire il confine dell'esonero dal consenso, quali tipologie di dati vi rientrano e, ancora, spostando la riflessione su un piano più civilistico, quando il titolare nasconde dietro clausole contrattuali ambigue trattamenti differenti da quelli per cui potrebbe agire lecitamente senza consenso.

Clausole contrattuali, insomma, che estendono l'esonero contrattuale, imponendo agli utenti trattamenti non necessari e privi di liceità.

Ma vi è anche un'altra declinazione del tema, rappresentata dai casi in cui l'esecuzione del contratto è vincolata alla prestazione del consenso al trattamento dati non necessari all'esecuzione del contratto stesso. Qui siamo di fronte ad un consenso non libero e, come tale, privo di validità.

I trattamenti effettuati dai grandi gruppi nel settore ICT, dei social e delle app di parti terze che funzionano grazie ai social, presentano di solito entrambi i problemi tra loro non perfettamente scindibili.

In fondo la formula della disposizione regolamentare apre ad un interrogativo che può riassumersi nella formula: è ammissibile che un utente "paghi" un servizio con i propri dati personali?

Questo, credo, sia il vero tema connesso all'uso dei social network.

E ricordiamo che se le tecniche utilizzate sono mutuare dalla profilazione per finalità commerciale, nel contesto di campagne elettorali e politiche vi è una differenza di fondo che risiede nella tipologia dei dati trattati che riguardano non solo stili di vita, ma anche opinioni politiche, e quindi dati sensibili, ora disciplinati nell'articolo 9 GDPR.

La configurazione dei dati tratti da social network come dati sensibili o, nel nuovo lessico del regolamento, "categorie particolari di dati" fa sì che i presupposti di liceità di questi trattamenti vadano trovati all'interno dell'art. 9 dove, certamente, non si rinvengono presupposti validi o applicabili al caso di specie che non siano il consenso libero e informato, escludendosi ogni riferimento all'esonero contrattuale.

Né si può ritenere applicabile al caso di specie il presupposto di liceità connesso al trattamento dei dati da parte di fondazioni, partiti politici o associazioni senza scopo di lucro con finalità politiche. È evidente, infatti, che questi soggetti possono liberamente trattare i dati sensibili limitatamente ai propri iscritti o a persone che hanno con loro regolari contatti, ma solo, peraltro, all'interno dell'ambito politico/associativo, mentre per la divulgazione all'esterno la norma richiede espressamente il consenso.

In caso di profilazione politica costruita sulla base di dati tratti dai social network non vi è dubbio, sulla scorta delle riflessioni svolte, che occorra il consenso degli interessati: consenso che deve essere libero e che, con tutta evidenza, non può essere condizionato alla fruizione di un servizio.

4. Osservazioni conclusive

La prima riflessione è quanto un cambiamento così rapido, progressivo e globale non sia stato accompagnato da forme adeguate di regolazione specificamente mirate a tutelare le nostre società democratiche e le istituzioni pubbliche che le rappresentano. Peraltro, sul piano sostanziale, come si è già avuto occasione di ricordare, le forme di condizionamento

politico incrociano tanto il tema del controllo della concorrenza, quanto il diritto fondamentale alla protezione dei dati personali.

Ma se internet ha prodotto un cambiamento tanto radicale quanto globalizzato, nondimeno è ormai parte della realtà quotidiana che viviamo: ci offre opportunità, così come presenta indubbi rischi. In questo senso rappresenta una sfida che le odierne liberal democrazie (messe alla prova da dis-informazione e dis-intermediazione e dalla conseguente atrofizzazione del dibattito pubblico) devono saper raccogliere e vincere.

In che modo? Anzitutto seguendo la strada dell'impegno culturale e di formazione soprattutto dei giovani, intesa come formazione alla cittadinanza e, certamente, all'uso consapevole dei social network.

Vi è poi l'impegno crescente dell'Unione europea nel contrastare i tentativi di disinformazione nella direzione sia dell'alfabetizzazione mediatica degli utenti che della capacità di verifica dell'attendibilità delle fonti; azione che si lega alla crescente vigilanza che, a livello nazionale, viene esercitata dalle Autorità di controllo (Autorità per le garanzie nelle comunicazioni – AGCOM – e Autorità Garante per la protezione dei dati personali) spesso fra loro in sinergia e reciproco coordinamento.

Infine, se riflettiamo sulle forme di regolazione occorre chiedersi quale sia l'ambito di operatività più efficace di un intervento normativo (nazionale, sovranazionale, internazionale) e con quale tipologia di atti: fonte normativa tradizionale, *soft-regulation*, *co-regulation*, *self-regulation* in relazione alle dinamiche economiche ed agli *stakeholders* di settore.

Un panorama complesso che comporta, per sua natura, più linee di intervento che si intersecano fra loro e che se ancora non ci consentono di parlare di un efficace ridimensionamento dei fenomeni descritti, aprono ad una prospettiva di cauto ottimismo.

Cultura giuridica e diritto vivente

Direttivo

Direzione scientifica

Direttore: Giuseppe Giliberti (Università di Urbino)

Co-direttori: Luigi Mari (Università di Urbino), Lucio Monaco (Università di Urbino), Paolo Morozzo Della Rocca (Università di Urbino).

Direttore responsabile

Valerio Varesi (La Repubblica)

Consiglio scientifico

Luigi Alfieri (Università di Urbino), Jean Andreau (ÉHÉSS), Franco Angeloni (Università di Urbino), Antonio Blanc Altemir (Università di Lleida), Alessandro Bondi (Università di Urbino), Licia Califano (Università di Urbino), Maria Aránzazu Calzada González (Università di Alicante), Piera Campanella (Università di Urbino), Antonio Cantaro (Università di Urbino), Donato Carusi (Università di Genova), Francesco Paolo Casavola (Presidente Emerito della Corte Costituzionale), Alberto Clini (Università di Urbino), Maria Grazia Coppetta (Università di Urbino), Lucio De Giovanni (Università di Napoli, Federico II), Laura Di Bona (Università di Urbino), Alberto Fabbri (Università di Urbino), Carla Faralli (Università di Bologna), Fatima Farina (Università di Urbino), Lorenzo Gaeta (Università di Siena), Vincenzo Ferrari (Università di Milano), Paolo Ferretti (Università di Trieste), Andrea Giussani (Università di Urbino), Matteo Gnes (Università di Urbino), Peter Gröschler (Università di Magonza), Guido Guidi (Università di Urbino), Chiara Lazzari (Università di Urbino), Giovanni Luchetti (Università di Bologna), Guido Maggioni (Università di Urbino), Manuela Mantovani (Università di Padova), Valerio Marotta (Università di Pavia), Realino Marra (Università di Genova), Luca Nogler (Università di Trento), Paolo Pascucci (Università di Urbino), Susi Pelotti (Università di Bologna), Aldo Petrucci (Università di Pisa), Paolo Polidori (Università di Urbino), Elisabetta Righini (Università di Urbino), Orlando Roselli (Università di Firenze), Eduardo Roza Acuña (Università di Urbino), Massimo Rubechi (Università di Urbino), Gianni Santucci (Università di Trento), Desirée Teobaldelli (Università di Urbino), Patrick Vlacic (Università di Lubiana), Umberto Vincenti (Università di Padova).

Coordinamento editoriale

Marina Frunzio (Università di Urbino), M. Paola Mittica (Università di Urbino)

redazioneculturagiuridica@uniurb.it

Redazione

Luciano Angelini (Università di Urbino), Chiara Gabrielli (Università di Urbino)

Collaborano con *Cultura giuridica e diritto vivente*

Giovanni Adezati, Athanasia Andriopoulou, Cecilia Ascani, Chiara Battaglini, Alice Biagiotti, Chiara Bigotti, Roberta Bonini, Darjn Costa, Marica De Angelis, Giacomo De Cristofaro, Elisa De Mattia, Federico Losurdo, Matteo Marchini, Marilisa Mazza, Maria Morello, Natalia Paci, Valeria Pierfelici, Ilaria Pretelli, Giulia Renzi, Edoardo A. Rossi, Francesca Stradini.

Referee esterni

Stefano Barbati, Andrea Bonomi, Nerina Boschiero, Antonio Cavaliere, Donato Antonio Centola, Maria Vita De Giorgi, Valentina Fiorillo, Gabriele Fornasari, Biagio Giliberti, Paolo Heritier, Orazio Licandro, Angela Lupone, Alessandra Magliaro, Arrigo Manfredini, Felice Mercogliano, Massimo Miglietta, Vania Patanè, Stefano Polidori, Alvisè Schiavon, Chiara Scivoletto, Laura Scomparin, Susanna Screpanti, Matteo Timiani, Giovanni Battista Varnier.

Cultura giuridica e diritto vivente - Rivista scientifica riconosciuta dall'ANVUR ai fini dell'ASN - è espressione del Dipartimento di Giurisprudenza (DiGiur) dell'Università di Urbino. Lo sviluppo e la manutenzione di questa installazione di OJS sono forniti da UniURB Open Journals, gestito dal Servizio Sistema Bibliotecario di Ateneo. **ISSN 2384-8901**



Eccetto dove diversamente specificato, i contenuti di questo sito sono rilasciati con Licenza [Creative Commons Attribuzione 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).
