Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Il Consiglio federale

Berna, 10 maggio 2017

Base legale per i media sociali: nuova analisi della situazione

Rapporto complementare del Consiglio federale in adempimento del postulato Amherd 11.3912 Diamo un quadro legale ai social media

Sintesi

Il 9 ottobre 2013 il Consiglio federale ha adottato il rapporto in adempimento del postulato Amherd 11.3912 del 29 settembre 2011 Diamo un quadro legale ai social media, all'attenzione delle Camere federali (qui di seguito rapporto sui media sociali 2013). Parallelamente il Consiglio federale ha incaricato il DATEC di fare nuovamente il punto della situazione entro fine 2016.

Un secondo rapporto è necessario soprattutto perché al momento della valutazione della tematica nel quadro del rapporto sui media sociali 2013 diversi ambiti erano sottoposti ad analisi approfondite e le relative leggi nazionali e disposizioni internazionali erano oggetto di ampie revisioni.

Dal 2013, il comportamento degli utenti nelle reti sociali (Facebook, Twitter, Youtube, ecc.) è cambiato ed è aumentata la varietà delle applicazioni e delle offerte. In (linea) generale si osserva che i media sociali acquistano importanza a livello di formazione dell'opinione pubblica. Da un lato perché soprattutto i più giovani si informano maggiormente attraverso questi canali e dall'altro perché i contenuti pubblicati nei media sociali raggiungono sempre di più i mass media tradizionali. Il confine tra questi ultimi e le piattaforme dei media sociali si fa sempre meno netto.

A livello internazionale si nota una crescente influenza o addirittura manipolazione del discorso politico tramite l'affermazione del falso (*fake news*). Le peculiarità e il funzionamento dei media sociali, si pensi alla maggiore anonimità degli autori e al crescente interesse nei confronti di contenuti apparentemente incredibili e sorprendenti (meccanismo riconducibile all'economia dell'attenzione), favoriscono questo fenomeno. Inoltre, le *fake news* raggiungono una nuova dimensione grazie ai cosiddetti *social bot*, programmi in grado di generarle automaticamente. All'estero si sta considerando di adottare misure legali contro le ripercussioni negative delle *fake news*. In Svizzera è opportuno osservare da vicino questa evoluzione.

I cosiddetti *trusted flagger* sono attori importanti in relazione alla segnalazione di contenuti problematici sulle piattaforme sociali. Se questi ultimi segnalano ad esempio un video violento, la loro richiesta viene trattata in modo privilegiato e il video sarà rapidamente rimosso. In Svizzera l'Ufficio federale di polizia (fedpol) esercita questo compito presso YouTube e segnala prevalentemente contenuti di propaganda e rappresentazioni di violenza. Sarebbe opportuno se il fedpol potesse estendere questa attività ad altre piattaforme digitali.

Il nuovo punto della situazione mostra che le questioni sollevate nel rapporto sui media sociali 2013 sono state per la maggior parte considerate nei progetti di regolamentazione in corso. Il Consiglio federale giunge pertanto alla conclusione che attualmente non occorre avviare attività di regolamentazione supplementari in quanto ai media sociali. Il diritto di portabilità dei dati è oggetto di un'analisi approfondita della situazione giuridica in Svizzera, nell'Unione europea e in alcuni Paesi scelti. Si prevede di presentarla entro fine 2017, nel quadro dell'attuazione della «Strategia Svizzera digitale» del Consiglio federale. La competenza per questi lavori spetta al Dipartimento federale di giustizia e polizia (DFGP).

Nel diritto svizzero in vigore mancano prescrizioni specifiche relative alla dichiarazione della pubblicità nei media sociali. Vanno rispettate esclusivamente le prescrizioni generali del diritto in materia di concorrenza sleale. Grazie alla crescente notorietà e professionalizzazione delle star attive nei media sociali, le reti sociali digitali diventano canali di distribuzione sempre più interessanti, anche per la pubblicità commerciale. Una formazione delle opinioni obiettiva presso i destinatari implica che l'obbligo relativo alla trasparenza, attualmente in vigore per la pubblicità radiofonica e televisiva, trovi applicazione anche nei media sociali. Questa e altre domande relative alla regolamentazione sono oggetto dell'attuale esame per determinare se occorre armonizzare puntualmente il diritto svizzero con le corrispondenti prescrizioni e regolamentazioni europee.

Nei contesti transfrontalieri l'applicazione del diritto in relazione ai media sociali rimane problematica. Come dimostrato da diversi interventi parlamentari, l'argomento trova riscontro anche a livello politico.

Nel marzo 2017 il Consiglio degli Stati ha trasmesso alla commissione competente per un esame preliminare la mozione Levrat 16.4082 Facilitare l'accesso delle autorità di perseguimento penale ai dati delle reti sociali. Anche il Tribunale federale si è occupato della questione. Gli sforzi in corso a livello internazionale, ad es. presso il Consiglio d'Europa, per trovare una soluzione applicabile nella prassi vanno portati avanti anche in Svizzera.

Indice

1 Introduzione: perché occorre un nuovo punto della situazione? ... 6
2 Sviluppi intercorsi dal deposito del postulato Amherd 11.3912 ... 6
2.1 In generale ... 6
2.2 Fruizione dei media sociali ... 7
2.2.1 I media convenzionali presenti sui media sociali ... 8
2.2.2 Contenuti provenienti dai media sociali ripresi dai media tradizionali ... 9
2.3 Il mercato propone nuove reti ... 10
2.4 Nuove minacce e recenti sviluppi ... 10
2.4.1 Danni alla reputazione / *trolling* ... 10
2.4.2 Opportunità e rischi per il discorso politico ... 10
2.4.3 *Fake news*: manipolazione tramite la falsificazione di notizie ... 11
2.4.4 *Social bot*: programmi automatizzati che sui media sociali si fingono persone reali ... 12
2.4.5 Star dei media sociali ... 18
2.5 Nuovi strumenti internazionali tesi a regolamentare i media sociali ... 19
2.5.1 Ampliamento della direttiva concernente i servizi di media audiovisivi ... 19
2.5.2 Altri strumenti internazionali con effetto sui media sociali ... 20
2.5.3 Nuovi strumenti internazionali volti a rafforzare la protezione dei dati ... 21
3 Attuali progetti di regolamentazione in Svizzera ... 23
3.1 Revisione della legislazione in materia di protezione dei dati ... 23
3.2 Protezione della gioventù dai rischi dei media ... 24
3.3 Revisione della legislazione sulle telecomunicazioni ... 25
3.4 Legge federale sui media elettronici (LME) ... 27
3.5 Revisione totale della LSCPT ... 27
3.6 Legge federale sulle attività informative ... 27
4 Stato di attuazione dei lavori avviati in seguito al rapporto 2013 ... 28
4.1 In generale ... 28
4.2 Responsabilità civile dei gestori delle piattaforme ... 28
4.3 Diritto al trasferimento dei dati (portabilità dei dati) ... 29
4.4 Diritto delle telecomunicazioni: applicazione di norme della LTC alle piattaforme di media sociali ... 30
4.5 Rafforzamento delle competenze mediatiche della popolazione ... 31
5 Evoluzione della situazione legale nell'ambito delle reti sociali digitali ... 32
5.1 In generale ... 32
5.2 Pregiudizio degli interessi individuali cagionato dai gestori delle piattaforme ... 32
5.2.1 Problema fondamentale: carente controllo degli utenti sui propri dati ... 32
5.2.2 Diritto alla cancellazione ... 33
5.2.3 Raccomandazioni di buona prassi ... 33
5.3 Pregiudizio degli interessi individuali cagionato da terzi ... 34
5.3.1 Lesioni dell'onore e della reputazione economica ... 34
5.3.2 Bullismo e *stalking* su Internet ... 35
5.3.3 Furto d'identità e altri pericoli derivanti dalla manipolazione malintenzionata ... 37
5.3.4 Monitoraggio delle affermazioni sui media sociali digitali (*social media monitoring*) ... 37
5.3.5 Violazione del diritto d'autore sulle piattaforme dei media sociali ... 38
5.4 Pregiudizio dell'interesse generale ... 38

5.4.1 Affermazioni razziste e altre esternazioni discriminanti (*hate speech*) 38
5.4.2 Sfruttamento sessuale e abusi sessuali, pornografia 39
5.4.3 Minaccia dell'ordine pubblico attraverso la mobilitazione di massa 40
5.5 Persone con particolare bisogno di protezione 40
5.5.1 Bambini e giovani 40
5.5.2 Collaboratori 42
5.5.3 Persone disabili 42
5.6 Applicazione del diritto 45
5.6.1 In generale 45
5.6.2 Responsabilità dei *provider* per i contenuti di terzi 46
5.6.3 Perseguimento penale degli autori di contenuti illeciti diffusi su piattaforme sociali 46
5.6.4 Ulteriori aspetti dell'applicazione del diritto in contesti transfrontalieri 48
5.6.5 Decisioni in materia di cancellazione o blocco di contenuti illeciti 48
6 Risultati (conclusioni provvisorie) 50
7 Raccomandazioni d'intervento / Prossime tappe 51
8 Elenchi 53
8.1 Elenco delle abbreviazioni 53
8.2 Elenco degli interventi parlamentari 2013 – 2016 57
8.3 Bibliografia 59
8.4 Elenco delle leggi 60

1 Introduzione: perché occorre un nuovo punto della situazione?

L'obiettivo del presente rapporto è quello di aggiornare il punto della situazione riguardo alle basi legali per i media sociali. Il 9 ottobre 2013 il Consiglio federale ha trasmesso alle Camere un primo rapporto in adempimento del postulato Amherd 11.3912 Diamo un quadro legale ai social media, del 29 settembre 2011[1] (qui di seguito rapporto sui media sociali 2013)[2]. Parallelamente, il Consiglio federale ha incaricato il DATEC di presentargli, entro fine 2016, un aggiornamento della situazione relativa alla base legale per i media sociali. In tal contesto si tratta in particolare di considerare i chiarimenti giuridici in corso, si pensi ai lavori di revisione nell'ambito della tutela dei giovani dai media e della protezione dei dati. A causa dei nuovi importanti sviluppi della situazione, soprattutto in quanto alla legge sulla protezione dei dati (posta in consultazione a fine dicembre 2016), la tutela della gioventù dai rischi dei media e altri ambiti giuridici rilevanti, il DATEC ha presentato il nuovo punto della situazione qualche mese più tardi.

Nel suo rapporto sui media sociali 2013 il Consiglio federale è giunto alla conclusione che l'esperienza acquisita finora non porta a rilevare l'esistenza di lacune gravi nel diritto svizzero vigente. Le disposizioni legali generali consentono di fornire un'adeguata risposta alla maggior parte dei problemi che le reti sociali digitali creano agli utenti e alla collettività. Le nuove sfide legate ai media sociali non possono essere affrontate con un'apposita legge. Allora, il Consiglio federale aveva stabilito che si potrebbero apportare miglioramenti giuridici puntuali. Per questo motivo si rendono necessari o sono già in corso chiarimenti relativi a diversi aspetti (ad es. protezione dei dati e della gioventù)[3].

2 Sviluppi intercorsi dal deposito del postulato Amherd 11.3912

2.1 In generale

Questo capitolo si dedica agli sviluppi osservati dal 2013, anno di redazione del primo rapporto sui media sociali, a seguito dell'evoluzione tecnologica e in considerazione delle mutate abitudini di fruizione dei media sociali. Comprende anche fenomeni le cui ripercussioni problematiche si sono accentuate negli ultimi anni (ad es. *social bot*).

Dal 2013 la fruizione, già alta, è aumentata costantemente, a seconda dell'intensità da 3 a 6 per cento circa[4], e soprattutto i media sociali godono di crescente popolarità. Nel 2015, il 63 per cento della popolazione svizzera faceva capo all'Internet mobile. L'apparecchio più diffuso per questo tipo di accesso è lo smartphone[5].

I media sociali possono assumere varie forme, ad esempio:

- reti (ad es. Facebook, Google+, Xing, LinkedIn, Myspace, Mixi, Taringa!, Orkut, Skyrock, Renren, Qzone, academia);

---

[1] 11.3912 Diamo un quadro legale ai social media. Nel suo postulato del 29 settembre 2011, la consigliera nazionale Viola Amherd segnala che i media sociali aprono una nuova dimensione nel campo della comunicazione e dell'utilizzo dei media che rischia di pregiudicare l'applicazione delle leggi nazionali e dei diritti fondamentali. Si pensi soprattutto alle disposizioni in materia di protezione dei dati, alla lotta contro il razzismo o, più in generale, alla protezione della sfera privata. È pertanto possibile che occorra porvi rimedio con un'apposita regolamentazione per i media sociali. L'autrice del postulato chiede al Consiglio federale di stilare un rapporto sullo stato attuale della legislazione sui media sociali; disponibile all'indirizzo Internet: https://www.parlament.ch/it/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20113912

[2] https://www.bakom.admin.ch/bakom/it/pagina-iniziale/l-ufcom/informazioni-dell-ufcom/comunicati-stampa.msg-id-50504.html

[3] Rapporto sui media sociali 2013, n. 8, pag. 79

[4] Secondo uno studio dell'Ufficio federale di statistica (UST) relativo alla fruizione di Internet in Svizzera da parte della popolazione dai 14 anni in su, da ottobre 2015 a marzo 2016 l'84 per cento degli intervistati ha affermato di utilizzare Internet più volte alla settimana e l'88,9 per cento ha detto di averlo utilizzato negli ultimi 6 mesi. Nel 2011 queste cifre si attestavano al 78.5 e 85.2 per cento; disponibile in tedesco e francese su: https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/culture-medias-societe-information-sport/societe-information/indicateurs-generaux/menages-population/utilisation-internet.html

[5] https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/culture-medias-societe-information-sport/societe-information/indicateurs-generaux/menages-population/utilisation-internet-mobile.html (disponibile unicamente in tedesco e francese)

- microblog (Tumblr, Twitter, Sina Weibo);
- raccolte enciclopediche (Wikipedia);
- forum, newsgroup e mailinglist;
- social news (Huffington Post, Buzzfeed, Slashdot, Watson);
- siti media (Youtube, Instagram, Flickr, SoundCloud, Last.fm, Musical.ly, Vine, DeviantArt);
- siti di domanda e risposta (Yahoo Answers, Quora, Ask.fm);
- portali per la valutazione da parte dei clienti (Amazon, Yelp);
- panoramiche (Pinterest, Reddit, StumbleUpon, delicious);
- piattaforme di messaggistica (Snapchat, WhatsApp, Kik);
- piattaforme d'incontro (Tinder);
- reti che permettono di segnalare la propria posizione (Foursquare, Meetup).

2.2 Fruizione dei media sociali

Nel 2015 l'88 per cento della popolazione svizzera utilizzava Internet. Secondo un rapporto d'analisi dell'Università di Zurigo dello stesso anno, il 50 per cento degli utenti svizzeri afferma accedere a reti sociali online private o comunità online, di cui il 30 per cento le usa anche per lavoro. Complessivamente il 59 per cento degli utenti di Internet in Svizzera fanno capo a reti sociali per uso professionale o privato. L'82 per cento dei fruitori di media sociali (48 % degli utenti di Internet) utilizza le reti sociali online almeno una volta a settimana, e il 63 per cento di questi vi accede quotidianamente. Dal 2011, la quota della popolazione svizzera attiva nelle reti sociali professionali o private è aumentata del 10 per cento. Rispetto al 2013, nel 2015 sono aumentati soprattutto gli utenti di reti professionali (+12 %). I media sociali sono particolarmente popolari presso la fascia di età tra i 20 e 29 anni, seguita da quella dei 14-19enni, mentre solo il 16 per cento delle persone tra i 70 e gli 84 anni è attivo sulle reti sociali online[6].

Facebook conta circa 1,7 miliardi di utenti (stato luglio 2016): è la piattaforma più utilizzata a livello mondiale. Altri media sociali molto popolari nel 2016 sono Instagram e Google+ (con 500 milioni di utilizzatori ciascuno), LinkedIn (433 mio.), Twitter (320 mio.), nonché Snapchat e Pinterest (ca. 100 mio.)[7].

I media sociali hanno preso piede nella comunicazione aziendale. Circa il 90 per cento delle imprese, autorità e organizzazioni senza scopo di lucro svizzere interpellate sono attive su portali online. Primi in classifica sono Facebook e la piattaforma di video YouTube, seguiti da Twitter, Xing e LinkedIn, Google+, Blogs e Instagram. Questi canali sono diventati uno strumento centrale nella comunicazione[8].

Mentre nel corso del tempo la fruizione della radio e della televisione è rimasta relativamente stabile[9], negli ultimi 15 anni quella di Internet e soprattutto dei media sociali ha subito un'impennata. Il consumo dei media si differenzia notevolmente in base all'età: i giovani nella fascia d'età tra i 15 e i 34

---

[6] Latzer Michael/Just Natascha/Metreveli Sulkhan/Saurwein Florian, *Internet-Anwendungen und deren Nutzung in der Schweiz. Themenbericht aus dem World Internet Project-Switzerland 2013*, Università di Zurigo, Zurigo, pag. 21 seg. http://www.media-change.ch/media/pdf/publications/Anwendungen_Nutzung_2013.pdf

[7] Panoramica delle attuali statistiche relative ai media sociali: http://socialmedia-institute.com/uebersicht-aktueller-social-media-nutzerzahlen/

[8] Bernet PR AG für Kommunikation ZHAW Studie Social Media Schweiz 2016: http://www.bernet.ch/Social Mediastudie

[9] Rapporto sulla verifica della definizione e delle prestazioni del servizio pubblico della SSR in considerazione dei media privati elettronici – Rapporto del Consiglio federale del 17 giugno 2016 in adempimento del postulato 14.3295 depositato dalla Commissione dei trasporti e delle telecomunicazioni del Consiglio degli Stati (CTT-S), n. 9.1.2, pag. 69; (di seguito «rapporto sul servizio pubblico») disponibile all'indirizzo Internet: https://www.bakom.admin.ch/bakom/it/pagina-iniziale/digitale-e-internet/comunicazione_digitale/media-sociali.html

anni sono di gran lunga gli utenti più assidui di Internet, la loro fruizione è di circa quattro ore e mezza al giorno. Dedicano invece meno tempo ai programmi radiotelevisivi[10].

2.2.1 I media convenzionali presenti sui media sociali

Nel rapporto sui media sociali 2013 è stato fatto riferimento all'interazione tra le reti sociali e i media convenzionali, strutturati conformemente ai criteri giornalistici[11]. Mentre i mass media tradizionali consentono alle reti sociali di guadagnare popolarità, queste ultime fungono sempre di più da fonte informativa e di novità per i mass media. Un'evoluzione che si è accentuata negli ultimi anni.

2.2.1.1 Evoluzione nell'ulteriore offerta editoriale della SSR

Si è rafforzata anche la tendenza dei media d'informazione classici (ad es. emittenti radiotelevisive) ad essere presenti sui media sociali. Ciò vale in particolare per la SSR, la cui presenza nei media sociali rientra nell'ulteriore offerta editoriale che conformemente all'articolo 25 capoverso 3 lettera b della legge federale sulla radiotelevisione (LRTV, RS 784.40) è finanziata dai proventi del canone di ricezione[12].

A seguito della revisione parziale della LRTV entrata in vigore a metà 2016, la vigilanza sull'ulteriore offerta editoriale della SSR è passata dall'UFCOM all'Autorità indipendente di ricorso in materia radiotelevisiva (AIRR)[13]. Gli interessati possono dapprima presentare un reclamo presso l'organo di mediazione della SSR e 30 giorni dopo la pubblicazione del suo rapporto finale possono interporre ricorso presso l'AIRR per verificare se la SSR ha rispettato le prescrizioni legali.

La revisione della LRTV ha precisato i requisiti legali che la SSR è tenuta a rispettare al di fuori dei propri programmi radiofonici e televisivi classici:

Secondo il nuovo articolo 5a LRTV, i contenuti ideati dalla redazione e inseriti nell'ulteriore offerta editoriale della SSR devono rispettare le esigenze minime relative al contenuto del programma di cui all'articolo 4 (ad es. rispettare la dignità umana e i diritti fondamentali ma anche il principio dell'oggettività delle trasmissioni) e all'articolo 5 (tutela della gioventù) della LRTV. L'obbligo di pluralità (art. 4 cpv. 4 LRTV) non si applica tuttavia all'intera offerta editoriale della SSR, bensì esclusivamente ai dossier dedicati alle elezioni o alle votazioni.

I contributi realizzati dagli utenti (user generated content) per l'ulteriore offerta editoriale della SSR non rientrano invece nelle esigenze minime della LRTV. La rilevanza di questo tipo di commenti all'interno di un blog o forum è paragonabile a quella dei contributi dei lettori nei media della stampa classica[14]. Inoltre tali commenti soggiacciono alle prescrizioni interne della SSR (cosiddetta Netiquette).

A causa di un reclamo presentato dal pubblico, nel 2017 l'organo di mediazione della SSR Svizzera tedesca ha affrontato la questione dei commenti su SRF News[15]. Nel suo rapporto finale ha ricordato che al giorno d'oggi è aumentata l'importanza del pubblico quale partner di discussione. Le opinioni espresse dai «clienti fissi» digitali sono indispensabili, sarebbe assurdo sopprimere la funzione commenti a causa di contributi malevoli o tendenzialmente razzisti. È importante che i commenti su SRF

---

[10] Rapporto sul servizio pubblico, n. 9.1.1, pag. 68 segg.

[11] Rapporto sui media sociali 2013, n. 2.3.5, pag. 11

[12] Rapporto sui media sociali 2013, n. 6.3, pag. 70

[13] Messaggio del 29.5.2013concernente la modifica della legge federale sulla radiotelevisione; FF **2013** 4237 https://www.admin.ch/opc/it/federal-gazette/2013/4237.pdf; cfr. inoltre Rieder Pierre, «Beschwerdemöglichkeit gegen Online-Inhalte der SRG – Die Neugestaltung der Aufsicht über das übrige publizistische Angebot der SRG», *medialex Jahrbuch für Medienrecht 2016*, pag. 32 segg.

[14] Messaggio del 29 maggio 2013concernente la modifica della legge federale sulla radiotelevisione (LRTV), FF **2013** 4237 https://www.admin.ch/opc/it/federal-gazette/2013/4237.pdf

[15] Rapporto finale dell'organo di mediazione della SSR Svizzera tedesca del 26.1.2017; https://www.srgd.ch/de/aktuelles/news/2017/01/26/online-kommentarfunktion-bei-srf-news-beanstandet/

News vengano letti da membri della redazione e siano attivati manualmente sulla base della Netiquette. Tuttavia, SRF potrebbe rafforzare ancora di più il discorso, ad esempio evidenziando singoli contributi del pubblico o correggendoli e completandoli con brevi contributi della redazione.

2.2.1.2 Offerte online di altre imprese nel settore dei media

L'offerta in materia di media sociali proposta da altre imprese nel settore dei media soggiace a un regime meno rigoroso dell'ulteriore offerta editoriale della SSR finanziata dal canone. Occorre infatti rispettare soltanto le prescrizioni legali generali per le affermazioni pubbliche (ad es. divieto di ledere l'onore, di discriminazione razziale e d'esortazione a compiere atti punibili).

L'esperienza mostra che nei media sociali a stampo giornalistico non sono primariamente i contributi redazionali ad oltrepassare i limiti prescritti dal diritto penale e civile, ma piuttosto i commenti sprezzanti dei lettori (user generated content). Questi possono avere ripercussioni sugli autori. Non sono da escludere neppure conseguenze legali per i redattori responsabili (ad es. in caso di commenti anonimi da parte degli utenti), tuttavia negli ultimi anni non sono state emesse sentenze in tal senso.

Le imprese mediatiche risentono del tono vieppiù aspro tra le persone: infatti dall'8 febbraio 2017 la Neue Zürcher Zeitung (NZZ) ha disattivato la rubrica commenti presso la maggior parte degli articoli online. Essa motiva la propria scelta con il fatto che se prima i lettori conducevano semplicemente discussioni accese, ora si insultano sempre di più. In molti commenti non si scambiano più informazioni ma vengono fatte affermazioni perentorie che escludono gli altri a priori. L'obiettivo della NZZ è quello di ritrovare una cultura della discussione costruttiva[16].

2.2.2 Contenuti provenienti dai media sociali ripresi dai media tradizionali

Negli ultimi anni si osserva la crescente tendenza dei giornalisti ad attingere a contenuti inizialmente pubblicati su piattaforme di media sociali senza dapprima verificarli. Attraverso la ripresa da parte dei mass media, questi contenuti «riferiti» giungono a un pubblico molto più vasto acquistando dunque un'importanza maggiore. Se non si tratta di affermazioni fatte da personalità pubbliche, ciò accade spesso contro la volontà delle persone interessate e in molti casi porta all'avvio di procedimenti giuridici.

Nel 2016, l'organo di mediazione della SSR Svizzera tedesca si è occupato del caso di un cliente FFS insoddisfatto il cui *tweet* è stato mandato in onda in modo non anonimizzato nella trasmissione «10vor10»[17]. L'organo di mediazione ha condiviso le argomentazioni giuridiche della redazione secondo cui, stando al Tribunale federale[18], ogni autore di tweet è cosciente di non avere alcun controllo sull'ulteriore diffusione di un suo messaggio. Anche dal punto di vista dell'etica dei media, ai sensi della direttiva 7.2 del Consiglio della stampa, la menzione del nome è lecita poiché la persona interessata si è esposta pubblicamente in rapporto all'oggetto del servizio.

I principi rilevanti per Twitter non possono tuttavia essere applicati ad occhi chiusi alle altre piattaforme (ad es. blog privati o Facebook). Infatti, il Consiglio della stampa ha evidenziato che la diffusione giornalistica di informazioni private provenienti da Internet soggiace a limiti etici inerenti i media. Secondo il Consiglio della stampa è determinante se una persona si è esposta pubblicamente. I giornalisti devono valutare accuratamente se debba prevalere l'interesse all'informazione pubblica o la tu-

---

[16] «In eigener Sache, Warum wir unsere Kommentarspalte umbauen», NZZ del 4.2.2017: https://www.nzz.ch/feuilleton/in-eigener-sache-warum-wir-unsere-kommentarspalte-umbauen-ld.143568

[17] Presa di posizione dell'organo di mediazione della SSR Svizzera tedesca del 2.10.2016: https://www.srgd.ch/de/aktuelles/2016/10/02/10vor10-beitrag-uber-testkunden-im-ov-beanstandet/ (in tedesco)

[18] Decisione del Tribunale federale 5A_975/2015 del 4.7.2016 (X. c. AZ Zeitungen AG: Persönlichkeitsverletzung)

tela della sfera privata. I mass media devono considerare che un messaggio destinato alla cerchia ristretta degli utenti di una rete sociale come Facebook va trattato in modo più restrittivo rispetto alle pubblicazioni dei siti web istituzionali accessibili a un vasto pubblico[19].

2.3 Il mercato propone nuove reti

Dal rapporto sui media sociali 2013, numerose reti sociali hanno fatto il loro ingresso sul mercato. I nuovi servizi provengono principalmente dagli Stati Uniti, trovano però seguaci anche in Svizzera. Le piattaforme più popolari sono: Wanelo, Peach, Yik Yak. Talvolta affinano il sistema di valutazione in cui gli utenti possono dare un voto positivo o negativo a prodotti, foto o commenti, già conosciuto per via di Facebook. L'offerta è legata a consigli d'acquisto e alla possibilità di raccogliere punti.

Tra le offerte svizzere occorre menzionare la piattaforma di comunicazione Threema[20], che propone una codifica *end-to-end* e può essere utilizzata in modo anonimo. Il servizio è a pagamento e finora è rimasto piuttosto un prodotto di nicchia.

2.4 Nuove minacce e recenti sviluppi

2.4.1 Danni alla reputazione / *trolling*

Un forte aumento degli utenti si registra anche sui canali in *live streaming*, ossia quelle piattaforme che diffondono video in tempo reale. Più sono le persone che utilizzano questo tipo di piattaforme, più le problematiche già esistenti si acuiscono e si moltiplicano le forme di danno. Si pensi agli hacker, la cui motivazione è quella di arricchirsi e/o danneggiare la reputazione di altri.

Un problema crescente è rappresentato anche dal cosiddetto *trolling*. Vengono definite *troll* le persone che ostacolano la comunicazione degli altri costantemente e in modo distruttivo, redigono contenuti al solo fine di provocare altri partner di discussione senza apportare alcun contributo costruttivo[21]. Le provocazioni dei *troll* sono spesso subliminali e non contengono offese palesi, così da non determinare un'esclusione dalla *community*. Vi sono sempre più persone che su piattaforme sociali (estere) esercitano professionalmente il *trolling* su mandato di terzi[22].

2.4.2 Opportunità e rischi per il discorso politico

A livello di informazione politica, i media sociali rappresentano per i media a carattere giornalistico, soprattutto la stampa e la radiodiffusione, una concorrenza da prendere sul serio.

Nel 2016, negli Stati Uniti il 62 per cento degli adulti si è informato sulla politica anche via media sociali[23]. Queste persone hanno trascorso sui media sociali il 38 per cento del tempo in cui si sono informate sulle presidenziali[24]. Il tempo dedicato all'informazione tramite i media convenzionali si è ridotto

---

[19] Internet e sfera privata – Presa di posizione del Consiglio della stampa 43/2010 del 1.9.2010.

[20] https://threema.ch/de.

[21] .Cfr. www.stupidedia.org/stupi/Troll_(Internet) e https://it.wikipedia.org/wiki/Troll_(Internet)

[22] Queste pratiche sono conosciute in Israele, Corea del Nord, Russia e USA, cfr. Gruppo del Partito popolare europeo (Gruppo PPE), On Russian trolls and hybrid warfare; richiamabile all'indirizzo www.eppgroup.eu/news/On-Russian-trolls-and-hybrid-warfare

[23] Pew Research Center, maggio 2016, «News Use Across Social Media Platforms 2016», http://www.journalism.org/2016/05/26/news-use-across-social-media-platforms-2016/.

[24] Allcott Hunt/Gentzkow Matthew, «Social Media and Fake News in the 2016 Election», March 2017; https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fakenews.pdf.

di conseguenza. Anche in Svizzera cresce l'importanza di Internet quale fonte d'informazione, soprattutto presso la fascia di popolazione più giovane, mentre il consumo dei classici mass media presenta una tendenza al calo[25].

I media sociali offrono anche alla popolazione svizzera numerose opportunità di discussione e contatto. Grazie a prese di posizione non filtrate in merito a fatti sociali e politici, i gruppi provenienti dalla società civile, ma anche le persone singole, acquistano importanza nella comunicazione pubblicamente visibile.

Proprio a livello di comunicazione politica, i media sociali offrono nuove preziose possibilità di espressione e mobilitazione e consentono di riunire informazioni provenienti da varie fonti[26]. Il massiccio influsso dei media sociali sulla politica svizzera si è mostrato per la prima volta in occasione della campagna sull'iniziativa per l'attuazione. Finora non c'è stata alcuna votazione che ha mobilitato a tal punto sui canali dei media sociali. Per la Svizzera si tratta di una svolta sotto il profilo della percezione[27].

Oltre alle opportunità, vi sono anche i rischi: si pensi all'influenza poco trasparente nella formazione dell'opinione pubblica[28]. Si tenta di promuovere candidati o determinati argomenti in votazione facendosi passare per voci indipendenti, secondo un fenomeno che viene chiamato *astroturfing*[29].

2.4.3 *Fake news*: manipolazione tramite la falsificazione di notizie

In seguito alle elezioni presidenziali statunitensi dell'autunno 2016, in Svizzera e all'estero si sono scatenati accesi dibattiti relativi alle cosiddette *fake news* nei media sociali. Si tratta di un termine dalle molteplici sfaccettature, controverso e non chiaramente definibile che spesso viene chiamato in causa in occasione di contrasti politici. Si tratta di affermazioni del falso trasmesse in modo consapevole:

- a scopo di manipolazione politica, per interessi finanziari o altri motivi egoistici, e
- il cui effetto deriva dalla dinamica intrinseca ai media sociali (anonimità degli autori, fascino delle notizie sorprendenti, diffusione rapida e intensa, dunque «virale»)[30].

Il funzionamento dei media sociali favorisce le *fake news* in vari modi:

Innanzitutto è più difficile verificare l'identità di un autore di un messaggio pubblicato sui media sociali che non nei media tradizionali, infatti l'iscrizione ai media sociali richiede generalmente soltanto un indirizzo di posta elettronica funzionante, può essere utilizzato un nome qualsiasi. Valutare le fonti e con esse la pertinenza dell'informazione diventa quindi più difficile.

---

[25] Cfr. Rapporto sul servizio pubblico, n. 9.1.1, pag. 68 segg.: https://www.bakom.admin.ch/bakom/it/pagina-iniziale/digitale-e-internet/comunicazione_digitale/media-sociali.html; cfr. anche n. 2.3.2.3 e 2.4.3.2.

[26] Bond Robert M./Fariss Christopher J./Jones Jason J/Kramer Adam D. I./Marlow Cameron/Settle Jamie E./Fowler James H., «A 61-million-person experiment in social influence an political mobilization», in *nature international weekly journal of science*, 13. September 2012, http://www.nature.com/nature/journal/v489/n7415/full/nature11421.html.

[27] Vedi ad es. http://www.tagesanzeiger.ch/digital/internet/eine-zaesur-fuer-die-schweiz/story/26109438; L'influenza che la mobilitazione sui social media è in grado di esercitare sull'esito delle votazioni, tuttavia, non è stata ancora analizzata nel dettaglio; https://www.nzz.ch/schweiz/stimmfaule-junge-wissenschaft-widerlegt-zahlen-der-vox-analyse-1.18283206.

[28] Rapporto sui media sociali 2013, pag. 50

[29] Cfr. http://upload-magazin.de/blog/12683-astroturfing/; https://sharylattkisson.com/top-10-astroturfers/; http://www.economist.com/news/china/21699481-internet-nobody-knows-youre-running-dog-dark-art-astroturfing; http://ra.ethz.ch/CDstore/www2011/companion/p249.pdf

[30] Cfr. definizione di Ulbricht Carsten, «Fake News & Recht – Pro und Contra einer gesetzlichen Regulierung», http://www.rechtzweinull.de/archives/2121-fake-news-recht-pro-und-contra-einer-gesetzlichen-regulierung.html e di Spiegel Online; http://www.spiegel.de/netzwelt/web/donald-trump-die-wahrheit-ueber-fake-news-a-1129628.html

Inoltre, l'interesse risvegliato da contenuti che sembrano incredibili è decisamente più forte di quello delle informazioni serie che non ci sorprendono più di tanto. Nei media sociali le affermazioni politiche false vengono lette e ritrasmesse volentieri. Si pensi alla notizia inaspettata secondo cui una candidata alle presidenziali sarebbe coinvolta in una cerchia implicata nella pornografia infantile (*pizzagate*[31]). Durante la campagna elettorale statunitense le 20 *fake news* più popolari sono state condivise e commentate più dei 20 articoli più letti provenienti dalle maggiori fonti d'informazione degli USA[32]. Alcuni utenti dei media sociali hanno imparato a sfruttare i meccanismi dell'economia dell'attenzione attraverso le *fake news*[33]*:* notizie che fanno appello ai sentimenti degli utenti dei media sociali, e per questo vengono diffuse[34]. Se riescono a destare le giuste emozioni possono diffondersi in modo «virale» ed essere condivise su base volontaria da milioni di utenti.

Spesso i media tradizionali riprendono le *fake news* perché sono state ampiamente diffuse sui media sociali, risultando quindi essere delle informazioni importanti. Se i classici mass media cercano poi di fornire la prova della falsità delle affermazioni, finiscono comunque per aumentarne la popolarità. Questo fenomeno viene sfruttato da alcune campagne pubblicitarie ed elettorali: creando sensazione e indignazione raggiungono una popolarità ben maggiore rispetto alle classiche campagne pubblicitarie, aumentando quindi la cerchia di potenziali acquirenti o elettori[35].

Tendenzialmente diventa più facile per gli attori politici affermare falsità. In un ambiente in cui la popolazione tende sempre più a procurarsi informazioni politiche sui media sociali, è più semplice insinuare che i media classici diffondano menzogne. I media sociali consentono di manipolare l'opinione pubblica in modo più rapido, mirato, anonimo e a buon mercato rispetto a quanto succedeva in passato[36].

2.4.4 *Social bot*: programmi automatizzati che sui media sociali si fingono persone reali

Per influenzare l'opinione pubblica non si ricorre soltanto agli attori umani (che ad es. redigono notizie false sui media sociali): sui media sociali vengono impiegati anche conti utente che automaticamente, tramite un programma (*bot*), interagiscono con altri utenti imitando il comportamento umano (*social bot*)[37].

I *social bot* sono oramai in grado di simulare molto bene un'identità umana, quelli più complessi possono infatti analizzare i contenuti dei messaggi e condurre dialoghi. Il loro campo d'azione preferito è la piattaforma Twitter, possono però apparire in tutte le reti sociali dotate di Application Programming Interfaces (API) *user friendly* (anche Facebook o Google+). Questi reagiscono in funzione di parole chiave o eventi, cercano contenuti interessanti in Internet e li pubblicano autonomamente, si collegano con altri utenti o rispondono a domande di clienti. Hanno capacità analoghe agli assistenti digitali già conosciuti come Siri (Apple), Google Now (Google), Cortana (Microsoft) o Alexa (Amazon).

---

[31] https://de.wikipedia.org/wiki/Pizzagate

[32] Silverman Craig, Buzzfeed «This Analysis Shows How Viral Fake Election News Stories Outperformed Real News On Facebook», https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook?utm_term=.tsMGrKKPmZ#.wkLAZDD3pa

[33] Boyd Danah, «Hacking the Attention Economy», *Data & Society*, 2017, https://points.datasociety.net/hacking-the-attention-economy-9fa1daca7a37#.1rnjpkkbv

[34] Guierini Marco/Staiano Jacopo, «Deep Feelings: A Massive Cross-Lingual Study on the Relation between Emotions and Virality», 16 Mar 2015, https://arxiv.org/pdf/1503.04723.pdf; Berger Jonah/Milkman Katherine L., «What Makes Online Content Viral?»; http://journals.ama.org/doi/abs/10.1509/jmr.10.0353?code=amma-site; Rees-Jones Liz/Milkman Katherine L./Berger Jonah, *Scientific American*, «The Secret to Online Success: What Makes Content Go Viral», April 14. 2015; https://www.scientificamerican.com/article/the-secret-to-online-success-what-makes-content-go-viral/

[35] https://www.nytimes.com/2016/03/16/upshot/measuring-donald-trumps-mammoth-advantage-in-free-media.html

[36] Hwang Tim/Rosen Lea, «Harder, Better, Faster, Stronger», *CompProp Working Paper No. 1*, http://politicalbots.org/wp-content/uploads/2017/02/Comprop-Working-Paper-Hwang-and-Rosen.pdf

[37] Cfr. Bienkowski Stefan, «Worried about fake news? Then it's time we talked about social bots», 23.1.2017 http://www.dw.com/en/worried-about-fake-news-then-its-time-we-talked-about-social-bots/a-37193648

Questi *social bot* sono anche in grado di raggrupparsi, così da avere più peso per influenzare l'ambiente. Con i loro commenti possono ad esempio entro breve tempo far salire di miliardi il valore complessivo in borsa di imprese scadenti, si pensi a Cynk[38].

I *social bot* possono influire sulla formazione dell'opinione pubblica. Durante le presidenziali americane nel 2016 circa il 20 per cento dei tweet è stato diffuso da dei *social bot*[39]. Stando ad altre analisi, in diverse fasi della campagna elettorale tra il 18 e il 27 per cento delle notizie è stato creato da dei *social bot* altamente automatizzati che hanno prodotto oltre 450 tweet al giorno[40]. Già nel 2014, lo stesso Twitter ha segnalato all'organo di sorveglianza della borsa statunitense che 23 milioni dei suoi allora 271 milioni di conti utente erano automatizzati[41].

In ambito politico i *social bot* possono fare credere ai cittadini che un'opinione politica sia condivisa da molti utenti o che un candidato abbia molti seguaci[42]. Possono rendere irreperibili determinati messaggi in una discussione indesiderata allo scopo di soffocare talune opinioni politiche fabbricando una gran quantità di altre opinioni relative allo stesso tema[43]. Durante la campagna elettorale americana del 2016, al momento delle elezioni l'82 per cento dei tweet automatici sosteneva il candidato repubblicano, anche in merito agli argomenti della candidata democratica[44]. È stato provato che i *social bot* sono già stati impiegati in Argentina, Australia, Azerbaijan, Bahrain, Cina, Gran Bretagna, Iran, Italia, Messico, Marocco, Russia, Corea del Sud, Arabia Saudita, Turchia, Stati Uniti e Venezuela[45] per influenzare l'opinione pubblica nei media sociali[46].

---

[38] https://www.sec.gov/news/pressrelease/2015-157.html; Ferrara Emilio/Varol Onur/Davis Clyton/Menczer Filippo/Flammini Alessandro, *Communication of the ACM*, «The Rise of Social Bots», http://cacm.acm.org/magazines/2016/7/204021-the-rise-of-social-bots/fulltext

[39] Bessi Alessandro/Ferrara Emilio, «Social bots distort the 2016 U.S. Presidential election online discussion», in: *First Monday 2016*, Vol. 21, Number 11. http://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/7090/5653

[40] Bence Kollanyi/Howard Philip N./Woolley Samuel C., «Bots and Automation over Twitter during the U.S. Election», 17. November 2016; http://politicalbots.org/wp-content/uploads/2016/11/Data-Memo-US-Election.pdf

[41] U.S. SEC Form 10-Q Twitter, pag.3, https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1418091/000156459014003474/twtr-10q_20140630.htm#Item1A_RISK_FACTORS

[42] https://www.theguardian.com/environment/2011/aug/05/fake-twitter-tar-sands-pipeline

[43] http://www.bbc.com/news/technology-16108876, King/Pan/Roberts, «How the Chinese Government Fabricates Social Media Posts for Strategic Distraction, not Engaged Argument», http://gking.harvard.edu/files/gking/files/50c.pdf

[44] Bence Kollanyi/Howard Philip N./Woolley Samuel C., «Bots and Automation over Twitter during the U.S. Election», 17. November 2016; http://politicalbots.org/wp-content/uploads/2016/11/Data-Memo-US-Election.pdf

[45] Forelle Michelle/Howard Phil/Monroy-Hernàndez Andrés/Savage Saiph, «Political Bots and the Manipulation of Public Opinion in Venezuela», 25 Jul 2015; https://arxiv.org/abs/1507.07109; Howard Philip N./Kollanyi Bence, «Bots, #StrongerIn, and #Brexit: Computational Propaganda during the UK-EU Referendum», 20 Jun 2016; https://arxiv.org/abs/1606.06356 ; Cook David M/Waugh Benjamin/Maldini Abdipanah/Omid Hashemi, et al.. «Twitter Deception and Influence: Issues of Identity, Slacktivism, and Puppetry» *Journal of Information Warfare* Vol. 13 Iss. 1 (2014), https://works.bepress.com/david_cook/15/; Hegelich Simon/Janetzko Dietmar, «Are Social Bots on Twitter Political Actors? Empirical Evidence from a Ukrainian Social Botnet», 2016; http://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM16/paper/view/13015/12793; Woolley Samuel C., «Automating power: Social bot interference in global politics»; http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/6161/5300

[46] Kramer Adam D. I./Guillory Jamie E./Hancock Jeffrey T., «Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks», Jun 2 2014; https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4066473/

Sono stati sviluppati vari metodi per riconoscere automaticamente i *social bot* e per distinguerli dagli esseri umani reali (Facebook Immune System[47], Copycatch[48], SynchroTrap[49], SybilRank[50], Souche[51], Renren Sybil Detector[52], BotOrNot[53]). Analizzano ad esempio il ritmo di pubblicazione dei messaggi[54], la struttura della loro rete di contatti o la scelta lessicale (riconoscimento dell'umore)[55]. Ciononostante i *social bot* non sono facili da riconoscere: in questo campo ci si aspetta una gara tra nuovi *social bot* e nuovi programmi in grado di smascherarli che a loro volta saranno utilizzati per sviluppare nuovi e migliori *social bot*.

I gestori dei *social bot* sono difficilmente identificabili e reperibili[56].

2.4.4.1 Attuale quadro legale in Svizzera

Se le *fake news* o i *social bot* contengono o creano affermazioni diffamanti o che violano l'onore, interviene il diritto penale, in particolare gli articoli 173 e 174 del Codice penale validi anche per le piattaforme Internet quali le reti sociali (cfr. n. 5.3.1). La difficoltà maggiore consiste nell'applicare il diritto agli attori che si celano dietro i *social bot*, dato che generalmente non sono identificabili.

Conformemente alla legge federale contro la concorrenza sleale (LCSI; RS *241*) agisce in modo sleale, segnatamente, chiunque denigra altri, con affermazioni inesatte, fallaci o inutilmente lesive (art. 3 cpv. 1 lett. a LCSI). Questa disposizione si applica soprattutto alla diffusione di affermazioni inesatte tramite *social bot* in relazione a messaggi pubblicitari. L'influenza del clima politico non è invece contemplata dalla LCSI, o solo nei casi in cui vengono fatti rimproveri denigranti nei confronti di singoli attori del mercato.

In linea di massima i contenuti dei media sociali non rientrano nel campo d'applicazione della legge sulla radiotelevisione (LRTV). Un'eccezione è tuttavia costituita dall'ulteriore offerta editoriale della SSR (cfr. n. 2.2.1.1). Nelle trasmissioni radiotelevisive le *fake news* violano generalmente il principio della presentazione corretta di fatti e avvenimenti sancito all'articolo 4 capoverso 2 LRTV che deve consentire al pubblico di formarsi una propria opinione sul contenuto della trasmissione. Questo principio è violato se un'emittente, in una trasmissione radiotelevisiva svizzera o nell'ulteriore offerta edito-

---

[47] Stein Tao/Chen Erdong/Mangla Karan, «Facebook Immune System», https://css.csail.mit.edu/6.858/2012/readings/facebook-immune.pdf

[48] Beutel Alex/Xu Wanhong/Guruswami Venkatesan/Palow Christopher/Faloutsos Christos, «Copy-Catch: stopping group attacks by spotting lockstep behavior in social networks», http://alexbeutel.com/papers/www2013_copycatch.pdf

[49] Cao Qiang/Yang Xiaowei/Yu Jieqi/Palow Christopher, «Uncovering large groups of active malicious accounts in online social networks», https://users.cs.duke.edu/~xwy/publications/SynchroTrap-ccs14.pdf

[50] Cao Qiang/Sirivianos Michael/Yang Xiaowei/Pregueiro Tiago, «Aiding the Detection of Fake Accounts in Large Scale Social Online Services», https://www.usenix.org/system/files/conference/nsdi12/nsdi12-final42_2.pdf

[51] Xie Yinglian/Yu Fang/Ke Qifa/Abadi Martín/Gillum Eliot/Vitaldevaria Krish, «Innocent by association: Early recognition of legitimate users 2012», https://experts.umich.edu/en/publications/innocent-by-association-early-recognition-of-legitimate-users

[52] Yang Zhi/Wilson Christo/Wang Xiao/Gao Tingting/Zhao Ben Y./Dai Yafei, «Uncovering Social Network Sybils in the Wild», 2014, https://www.cs.ucsb.edu/~ravenben/publications/pdf/sybils-tkdd14.pdf

[53] Davis Clyton A./Varol Onur/Ferrara Emilio/Flammini Alessandro/Menczer Filippo, «BotOrNot: A system to evaluate social bots», May 2014, https://arxiv.org/pdf/1602.00975.pdf

[54] Bence Kollanyi/Howard Philip N./Woolley Samuel C., «Bots and Automation over Twitter during the U.S. Election», 17. November 2016, http://politicalbots.org/wp-content/uploads/2016/11/Data-Memo-US-Election.pdf

[55] Ratkiewicz Jacob/Conover Michael D./Meiss Mark/Gonçalves Bruno/Flammini Alessandro/Menczer Filippo,« Detecting and Tracking Political Abuse in Social Media 2011», http://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM11/paper/view/2850.

[56] Kind Sonja/Bovenschulte Marc/Ehrenberg Sillies Simone/Jetzke Tobias/Weide Sebastian, Social Bots - Thesenpapier zum öffentlichen Fachgespräch «Social Bots – Diskussion und Validierung von Zwischenergebnissen» documentazione del dibattito pubblico tenutosi il 26 gennaio 2017 presso il Bundestag tedesco.: http://www.bundestag.de/blob/488564/4a87d2d5b867b0464ef457831fb8e642/thesenpapier-data.pdf, pag. 5

riale della SSR, sapendo di dire cosa non vera diffonde false affermazioni; ma anche in caso di ridiffusione non accurata di fatti errati che l'emittente ha ripreso da una rete sociale senza aver effettuato le necessarie ricerche.

Nei mass media giornalistici gioca un ruolo importante anche l'autocontrollo. La Dichiarazione dei doveri e dei diritti dei giornalisti[57] contiene tra l'altro l'obbligo di pubblicare solo informazioni, documenti, immagini e suoni di cui gli operatori dei media conoscono le fonti (punto 3). Quanto pubblicato non può né celare elementi importanti riguardo a un'informazione, né modificare le opinioni espresse da altri. Le informazioni non confermate devono essere segnalate in quanto tali. Il Consiglio svizzero della stampa verifica il rispetto di questi principi fondamentali di etica professionale, prende posizione in merito a domande riguardo alla deontologia giornalistica e chiede ai giornalisti di prestare un'attenzione particolare se riportano informazioni provenienti dalle reti sociali o descrivono determinate tendenze[58].

Nella letteratura giuridica svizzera i problemi causati dai *social bot* sono ritenuti importanti. Per questo motivo occorre un monitoraggio costante del fenomeno per sapere se le misure esistenti, combinate con gli strumenti di autoregolazione, sono sufficienti o se occorre un intervento dello Stato[59].

Inoltre, si chiede che in funzione dei suoi obblighi di protezione fondamentali nell'ambito dei diritti politici, lo Stato sensibilizzi e informi i cittadini aventi diritto di voto[60].

2.4.4.2 Autoregolazione

Nel frattempo le prime piattaforme hanno annunciato di voler intraprendere misure contro le false informazioni prodotte intenzionalmente. A seguito delle forti critiche in occasione delle presidenziali americane Facebook e Google hanno annunciato di voler procedere contro la diffusione di false informazioni. In futuro, agli utenti di Facebook dovrebbe risultare più facile segnalare notizie false grazie a una miglior visualizzazione della possibilità di contrassegnare un contributo come notizia falsa. Finora si potevano contrassegnare soltanto i link dubbi con «Mi dà fastidio o non è interessante», «Ritengo che non dovrebbe essere su Facebook» o «È spam». Se una notizia viene spesso segnalata come falsa, Facebook la inoltrerà a una rete di redattori che verificherà la pertinenza dei fatti. Organizzazioni esterne[61] esaminano i link contrassegnati dagli utenti di Facebook secondo l'«International Fact Checking Code of Principles»[62], e se si tratta di informazioni false ne indicano i motivi e le segnalano come controverse. I link segnalati potranno continuare ad essere condivisi, ma verrà visualizzata un'avvertenza che indicherà la possibilità che si tratti di un'informazione falsa. Inoltre, il link non potrà più essere pubblicizzato. Nel 2016 Google ha annunciato di voler escludere dal suo programma pubblicitario i siti Internet contenenti *fake news*[63]. Questo tipo di misure rappresenta i primi passi in direzione di una tutela dalla disinformazione.

La rete internazionale First Draft News si è posta come obiettivo di evitare la diffusione di false informazioni. Diversi fornitori di informazioni come le grandi agenzie stampa, oltre a Facebook e Youtube,

---

[57] Dichiarazione dei doveri e dei diritti del giornalista: http://presserat.ch/23320.htm

[58] Egli Patricia/Rechsteiner David, «Social Bots und Meinungsbildung in der Demokratie», *Aktuelle Juristische Praxis AJP 2017* pag. 256 segg.

[59] Egli Patricia/Rechsteiner David, «Social Bots und Meinungsbildung in der Demokratie», *Aktuelle Juristische Praxis AJP 2017* pag. 257 segg.

[60] Cfr. DTF 140 I 338, consid. 5.1

[61] Negli USA i partner esterni sono ad es. Snopes, FactCheck.org e ABC News e in Germania l'ufficio di ricerca indipendente di pubblica utilità Correctiv; cfr. https://www.basicthinking.de/blog/2017/01/18/facebook-fake-news-correctiv/

[62] http://www.sueddeutsche.de/digital/soziales-netzwerk-facebook-stellt-pilotprojekt-gegen-fake-news-vor-1.3297510

[63] https://www.nytimes.com/2016/11/15/technology/google-will-ban-websites-that-host-fake-news-from-using-its-ad-service.html?_r=0

sono già entrati a far parte dell'associazione. Recentemente vi hanno aderito altre quaranta organizzazioni del settore delle comunicazioni[64].

Non esistono ancora codici di condotta per il settore. Limitare la diffusione dei *social bot* dovrebbe però essere nell'interesse di tutte le piattaforme di media sociali, infatti con ogni probabilità gli utenti non vedono il senso di comunicare su una piattaforma in cui gli interlocutori sono prevalentemente *social bot*. Twitter ha recentemente confermato il blocco di circa 150 000 conti utente[65]. Nelle regole e direttive per l'utilizzo delle loro piattaforme i singoli fornitori di media sociali vietano talvolta esplicitamente l'accesso alla loro rete tramite *social bot*. Facebook, ad esempio, invita gli utenti a non utilizzare meccanismi automatizzati per redigere contenuti o informazioni o per accedere al proprio portale[66].

2.4.4.3 Approcci di regolamentazione all'estero

La maggior parte dei responsabili politici e organi di regolamentazione a livello europeo sta cercando di determinare se sia necessario combattere le *fake news* e, se sì, con quali strumenti[67].

Nel 2015 il Consiglio europeo ha sottolineato «l'esigenza di contrastare le campagne di disinformazione in corso da parte della Russia»[68]. A tale scopo l'UE ha creato un ente presso il servizio europeo degli affari esteri con l'obiettivo di smascherare e rettificare le *fake news* russe riguardo alla politica europea[69]. Nel 2017 in Repubblica Ceca è stato istituito il Centro contro il terrorismo e i pericoli ibridi, incaricato di offrire consulenza in merito a gravi casi di disinformazione in relazione alla sicurezza interna e fornire al pubblico e alle autorità ceche rapporti di valutazione a tal riguardo. Non può però rimuovere contenuti online né avviare procedimenti penali[70]. In Germania è stato proposto di introdurre un obbligo di cancellazione per gli operatori di importanti piattaforme che sono a conoscenza del carattere palesemente illecito di determinate informazioni poiché contenenti notizie false.[71] Secondo una proposta avanzata dal gruppo CDU/CSU presso il Parlamento tedesco, gli operatori di reti sociali dovrebbero indicare ai loro utenti la versione corretta di un post non appena ne hanno appurato l'evidente falsità dei contenuti (obbligo d'informazione)[72].

La necessità di un disciplinamento legale è oggetto di valutazione e dibattito pubblico anche in altri Paesi. Si pensi al Regno Unito, il cui Parlamento ha avviato una consultazione pubblica sul tema delle *fake news*[73]. Un intervento presso il senato italiano chiede un inasprimento delle sanzioni penali per la diffusione online di *fake news*. Inoltre, i gestori di blog o forum di notizie dovrebbero essere soggetti

---

[64] «Gemeinsam gegen Fake News, Zuwachs für globales Netzwerk», NZZ del 07.01.2017; ulteriori informazioni: https://de.firstdraftnews.com.

[65] Egli Patricia/Rechsteiner David, «Social Bots und Meinungsbildung in der Demokratie», *Aktuelle Juristische Praxis AJP 2017*, pag. 249, 256.

[66] Dichiarazione dei diritti e delle responsabilità, n. 3, n. 2 https://it-it.facebook.com/legal/terms.

[67] Cappello Maja, Osservatorio europeo dell'audiovisivo (ed.), editoriale della newsletter *IRIS 2017-3*, http://merlin.obs.coe.int/cgi-bin/email.php.

[68] Seduta del Consiglio europeo (19 – 20 marzo 2015) – conclusioni, http://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-11-2015-INIT/it/pdf

[69] https://euvsdisinfo.eu/

[70] Cfr. Fucík Jan, «Zentrum gegen Terrorismus und hybride Gefahren nimmt die Arbeit auf», in: Osservatorio europeo dell'audiovisivo (editore), *IRIS 2017-3*, pag. 9. Sulla controversia riguardo a questa nuova istituzione cfr. http://www.stuttgarter-nachrichten.de/inhalt.cyberwar-in-tschechien-prag-kaempft-gegen-fake-news.482850d7-d002-45d0-b8d0-06c89857bf38.html

[71] Cfr. Ulbricht Carsten, «Fake News & Recht – Pro und Contra einer gesetzlichen Regulierung», http://www.rechtzweinull.de/archives/2121-fake-news-recht-pro-und-contra-einer-gesetzlichen-regulierung.html

[72] https://www.wired.de/collection/tech/das-system-muss-sich-aendern-wie-die-union-facebook-zum-kampf-gegen-fake-news., Sulla successiva controversia riguardo alla necessità di nuove prescrizioni cfr. http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/facebook-brigitte-zypries-warnt-vor-zu-strengen-regeln-wegen-fake-news-a-1137100.html

[73] La consultazione è durata sino al 3 marzo 2017. http://www.parliament.uk/business/committees/committees-a-z/commons-select/culture-media-and-sport-committee/inquiries/parliament-2015/inquiry2/

all'obbligo di licenza. I media classici come la stampa e la televisione non rientrerebbero nel campo d'applicazione delle regolamentazioni proposte[74].

Il dibattito relativo alle possibili misure di protezione è appena iniziato, e si discute tra l'altro sull'opportunità di una collaborazione regionale tra gli Stati colpiti da tipi di disinformazione analoghi e in merito alla all'istituzione di un'agenzia internazionale indipendente in grado di indicare i casi di disinformazione. Sono proposti anche ampliamenti di browser che informano gli utenti sull'attendibilità delle diverse fonti, la messa in guardia della popolazione in merito al rischio di disinformazione, l'informazione degli Stati toccati dalle campagne di disinformazione tramite i media sociali nonché la rimozione dei *social bot* da parte delle piattaforme di media sociali e il blocco dei conti utente utilizzati ai fini della disinformazione[75].

Anche in Svizzera si discutono misure contro la disinformazione e i *social bot*. Infatti, la letteratura giuridica ritiene che bisognerebbe sensibilizzare maggiormente i vari attori coinvolti nella formazione democratica dell'opinione e che occorre individuare l'eventuale necessità di regolamentazione a livello giuridico (cfr. sopra n. 2.4.4.1)[76].

2.4.4.4 Diritti umani

Le eventuali misure contro le *fake news* devono essere compatibili con i diritti umani (soprattutto sotto il profilo della libertà di espressione, art. 10 CEDU). Nei suoi primi interventi il segretario generale del Consiglio d'Europa Torbjörn Jaagland ha sottolineato che le *fake news* rappresentano un grave pericolo per la democrazia, ma che la soluzione al problema non risiede nella censura[77]. Le notizie false che oltrepassano i limiti dell'incitamento all'odio (ad es. esortando alla violenza, tramite la discriminazione razziale o la negazione dell'olocausto) sono palesemente illecite in quasi tutta Europa e dovrebbero essere rimosse dalle piattaforme. Un giudizio diverso va dato invece ai contenuti che non violano alcuna norma legale ma sono intesi a strumentalizzare gli utenti. In tali casi, per evitare il rischio di censura proveniente da un intervento delle autorità, occorre prediligere misure a livello dei gestori di piattaforme private. Gli operatori dei media sociali devono assumersi più responsabilità: bisogna discutere con loro su come raggiungere questo obiettivo. Il segretario generale non ha escluso la necessità di una regolamentazione statale, ha però affermato che nel rispetto della libertà d'opinione il Consiglio d'Europa invita alla massima moderazione[78].

Su iniziativa del relatore speciale delle Nazioni Unite per la libertà d'opinione (David Kaye), il 3 marzo 2017 i relatori speciali dell'ONU, dell'OCSE, dell'OSA e della Commissione africana per i diritti umani e dei popoli (ACHPR) hanno pubblicato una dichiarazione comune su *fake news*, disinformazione e propaganda[79]. La dichiarazione esprime preoccupazione sulla crescente disinformazione da parte di attori statali e non statali e rammenta anche la responsabilità detenuta dagli intermediari (ad es. gestori di piattaforme online): essi dovrebbero portare avanti lo sviluppo di soluzioni tecnologiche, collaborare con iniziative di fact-checking e badare affinché i loro modelli pubblicitari non abbiano effetti ne-

---

[74] https://www.rt.com/news/377765-italy-fake-news-bill/

[75] Hwang Tim/Rosen Lea, «Harder, Better, Faster, Stronger: International Law and the Future of Online PsyOps», http://political-bots.org/wp-content/uploads/2017/02/Comprop-Working-Paper-Hwang-and-Rosen.pdf; cfr. la proposta per la creazione di un organo di autoregolamentazione di Prinzing Marlis, «Digital-Rat für die Mediengesellschaft: Facebook und Co in die Pflicht nehmen»; http://derstandard.at/2000056124038/Digital-Rat-fuer-die-Mediengesellschaft-Facebook-und-Co-in-die?_blogGroup=1

[76] Egli Patricia/Rechsteiner David, «Social Bots und Meinungsbildung in der Demokratie», *Aktuelle Juristische Praxis AJP 2017*, pag. 249, 254.

[77] Cfr. Intervista di Jaagland con Connor Richard, «Democracy 'strong enough to deal with fake news'» del 26.1.2017, http://www.dw.com/en/democracy-strong-enough-to-deal-with-fake-news/a-37277497?maca=en-tco-dw

[78] Cfr. Intervista Jaagland, «Democracy 'strong enough to deal with fake news'» del 26.1.2017, http://www.dw.com/en/democracy-strong-enough-to-deal-with-fake-news/a-37277497?maca=en-tco-dw

[79] http://www.ohchr.org/EN/NewsEvents/Pages/DisplayNews.aspx?NewsID=21287&LangID=E

gativi sulla pluralità dell'opinione. La dichiarazione accoglie con favore e sostiene le misure della società civile tese a contrastare la disinformazione. I media classici dovrebbero seguire con occhio critico il fenomeno e assumere il ruolo di «cani da guardia» pubblici, soprattutto in periodo pre-elettorale.

2.4.5 Star dei media sociali

Un fenomeno relativamente nuovo è dato dai personaggi, prevalentemente giovani, che hanno i propri canali sui media sociali. Sono definiti-e «star dei media sociali», «*Influencer*» o «*Youtuber*» e diffondono nel web video i cui argomenti (ad es. consigli su moda e cosmetica, test di videogiochi), la fattura e il linguaggio si rivolgono soprattutto a un pubblico giovane. Le star di maggiore successo vantano oramai diversi milioni di abbonati[80], il più famoso ne conta 53 milioni[81]. La crescente professionalizzazione delle star dei media sociali ha rapidamente fatto nascere un nuovo mercato. I protagonisti sono seguiti dalle cosiddette imprese a canali multipli, aggregatori e agenzie di media e conseguono utili elevati generati prevalentemente dalla stipula di contratti pubblicitari. Di conseguenza, nei video diffondono spesso messaggi pubblicitari tramite inserimento pubblicitario o presentazioni pubblicitarie. Oltre alla pubblicità per prodotti e prestazioni contro pagamento o collocamento di «link affiliati» che rimandano ai prodotti pubblicizzati, sono creati anche video pubblicitari che trattano di prodotti acquistati o ricevuti gratuitamente o di viaggi sponsorizzati.

In Germania, l'organo di regolamentazione dei media (Deutschen Landesmedienanstalten, DLM) guarda a questa situazione con occhio critico. Il diritto tedesco prevede il principio della trasparenza anche per la pubblicità in Internet: in un video sul web la pubblicità deve essere chiaramente riconoscibile ed essere contrassegnata in quanto tale. Anche sulle piattaforme sociali la pubblicità deve essere chiaramente identificabile ed essere distinta dall'ulteriore contenuto dell'offerta mediante mezzi ottici o acustici[82]. Poiché spesso alle star dei media sociali mancano le nozioni sulla regolamentazione della pubblicità, l'organo tedesco di regolamentazione dei media ha deciso di sensibilizzarle all'argomento pubblicando, il 20 ottobre 2015, una guida di facile comprensione[83] contenente domande e risposte sul disciplinamento della pubblicità nei video di YouTube[84]. La guida è stata redatta in collaborazione con i rappresentanti dei produttori e delle agenzie mediatiche. In Germania si è dimostrata uno strumento efficace e di successo. Infatti, un anno più tardi è stata aggiornata e completata da informazioni relative all'apparizione su Facebook, Twitter, Instagram e Snapchat[85]. Il suo successo è dovuto al fatto che le star dei media sociali hanno interesse a non perdere credibilità presso il proprio pubblico e che si segnalano a vicenda l'assenza di dichiarazioni chiare nei loro video sul web.

Il principio della trasparenza in Internet gioca un ruolo anche in Svizzera, è deducibile tra l'altro dalla clausola generale dell'articolo 2 LCSI e chiede che la pubblicità sia visibile in quanto tale. Così facendo si intende garantire che il pubblico riconosca la differenza tra un contributo pubblicitario e un'in-

---

[80] http://www.internetworld.de/bildergalerie/zehn-erfolgreichsten-youtube-kanaele-weltweit-922188.html?seite=9; http://www.businessinsider.com/the-most-popular-youtuber-stars-in-the-world/#15-ksi-1; https://www.welt.de/icon/news/article160112205/Das-sind-Deutschlands-erfolgreichste-YouTuber-2016.html

[81] https://www.youtube.com/user/PewDiePie

[82] FAQ, risposte a domande inerenti la pubblicità nei media sociali http://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/Download/Publikationen/FAQ-Flyer_Werbung_Social_Media.pdf

[83] http://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/Download/Publikationen/FAQ-Flyer_Werbung_Social_Media.pdf

[84] http://www.die-medienanstalten.de/presse/pressemitteilungen/direktorenkonferenz-derlandesmedienanstalten/detailansicht/article/dlm-pressemitteilung-112015-was-ist-zu-beachten-bei-werbung-in-youtube-videos-medienanstalten-ste.html. La problematica è stata ripresa anche dal Commissariaat voor de Media, che in occasione di un esame dei video neerlandesi su YouTube ha notato che in oltre il 75 % dei prodotti mostrati non era chiaro se il collocamento era effettuato contro pagamento: https://www.cvdm.nl/nieuws/betaling-is-vlogs-onduidelijk/

[85] http://www.die-medienanstalten.de/presse/pressemitteilungen/direktorenkonferenz-der-landesmedienanstalten/detailansicht/article/dlm-pressemitteilung-172016-werbung-in-social-media-medienanstalten-publizieren-neue-faqs-zur.html

formazione indipendente. Il principio della trasparenza non riguarda solo le classiche imprese mediatiche e i giornalisti, bensì anche i privati che contro pagamento diffondono su blog o media sociali pubblicità sotto forma di resoconto positivo su un'impresa o i suoi prodotti o prestazioni[86].

2.5 Nuovi strumenti internazionali tesi a regolamentare i media sociali

2.5.1 Ampliamento della direttiva concernente i servizi di media audiovisivi

Sebbene negli ultimi anni non siano state emanate specifiche regolamentazioni internazionali per le piattaforme di media sociali, occorre segnalare la revisione attualmente in corso della Direttiva 2010/13/ concernente i servizi di media audiovisivi[87]. Quest'ultima stabilisce all'interno dell'UE standard minimi relativi ai contenuti televisivi e al video-on-demand. Nel quadro della revisione si propone tra l'altro di estendere il campo d'applicazione alle cosiddette «piattaforme video».

L'attuale direttiva è solo parzialmente applicabile ai media sociali. È stata posta in vigore nel 2007 con l'obiettivo di creare un mercato interno europeo per i programmi televisivi e i servizi di media audiovisivi affini che garantisca trasparenza, prevedibilità e pochi ostacoli all'accesso al mercato. Allo stesso tempo l'UE ha riconosciuto l'importanza culturale dei media audiovisivi[88]. Alla luce di quanto precede la direttiva assicura il rispetto di valori fondamentali formulando standard minimi per i servizi interessati, ad esempio non fomentare odio in funzione della razza, del sesso, della religione o della cittadinanza. Tali servizi devono inoltre rispettare le prescrizioni in materia di pubblicità e tutela dei giovani. La direttiva si applica ai fornitori di programmi televisivi lineari e non lineari nonché servizi audiovisivi a richiesta in differita (video on demand, VOD).

Finora sono escluse dal campo d'applicazione di questa direttiva le piattaforme che non esercitano un'attività redazionale proponendo una scelta di video. Lo stesso vale per i servizi in cui i video rappresentano solo un «effetto collaterale» e non l'obiettivo principale. Di conseguenza, in linea di massima le offerte nell'ambito dei media sociali come YouTube, Facebook o Google Video non sono considerate servizi di media audiovisivi ai sensi della Direttiva UE[89]. Tuttavia possono essere qualificati in quanto fornitori VOD ai sensi della direttiva coloro che su piattaforme di media sociali mettono a disposizione del pubblico un catalogo di contenuti video, ad es. sotto forma di un cosiddetto «branded channel» su YouTube. A tal proposito gli Stati membri dell'UE non applicano una prassi uniforme[90].

Per aumentare la coerenza nella regolamentazione UE relativa ai media e tener conto della crescente fruizione di video creati dagli utenti, con la revisione della direttiva sui servizi di media audiovisivi la Commissione europea intende vincolare giuridicamente determinati fornitori di media sociali. Concretamente mira ad estendere il campo d'applicazione della direttiva alle cosiddette piattaforme di condivisione di video (video-sharing platforms) come YouTube[91]. Nella proposta di revisione della direttiva

---

[86] Keller Claudia, *Werberecht in: Social Media und Recht für Unternehmen*, Staffelbach Oliver / Keller Claudia (editori) Zurigo 2015, pag. 132 n. 4.11

[87] Direttiva 2010/13/UE del Parlamento europeo e del Consiglio del 10 marzo 2010 relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti la fornitura di servizi di media audiovisivi, GU L 95 del 15.4.2010, pag. 1.

[88] *IRIS Plus 2016-1*, «Services à la demande et champ d'application matériel de la Directive SMAV», Osservatorio europeo dell'audiovisivo, punto/n. 2.2.1, pag. 25 (in tedesco e francese)

[89] In determinati casi, in quanto servizi della società dell'informazione, le piattaforme possono rientrare nel campo d'applicazione della Direttiva UE 2000/31/CE sul commercio elettronico.

[90] L'autorità di regolamentazione del Belgio francofono CSA appoggia questa interpretazione, v. *IRIS Plus 2016-1*, loc. cit. pag. 43 nota 97; nel Regno Unito invece, in molti casi l'autorità di regolamentazione Ofcom ha rinunciato a conferire la qualifica di servizi di media audiovisivi a dei canali professionali su piattaforme per contenuti creati dagli utenti, adducendo che per forma e contenuto non rappresentano offerte comparabili a quelle televisive, cfr. *IRIS Plus* loc. cit. n. 5.2.2.1, pag. 52 seg.

[91] Proposta di Direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio che modifica la Direttiva 2010/13/UE relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti la fornitura di servizi di media audiovisivi in considerazione dell'evoluzione delle realtà del mercato: COM (2016) 287 final: http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1464618463840&uri=COM:2016:287:FIN.

sui servizi di media audiovisivi, pubblicata il 25 maggio 2016, la Commissione europea definisce queste piattaforme quali servizi che memorizzano una gran quantità di trasmissioni o video creati dagli utenti e il cui scopo principale è quello di mettere questi video a disposizione del pubblico. Pur non avendo una propria responsabilità redazionale, organizzano i video tramite algoritmi o diversi mezzi automatici come *hosting*, *tagging* e *sequencing*.

In futuro i *provider* coinvolti dovrebbero prevedere misure nel campo della tutela dei giovani e del divieto all'istigazione alla violenza e all'odio contro determinati gruppi o singole persone. Queste misure comprendono tra l'altro l'allestimento di meccanismi di verifica dell'età, di segnalazione e di valutazione o la messa a disposizione di software che consentono ai genitori di proteggere i propri figli dai contenuti pericolosi. La Commissione europea intende inoltre esigere che gli Stati membri istituiscano meccanismi di composizione delle controversie tra utenti e piattaforme video e promuovano lo scambio delle buone prassi e l'introduzione di codici di condotta. Le misure proposte sono in linea con il piano della Commissione europea che prevede l'istituzione di un'alleanza delle piattaforme video tesa a meglio proteggere i minorenni[92].

2.5.2 Altri strumenti internazionali con effetto sui media sociali

2.5.2.1 Convenzione del Consiglio d'Europa sulla prevenzione e la lotta contro la violenza nei confronti delle donne e la violenza domestica (Convenzione di Istanbul)

La Convenzione del Consiglio d'Europa sulla prevenzione e la lotta contro la violenza nei confronti delle donne e la violenza domestica dell'11 maggio 2011 (Convenzione di Istanbul) è entrata in vigore il 1° agosto 2014. A livello europeo è il primo strumento vincolante che tutela in modo esteso le donne e le ragazze dalla violenza, compresa quella domestica. Gli Stati firmatari si impegnano tra l'altro a punire la violenza fisica e psichica. Quest'ultima può essere esercitata anche tramite i media sociali, si pensi in particolare al mobbing su Internet.

La Svizzera ha firmato la Convenzione il 13 settembre 2013, e in occasione della sua seduta del 2 dicembre 2016 il Consiglio federale ha adottato il messaggio per la sua ratifica[93].

2.5.2.2 Raccomandazione CM/Rec(2014)6 del Comitato dei ministri del Consiglio d'Europa agli Stati membri relativa a una Guida dei diritti umani per gli utenti di Internet

Conformemente alla raccomandazione CM/Rec(2014)6 gli Stati membri del Consiglio d'Europa sono obbligati a garantire a ogni persona all'interno del loro territorio i diritti dell'uomo e le libertà fondamentali, sanciti dalla Convenzione per la salvaguardia dei diritti dell'uomo e delle libertà fondamentali (CEDU). Quest'obbligo vige anche in relazione alla fruizione di Internet e comprende la vigilanza sulle imprese private. I diritti umani universali e indivisibili nonché i relativi standard dovrebbero prevalere sulle condizioni commerciali generali.

Il documento contiene diverse raccomandazioni riguardo alla competenza dei media e al settore dei bambini e dei giovani[94].

La protezione dei dati in Internet è un altro punto chiave, infatti, secondo questa raccomandazione i dati relativi alle persone dovrebbero poter essere trattati solo in presenza di una base legale o previo consenso del titolare: occorre informare la persona interessata in merito a quali dati vengono trattati

---

[92] Il comunicato stampa della Commissione europea può essere consultato al seguente indirizzo: https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/commission-broker-new-alliance-better-protect-minors-online

[93] https://www.bj.admin.ch/bj/it/home/aktuell/news/2016/ref_2016-12-02.html

[94] Raccomandazione CM/Rec (2014) del Comitato dei ministri agli Stati membri relativa a una Guida dei diritti umani per gli utenti di Internet, pag. 1 e 5, per ulteriori Raccomandazioni del Consiglio d'Europa v. anche Recommandations and declarations of the Committee of Ministers of the Council of Europe in the field of media and informations society, pag. 234 per CM/Rec(2014), https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=0900001680645b44

e/o trasmessi a terzi, quando ciò avviene e a quale scopo. Si raccomanda inoltre che ognuno dovrebbe avere la possibilità di verificare i propri dati quanto a correttezza, cancellazione e durata della conservazione.

2.5.2.3 Raccomandazione dell'Assemblea parlamentare del Consiglio d'Europa (PACE) per porre fine alla discriminazione e all'odio in Internet

In una raccomandazione del 25 gennaio 2017 l'Assemblea parlamentare del Consiglio d'Europa (PACE) esorta gli Stati membri ad accentuare gli sforzi profusi contro i contenuti online illeciti[95] considerando le particolarità della comunicazione in Internet (diffusione immediata e transfrontaliera dei contenuti, anonimità). Gli Stati membri dovrebbero assicurarsi che i provider Internet e gli operatori delle piattaforme osservino gli standard della Corte europea dei diritti dell'uomo. Le varie imprese devono istituire procedimenti interni univoci ed efficaci per esaminare i messaggi relativi all'istigazione all'odio in Internet (ad es. antisemitismo, anti-islam, misoginia e omofobia).

Gli Stati del Consiglio d'Europa dovrebbero offrire il proprio sostegno agli organi giudiziari e alle autorità preposte al perseguimento penale proponendo corsi di perfezionamento ed emanando direttive chiare per la registrazione dei casi segnalati. Inoltre, dovrebbero promuovere le attività volte a sensibilizzare l'opinione pubblica in merito agli effetti nefasti dell'incitamento all'odio, soprattutto sui bambini.

2.5.3 Nuovi strumenti internazionali volti a rafforzare la protezione dei dati

Negli scorsi anni gli sforzi generali volti a rafforzare la protezione dei dati sono confluiti in una serie di prescrizioni internazionali vincolanti, rilevanti non solo nel campo dei media sociali. Il 27 aprile 2016 l'Unione europea ha sottoposto a revisione la sua legislazione sulla protezione dei dati, in particolare il Regolamento concernente la tutela delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali (Regolamento generale sulla protezione dei dati; GDPR) [96]. Il Consiglio d'Europa intende adottare nel 2017 la revisione del Trattato STE 108 per la protezione delle persone in relazione all'elaborazione automatica dei dati a carattere personale[97].

2.5.3.1 Regolamento 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio (Regolamento generale sulla protezione dei dati, GDPR)

Con il Regolamento generale sulla protezione dei dati[98] l'UE ha emanato disposizioni che si applicano anche alle numerose imprese svizzere che si orientano al mercato europeo. Chi tratta i dati non deve per forza trovarsi fisicamente nell'UE. Il Regolamento non contempla le imprese domiciliate nell'UE che in occasione dell'offerta di beni o servizi a persone fisiche nell'UE trattano i loro dati personali o monitorano il loro comportamento (a condizione che il comportamento avvenga nell'UE). L'orientamento al mercato europeo dell'attività commerciale di un'impresa che tratta dati diventa quindi un criterio importante[99].

Il Regolamento entrerà in vigore il 25 maggio 2018. Le misure intese a meglio tutelare la vita privata nel settore delle comunicazioni elettroniche prevedono di modernizzare le regole vigenti e attuarle

---

[95] Raccomandazione 2098 (2017) dell'Assemblea parlamentare del Consiglio d'Europa per porre fine alla discriminazione e all'odio in Internet, 25 gennaio 2017: http://assembly.coe.int/nw/xml/XRef/Xref-XML2HTML-EN.asp?fileid=23457&lang=en .

[96] Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016, relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati e che abroga la Direttiva 95/46/CE (Regolamento generale sulla protezione dei dati), GU. L 119 del 4.5.2016, pag. 1.

[97] Rapporto esplicativo concernente l'avamprogetto di legge federale relativa alla revisione totale della legge sulla protezione dei dati e alla modifica di altri atti relativi alla protezione dei dati (21.12.2016, pag. 6).

[98] Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016, relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati e che abroga la Direttiva 95/46/CE (Regolamento generale sulla protezione dei dati), GU. L 119 del 4.5.2016. pag. 1.

[99] Cfr. Passadelis Nicolas / Roth Simon, Weisser Rauch «Brüssel - Was Schweizer Unternehmen über die europäische Datenschutz-Grundverordnung wissen müssen, in: *Jusletter* 4. aprile 2016, n. 132 segg.

nell'ottica della Strategia per un mercato unico digitale[100]. Il GDPR dovrebbe consentire ai cittadini di avere un controllo maggiore sui propri dati personali. Rafforzano in particolar modo il diritto vigente le prescrizioni volte ad agevolare l'accesso ai propri dati, e quelle relative al diritto sulla trasmissione dei dati e al diritto all'oblio[101].

La GDPR contiene in particolare i principi di trattamento corretto e trasparente dei dati personali (art. 26), l'informazione e l'accesso ai dati personali, l'ampliamento del diritto alla cancellazione (diritto all'oblio, art 17), nonché il principio della protezione dei dati tramite opportune misure tecniche e organizzative (*data protection by design*, *data protection by default).*

Secondo le considerazioni del Regolamento generale[102] i principi di trattamento corretto e trasparente implicano che l'interessato sia informato dell'esistenza del trattamento e delle sue finalità. Il titolare del trattamento dovrebbe fornire all'interessato eventuali ulteriori informazioni necessarie ad assicurare un trattamento corretto e trasparente, prendendo in considerazione le circostanze e il contesto specifici in cui i dati personali sono trattati. Inoltre l'interessato dovrebbe essere informato dell'esistenza di una profilazione e delle conseguenze della stessa. In caso di dati personali raccolti direttamente presso l'interessato, questi dovrebbe inoltre essere informato dell'eventuale obbligo di fornire i dati personali e delle conseguenze in cui incorre se si rifiuta di fornirli. L'interessato dovrebbe ricevere le informazioni relative al trattamento di dati personali che lo riguardano al momento della raccolta presso l'interessato.

2.5.3.2 Regolamento sulla vita privata e le comunicazioni elettroniche (Regolamento ePrivacy)

Il 10 gennaio 2017 la Commissione europea ha presentato una Proposta di Regolamento relativo al rispetto della vita privata e alla tutela dei dati personali nelle comunicazioni elettroniche[103.]. A partire da metà 2018, il cosiddetto Regolamento sulla ePrivacy dovrebbe sostituire la vigente Direttiva ePrivacy e la sua direttiva complementare in materia di *cookie* del 2009). Essa mira a garantire una maggiore protezione dei dati nell'ambito delle comunicazioni elettroniche e al contempo ad aprire nuove possibilità commerciali. La proposta di regolamento amplia le possibilità per le imprese di elaborare metadati relativi alla comunicazione elettronica, si pensi ai dati relativi all'ubicazione[104].

Questa proposta di regolamento è strettamente legata al Regolamento generale sulla protezione dei dati: da un lato ne precisa e amplia le prescrizioni generali relative al trattamento di dati personali tramite mezzi elettronici di comunicazione, dall'altro si spinge in altri ambiti regolamentari. La proposta comprende il trattamento dei dati delle comunicazioni elettroniche, a cui appartengono contenuti e metadati della comunicazione elettronica che non comprendono soltanto i dati personali (ad es. *machine-to-machine*, Internet delle cose, dati memorizzati su computer, telefono cellulare, *smart fridge*). In futuro, le norme relative alla protezione della sfera privata dovranno estendersi anche ai servizi di comunicazione elettronica (ad es. VoIP Skype, Viber Out) e ai servizi di messaggeria elettronica (Gmail, iMessage, Viber, WhatsApp, Facebook Messenger).

In armonia con i principi di protezione dei dati «*privacy by design»* e «*privacy by default»* contenuti nella GDPR, le proposte presentate chiedono ad esempio che i browser Internet offrano agli utenti finali l'opzione di impedire la memorizzazione di *cookie* di terzi sui propri terminali.

---

[100] http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-4919_de.htm

[101] http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-6321_de.htm.

[102] Considerandi 60 e 61.

[103] Commissione europea, proposta di Regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio relativo al rispetto della vita privata e alla tutela dei dati personali nelle comunicazioni elettroniche che abroga la Direttiva 200258/CE (Regolamento sulla vita privata e le comunicazioni elettroniche), all'indirizzo: https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/proposal-regulation-privacy-and-electronic-communications. (in inglese)

[104] V. anche il comunicato stampa della Commissione europea del 10.1.2017 (in tedesco e inglese), che può essere consultato al seguente indirizzo: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-16_de.htm

Se dovesse essere adottato, il Regolamento entrerà immediatamente in vigore in tutta l'Unione europea. Mira a disciplinare i dati inerenti la comunicazione elettronica che, in seno all'UE, vengono elaborati in relazione alla messa a disposizione e all'utilizzo di servizi di comunicazione elettronica, indipendentemente dal fatto che i dati siano trattati nell'UE. L'ambito di applicazione territoriale non è pertanto limitato all'UE.

2.5.3.3 Consiglio d'Europa: Convenzione per la protezione delle persone in relazione all'elaborazione automatica dei dati a carattere personale (STE 108)

Il Consiglio d'Europa ha elaborato un progetto volto ad aggiornare la Convenzione per la protezione delle persone in relazione all'elaborazione automatica dei dati a carattere personale (STE 108)[105]. Il protocollo concernente la revisione di questo trattato dovrebbe essere adottato all'inizio del 2017[106]. La Svizzera prevede di recepire il progetto nella propria legislazione[107].

3 Attuali progetti di regolamentazione in Svizzera

3.1 Revisione della legislazione in materia di protezione dei dati

Nel rapporto sui media sociali 2013 il Consiglio federale aveva dichiarato che gli aspetti legali concernenti la protezione dei dati oggetto del rapporto sarebbero stati approfonditi nell'ambito dei correnti lavori di revisione della legge federale sulla protezione dei dati (LPD).

Il Dipartimento federale di giustizia e polizia (DFGP) aveva ricevuto il mandato di sottoporre al Consiglio federale, entro la fine del 2014, un rapporto contenente una serie di proposte sui provvedimenti da intraprendere[108]. Il Consiglio federale ha accolto il rapporto e incaricato l'Ufficio federale di giustizia (UFG) di elaborare un avamprogetto di legge[109].

In occasione della sua seduta del 21 dicembre 2016, il Consiglio federale ha avviato la procedura di consultazione sull'avamprogetto di revisione totale della legge sulla protezione dei dati (LPD), che mira a rafforzare la protezione dei dati adeguandola al contesto economico e tecnologico. La revisione crea i presupposti affinché la Svizzera possa ratificare la Convenzione del Consiglio d'Europa sulla protezione dei dati e recepire la Direttiva dell'Unione europea sulla protezione dei dati nell'ambito del perseguimento penale. Permette anche di avvicinare la legislazione svizzera al Regolamento generale sulla protezione dei dati dell'Unione europea (Regolamento UE-GDPR 2016/679). Inoltre, mira a garantire che la normativa a livello federale sia armonizzata alla Convenzione del Consiglio d'Europa STE 108 riveduta, in modo che quest'ultima possa essere ratificata. L'obiettivo che il Consiglio federale persegue con queste misure, tra l'altro, è continuare a garantire il flusso transfrontaliero di dati[110]. La consultazione sul disegno di legge[111], che riunisce la revisione della LPD, il decreto federale sul recepimento della direttiva europea e la modernizzazione della Convenzione del Consiglio d'Europa sulla protezione dei dati, si è conclusa il 4 aprile 2017.

---

[105] Convenzione per la protezione delle persone in relazione all'elaborazione automatica dei dati a carattere personale, RS **0.235.1**, entrata in vigore per la Svizzera il 1° febbraio 1998.

[106] Rapporto esplicativo concernente l'avamprogetto di legge federale relativa alla revisione totale della legge sulla protezione dei dati e alla modifica di altri atti relativi alla protezione dei dati (21.12.2016, pag. 5).

[107] Cfr. Rapporto esplicativo concernente l'avamprogetto di legge federale relativa alla revisione totale della legge sulla protezione dei dati e alla modifica di altri atti relativi alla protezione dei dati, pag. 18, 30 e 46 segg.

[108] Rapporto sui media sociali 2013, n. 9, pag. 80

[109] https://www.bj.admin.ch/bj/it/home/aktuell/news/2015/ref_2015-04-010.html.

[110] Il comunicato stampa del Consiglio federale del 21 dicembre 2016 può essere consultato al seguente indirizzo: https://www.ejpd.admin.ch/ejpd/it/home/aktuell/news/2016/2016-12-21.html.

[111] Il comunicato stampa del Consiglio federale del 21 dicembre 2016 può essere consultato al seguente indirizzo: https://www.ejpd.admin.ch/ejpd/it/home/aktuell/news/2016/2016-12-21.html.

3.2 Protezione della gioventù dai rischi dei media

Il rapporto sui media sociali 2013 dichiarava che le questioni inerenti la protezione dei giovani sarebbero state analizzate entro il 2015 nell'ambito del progetto Giovani e media, di competenza dell'Ufficio federale delle assicurazioni sociali (UFAS)[112]. Questo progetto mirava a chiarire se a livello federale sussistesse la necessità di legiferare e se fosse eventualmente opportuno introdurre nuove basi per la protezione di bambini e adolescenti. Inoltre, era necessario elaborare raccomandazioni sulla futura impostazione della protezione dell'infanzia e della gioventù dai rischi dei media in Svizzera.

Nel suo rapporto Giovani e media del 13 maggio 2015[113] il Consiglio federale indica le sfide da affrontare, in che misura l'attuale sistema di protezione dell'infanzia e della gioventù dai rischi dei media sia in grado di reagirvi e come andranno impostate in futuro la protezione normativa e quella educativa (cfr. anche n. 5.5.1 sotto).

Dall'analisi è emerso che, in seguito all'evoluzione dinamica dei media, negli ultimi tempi la gamma dei pericoli che si celano nel settore dei media elettronici si è notevolmente ampliata. In particolare, risulta necessario creare per i bambini e i giovani un'elevata protezione dai contenuti mediali inappropriati, dai messaggi nocivi nel quadro della comunicazione online e dal trattamento non trasparente dei dati personali. A tal fine sono necessarie misure di carattere sia educativo che normativo, che devono essere verificate regolarmente e, se del caso, adeguate. La conclusione cui giunge il rapporto è che le misure esistenti devono essere sviluppate ulteriormente e completate, un processo nel quale il Consiglio federale intende assumere un ruolo di coordinamento, potenziando la collaborazione con l'economia e i Cantoni[114].

Sulla base delle esperienze raccolte nell'ambito del programma, in cooperazione con gli stessi attori, il Consiglio federale intende rafforzare il sistema di protezione della gioventù dai rischi dei media, colmandone le lacune legali. Pertanto è indispensabile creare a livello nazionale un quadro uniforme e vincolante per la regolamentazione dei settori rilevanti, contesto nel quale lo Stato assume un ruolo di gestione e di vigilanza[115].

Alla luce di quanto esposto, il Consiglio federale ha incaricato il Dipartimento federale dell'interno (DFI) di elaborare entro fine 2017 una legge che disciplini a livello federale la caratterizzazione per età e le restrizioni all'accesso di film e videogiochi. In collaborazione con i Cantoni e le associazioni di settore, il DFI redigerà entro fine 2017 un avamprogetto di legge[116] da porre in consultazione. In questa sede occorrerà inoltre chiarire se sia necessario regolare a livello legislativo la protezione dei giovani da altri contenuti inadeguati in Internet (ad es. su YouTube)[117]. Come già accennato precedentemente (n. 2.5.1), a livello europeo si prevede di applicare una regolamentazione più severa ai servizi di piattaforme per la condivisione di video. Il Consiglio federale ritiene importante che il livello di protezione della gioventù in Svizzera sia pari a quello dell'Unione europea.

---

[112] Rapporto sui media sociali 2013, n. 9, pag. 80

[113] *Giovani e media, Futura impostazione della protezione dell'infanzia e della gioventù dai rischi dei media in Svizzera 13 maggio 2015, Rapporto del Consiglio federale in adempimento della mozione Bischofberger 10.3466 «Protezione dei giovani dai rischi dei media e lotta alla cibercriminalità. Maggiore efficacia ed efficienza»*. Di seguito: rapporto Giovani e media 2015

[114] Cfr. anche interpellanza Viola Amherd 13.4266 «Sexting. Necessità d'intervento», v. anche l'interrogazione Viola Amherd 15.1024 Programmi di protezione della gioventù.

[115] Il comunicato stampa del 19.10.2016 «Il Consiglio federale vuole rafforzare la protezione della gioventù dai rischi dei media nell'ambito di film e videogiochi» può essere consultato al seguente indirizzo: https://www.admin.ch/gov/it/pagina-iniziale/documentazione/comunicati-stampa.msg-id-64171.html

[116] Il comunicato stampa del Consiglio federale del 19.10.2016 può essere consultato al seguente indirizzo: https://www.admin.ch/gov/it/pagina-iniziale/documentazione/comunicati-stampa/comunicati-stampa-consiglio-federale.msg-id-64171.html

[117] Il comunicato stampa del Consiglio federale del 19.10.2016 può essere consultato al seguente indirizzo: https://www.admin.ch/gov/it/pagina-iniziale/documentazione/comunicati-stampa.msg-id-64171.html.

Accanto ai provvedimenti normativi è indispensabile aumentare la protezione dei fanciulli e dei giovani anche tramite misure prettamente educative. A tal fine, il Consiglio federale assume un ruolo di coordinamento. Infatti, ha finanziato la creazione di due posti e stanziato 600 000 franchi per la realizzazione di incontri, conferenze, progetti pilota e la gestione della piattaforma online www.giovaniemedia.ch. Auspica di mantenere l'approccio già perseguito con il programma Giovani e media e puntare anche in futuro sulla sensibilizzazione degli specialisti e sul sostegno agli attori chiave[118], come associazioni, organizzazioni nazionali, ecc.

L'Ufficio federale delle assicurazioni sociali (UFAS) gestisce www.giovaniemedia.ch[119], la piattaforma nazionale per la promozione delle competenze mediali. L'obiettivo è informare e sensibilizzare genitori, insegnanti e personale educativo, fornire supporto agli attori chiave, sviluppare le conoscenze specialistiche, la collaborazione e lo scambio. L'UFAS vuole coinvolgere i servizi federali interessati e i Cantoni nella pianificazione dei lavori per la protezione della gioventù dai rischi dei media tramite misure educative. Per farlo, ha istituito un apposito comitato per le competenze mediali, le cui finalità sono:

- supporto strategico all'operato dell'UFAS in favore di misure educative per la protezione della gioventù dai rischi dei media;
- armonizzazione delle attività di Uffici federali, Cantoni, Città e Comuni;
- riconoscimento e sfruttamento delle sinergie.

Il comitato riunisce rappresentanti della Confederazione, dei Cantoni, delle Città e dei Comuni.

3.3 Revisione della legislazione sulle telecomunicazioni

Le disposizioni legali che disciplinano la prestazione di servizi di telecomunicazione sono riunite nella legge sulle telecomunicazioni (LTC; RS *784.10*). Giusta l'articolo 3 lettera b LTC, fornisce un servizio di telecomunicazione chi trasmette mediante telecomunicazione informazioni almeno tra due parti. Ai gestori di piattaforme di media sociali, di regola, non si applica questa disposizione in quanto, nella maggior parte dei casi, rappresentano soltanto una delle parti tra le quali le informazioni vengono trasmesse[120]. Tuttavia, se tramite i media sociali vengono offerti servizi di telecomunicazione (ad es. servizi di posta elettronica o di messaggistica istantanea), è obbligatorio attenersi alle disposizioni sulle telecomunicazioni.

La LTC risale a tempi in cui la fornitura di servizi di telecomunicazione dipendeva dal possesso di una rete appositamente concepita per questo scopo o perlomeno dall'accesso autorizzato a tale rete. I repentini cambiamenti tecnologici hanno spezzato questo stretto legame tra rete e servizi. La realtà tecnologica odierna è completamente diversa (Internet, smartphone, ecc.); i servizi possono essere erogati in svariati modi e senza il coinvolgimento attivo dell'operatore di rete. Il mutato contesto tecnologico ha spianato la strada a nuovi modelli commerciali e reso necessario un adeguamento del quadro normativo agli sviluppi avvenuti durante gli ultimi anni nel mercato dei servizi di telecomunicazione.

Il 19 novembre 2014 il Consiglio federale ha incaricato il DATEC di elaborare, entro la fine del 2015, un avamprogetto da porre in consultazione per la revisione della LTC[121]. La portata della revisione

---

[118] Interpellanza Schmid-Federer 15.3723, «Protezione della gioventù dai rischi dei media. Attuazione delle raccomandazioni degli esperti»; interrogazione Amherd 15.1024 Programmi di protezione della gioventù.

[119] Rapporto Giovani e media 2015, pag. 136.

[120] Rapporto sui media sociali 2013, n. 2.4.2.2, pag. 13.

[121] Il comunicato stampa del 14.11.2014 può essere consultato al seguente indirizzo: https://www.bakom.admin.ch/bakom/it/pagina-iniziale/l-ufcom/informazioni-dell-ufcom/comunicati-stampa.msg-id-55293.html.

dell'impianto normativo è un aspetto che era già stato trattato nel rapporto 2014 sugli sviluppi del mercato delle telecomunicazioni in Svizzera e sulle conseguenti sfide a livello legislativo[122]. I paragrafi seguenti riassumono i punti della revisione della LTC che potrebbero essere rilevanti anche per i media sociali.

Tra le questioni esaminate vi era l'obbligo per i fornitori di servizi di telecomunicazione, sancito all'articolo 4 LTC, di notificarsi presso l'Ufficio federale delle comunicazioni (UFCOM). Anche i gestori di piattaforme di media sociali sono tenuti a rispettarlo nella misura in cui forniscono servizi di telecomunicazione ai sensi della legge.

La tendenza che predomina a livello mondiale è quella di inviare sempre meno SMS tramite l'operatore della rete di radiocomunicazione mobile e spedire i messaggi attraverso servizi basati su Internet (*OTT IP messaging*)[123]. Anche per le imprese di piccole dimensioni è ormai diventato estremamente facile, tramite l'infrastruttura di Internet, offrire servizi di telecomunicazione a clienti sparsi in tutto il mondo. In virtù della definizione in esame, qualsiasi impresa che offra in Svizzera servizi di telecomunicazione basati su Internet deve essere considerata fornitore di servizi di telecomunicazione e, secondo il diritto vigente, dovrebbe sottostare di principio all'obbligo di notifica. Ne consegue che ormai sono innumerevoli gli attori, attivi su scala globale e insediati da qualche parte nel mondo, che offrono i propri servizi anche in Svizzera. Sono poche però le imprese che finora si sono notificate. L'obbligo di notifica comporta oneri amministrativi sia per chi deve notificarsi sia per l'ente responsabile della vigilanza e del trattamento delle notifiche, cui non corrisponde più alcun beneficio effettivo[124]. L'obbligo generale di notifica è una regolamentazione che non tiene conto dello sviluppo e delle possibilità tecnologiche e che quindi non risulta più praticabile.

Anche nei settori della protezione dei consumatori, della gioventù e dell'infanzia, i problemi che derivano dall'onnipresenza di Internet necessitano di nuove soluzioni di regolamentazione, perché ogni settore, di per sé, non è in grado di risolverli autonomamente e soppesando in modo equilibrato tutti gli interessi in gioco.

Per questo motivo, nell'avamprogetto di revisione della LTC dell'11 dicembre 2015, sottoposto a consultazione, è stato proposto di conferire al Consiglio federale la facoltà di intervenire per proteggere i giovani. A questo proposito, un'ordinanza dovrà sancire l'obbligo per i fornitori di servizi di telecomunicazione, al momento della vendita di abbonamenti di telefonia mobile e di collegamenti a Internet su rete fissa, di informare i genitori sulle diverse possibilità di proteggere i bambini e gli adolescenti, come per esempio in merito alla scelta, all'istallazione o all'impostazione di filtri. I genitori dovranno però essere messi al corrente anche di altre possibilità di protezione.

Per quanto riguarda la pornografia qualificata, i fornitori di servizi di telecomunicazione dovranno essere obbligati, conformemente all'articolo 197 capoversi 4 e 5 CP, a bloccare l'accesso ai contenuti pornografici vietati sulla base delle liste stilate dallo SCOCI.

Il 23 settembre 2016 il Consiglio federale ha preso atto dei risultati della consultazione e affidato al DATEC l'incarico di elaborare entro settembre 2017un messaggio concernente la revisione della LTC. Come già accennato, nell'ampliare la normativa sulla tutela sarà dedicata particolare attenzione alla

---

[122] Il rapporto può essere consultato al seguente indirizzo: https://www.bakom.admin.ch/bakom/it/pagina-iniziale/l-ufcom/organizzazione/basi-legali/affari-del-consiglio-federale/rapporto-sulle-telecomunicazioni-2014.html

[123] Messaggi spediti da dispositivi mobili mediante protocollo Internet (IP). Questo protocollo è adottato sia dagli operatori delle reti di radiocomunicazione mobile sia dai fornitori dei cosiddetti servizi OTT (*over the top*), come per esempio WhatsApp.

[124] https://www.bakom.admin.ch/bakom/it/pagina-iniziale/l-ufcom/organizzazione/basi-legali/affari-del-consiglio-federale/rapporto-sulle-telecomunicazioni-2014.html, n. 3.1.2.2

protezione della gioventù e sarà predisposto il blocco di siti Internet con contenuti di pornografia qualificata[125].

3.4 Legge federale sui media elettronici (LME)

Nel rapporto sul servizio pubblico del 17 giugno 2016[126], il Consiglio federale ha affermato che gli sviluppi tecnologici ed economici (digitalizzazione, cambiamento nelle modalità di fruizione dei media) impongono una riorganizzazione generale del panorama dei media elettronici. Attualmente all'UFCOM sono in corso i lavori preparatori per una nuova legge federale sui media elettronici (LME), che sarà posta in consultazione nella primavera del 2018.

Nell'ambito di questi lavori si chiarirà anche in che misura i contenuti diffusi tramite piattaforme di media sociali dovranno rispettare determinati standard minimi in materia di protezione della gioventù e indicazione degli inserimenti di prodotti. Si dovrà, tra l'altro, valutare l'armonizzazione delle norme alla regolamentazione europea (v. n. 2.5.1).

3.5 Revisione totale della LSCPT

La legge federale del 6 ottobre 2000 sulla sorveglianza della corrispondenza postale e del traffico delle telecomunicazioni (LSCPT; RS *780.1*) è stata oggetto di una revisione totale. La nuova legge del 18 marzo 2016 (LSCPT; FF *2016* 1675) entrerà in vigore probabilmente nel 2018. La normativa include anche i fornitori di servizi di comunicazione derivati. In base agli articoli 22 capoverso 4 e 27 capoverso 3 della LSCPT riveduta, in futuro il Consiglio federale potrà imporre ai fornitori di servizi di comunicazione derivati che offrono servizi di grande importanza economica o a un gran numero di utenti obblighi più severi. Potrà ordinare che conservino e consegnino i dati attualmente richiesti ai fornitori di servizi di telecomunicazione tradizionali. Anche i media sociali rientrano nella categoria dei fornitori di servizi di comunicazione derivati, e questo dovrebbe facilitare la sorveglianza anche sulle grandi piattaforme di media sociali, agevolando così non solo l'esecuzione del diritto penale ma, come esposto qui di seguito, anche l'intervento del Servizio delle attività informative della Confederazione.

3.6 Legge federale sulle attività informative

Il servizio di sorveglianza della corrispondenza postale e del traffico delle telecomunicazioni fornisce anche al Servizio delle attività informative della Confederazione le informazioni di cui all'articolo 14 capoverso 2bis LSCPT (ossia art. 15 cpv. 2 lett. a LSCPT riveduta), necessarie per l'esecuzione della legge federale del 21 marzo 1997 sulle misure per la salvaguardia della sicurezza interna (LMSI; RS *120*). Ciò facilita l'identificazione di persone che mettono in pericolo la sicurezza interna della Svizzera.

La nuova legge federale sulle attività informative (LAIn; RS *121*), sottoposta a revisione, è stata accolta dal popolo svizzero il 25 settembre 2016, ed entrerà prevedibilmente in vigore il 1° settembre 2017. Conformemente all'articolo 25 capoverso 2, la LAIn autorizza il Servizio delle attività informative della Confederazione a richiedere informazioni secondo l'articolo 14 LSCPT (ossia art. 15 LSCPT riveduta). Giusta l'articolo 27 capoverso 1 in relazione con l'articolo 26 capoverso 1 lettera a il suddetto Servizio può ordinare la sorveglianza. In questo modo si agevola l'identificazione e la sorveglianza di persone al fine di salvaguardare importanti interessi nazionali, segnatamente per riconoscere e ostacolare, anche sui media sociali, minacce alla sicurezza interna ed esterna.

---

[125] Il comunicato stampa del 23.09.2016 può essere consultato al seguente indirizzo: https://www.bakom.admin.ch/bakom/it/pagina-iniziale/l-ufcom/informazioni-dell-ufcom/comunicati-stampa.msg-id-63882.html.

[126] *Rapporto del Consiglio federale del 17 giugno 2016 sulla verifica della definizione e delle prestazioni del servizio pubblico della SSR in considerazione dei media privati elettronici*, numero dell'affare 16.043.

4 Stato di attuazione dei lavori avviati in seguito al rapporto 2013

4.1 In generale

Il rapporto sui media sociali 2013 negava la necessità di disciplinare le reti sociali in un'apposita legge. La raccomandazione era piuttosto quella di esaminare le disposizioni formulate in modo generale e, se necessario, modificarle[127]. Nello specifico, si trattava dei seguenti ambiti giuridici:

- esaminare approfonditamente il diritto alla protezione dei dati[128];
- valutare un eventuale nuovo disciplinamento della responsabilità dei gestori di piattaforme e dei fornitori di servizi Internet[129];
- verificare se le disposizioni legislative in materia di telecomunicazioni debbano essere applicate alle piattaforme di media sociali[130];
- considerare la necessità di disciplinare legalmente il trasferimento dei propri dati ad altre piattaforme[131].

Come precedentemente illustrato, l'esame approfondito della legislazione in materia di protezione dei dati è oggetto dell'ampio progetto di revisione della LPD (n. 3.1). Anche gli altri tre mandati di analisi sono stati adempiuti, come illustrato nei seguenti paragrafi.

4.2 Responsabilità civile dei gestori delle piattaforme

Con il rapporto sui media sociali 2013 è stato affidato al Dipartimento federale di giustizia e polizia (DFGP) il compito di esaminare la responsabilità civile dei gestori delle piattaforme e dei fornitori di servizi Internet e, nel caso avesse constatato l'esigenza di legiferare in materia, di stilare un avamprogetto da porre in consultazione. A tal fine, sotto l'egida dell'Ufficio federale di giustizia (UFG), è stato istituito un gruppo di lavoro interdipartimentale con rappresentanti dell'Ufficio federale delle comunicazioni (UFCOM), dell'Istituto Federale della Proprietà Intellettuale (IPI) e della Segreteria di Stato dell'economia (SECO). I risultati del gruppo di lavoro sono confluiti nel rapporto del Consiglio federale dell'11 dicembre 2015 sulla responsabilità di diritto civile dei provider.

La conclusione cui giunge il Consiglio federale, come espresso nel rapporto, è che un disciplinamento della responsabilità civile dei *provider* generale e comune a diversi ambiti legali non sia appropriato[132]. Il rapporto valuta e analizza l'ordinamento giuridico vigente e la giurisprudenza per dare un contributo allo sviluppo legislativo e migliorare ulteriormente la sicurezza del diritto.

Sono prese in esame anche le piattaforme di media sociali. Nel rapporto il Consiglio federale si dichiara favorevole alle azioni tempestive di blocco dell'accesso a materiale o soppressione di contenuti manifestamente o presumibilmente illegali (*notice and takedown*), quali previste nelle condizioni commerciali generali (CCG) di media sociali come Facebook o Twitter. Non avvalla però una codifica di siffatte misure di autoregolamentazione all'interno di prescrizioni di legge[133]. Per il Consiglio federale, un obbligo di ricercare e eliminare i contenuti lesivi senza disporre di segnalazioni precise dovrebbe

---

[127] Rapporto sui media sociali 2013, n. 7.2.3 e 7.2.4, pag. 74.

[128] Rapporto sui media sociali 2013, n. 7.2.4.1, pag. 74 seg.

[129] Rapporto sui media sociali 2013, n. 7.2.4.2, pag. 74

[130] Rapporto sui media sociali 2013, n. 7.2.4.3, pag. 75

[131] Rapporto sui media sociali 2013, n. 7.2.4.4, pag. 75.

[132] Die zivilrechtliche Verantwortlichkeit von Providern, rapporto del Consiglio federale dell'11 dicembre 2015, v. pag. 4. http://www.ejpd.admin.ch/dam/data/bj/aktuell/news/2015/2015-12-110/ber-br-d.pdf.

[133] *Die zivilrechtliche Verantwortlichkeit von Providern*, rapporto del Consiglio federale dell'11 dicembre 2015, v. pag. 100.

riguardare, al massimo, i fornitori più a diretto contatto con i contenuti, come i siti d'informazione o quelli che ospitano forum e blog, perché si può presumere che abbiano una certa visione d'insieme e possano esercitare un controllo sui contenuti messi in linea sui loro server. La diligenza richiesta è una questione che, stando al rapporto, deve essere valutata caso per caso dai tribunali.

In linea di principio, il rapporto è contrario alla creazione di un nuovo strumento di diritto civile per divulgare l'identità di utenti anonimi. Di norma, anche in futuro un comportamento dovrà essere rilevante sotto il profilo penale per giustificare la soppressione del segreto delle telecomunicazioni e dell'anonimato in Internet.

Il rapporto affronta anche questioni attinenti la competenza di foro, la legislazione applicabile e l'esecuzione del diritto in ambito internazionale. Un disciplinamento unilaterale da parte della Svizzera andrebbe possibilmente evitato[134]. Si è esaminata altresì la possibilità di imporre ai *provider* esteri l'obbligo di indicare un recapito in Svizzera, un provvedimento che potrebbe facilitare l'esecuzione del diritto. Anche in questo caso, il rapporto esprimeva un avviso contrario a una regolamentazione legale nell'ordinamento svizzero. Nell'insieme appare più appropriato appoggiare la conclusione di convenzioni di assistenza giudiziaria; ciò varrebbe anche per accordi che prevedono la consegna postale diretta di atti inerenti a procedimenti civili[135].

4.3 Diritto al trasferimento dei dati (portabilità dei dati)

Il rapporto sui media sociali del 2013 approfondisce anche la questione della portabilità dei dati, ossia del trasferimento dei dati nell'ambito dei media sociali. Sarebbe infatti problematico se le piattaforme sociali cercassero di legare a sé la propria clientela impedendo agli utenti di trasferire i propri dati a imprese concorrenti. Stando al rapporto la Confederazione dovrebbe osservare il mercato e, se necessario, sancire un diritto al trasferimento dei dati. A questo proposito potrebbe essere opportuno un disciplinamento delle interfacce tra le diverse piattaforme, ad esempio imponendo ai media sociali dominanti di concedere alla propria clientela il diritto di scambiare dati con gli utenti di altre piattaforme. Al fine di valutare l'eventuale necessità di regolamentazione, potrebbe risultare utile un raffronto con le esperienze maturate all'estero[136].

Il tema della portabilità dei dati è stato esaminato dall'Amministrazione nell'ambito di diversi progetti legislativi in corso, a cominciare dalla revisione della LPD e della LTC. Da questi approfondimenti è emerso che sostanzialmente la possibilità di trasferire i dati (ad es. in caso di cambiamento da una piattaforma di media sociali a un'altra) esiste, per lo meno sulle piattaforme principali. Per questo motivo, per la revisione della LTC si è rinunciato a normare il diritto al trasferimento dei dati.

Nel rapporto esplicativo concernente l'avamprogetto di revisione totale della LPD[137] si vaglia la possibilità di sancire un diritto alla portabilità dei dati delle persone interessate, come previsto all'articolo 20 del Regolamento generale dell'UE sulla protezione dei dati. Il Consiglio federale ritiene difficile l'attuazione di un simile diritto per diversi motivi: presupporrebbe un'intesa tra i titolari del trattamento e un accordo, perlomeno implicito, sui supporti e gli standard informatici utilizzati. Valutando le eventuali conseguenze di una simile regolamentazione è inoltre emerso che il diritto alla portabilità dei dati potrebbe rivelarsi molto costoso, in particolare per le imprese con più di 50 collaboratori. Prima di prendere in considerazione l'introduzione del diritto alla portabilità dei dati, il Consiglio federale preferisce

---

[134] *Die zivilrechtliche Verantwortlichkeit von Providern*, rapporto del Consiglio federale dell'11 dicembre 2015, v. n. 7.4.2, pag. 102.

[135] *Die zivilrechtliche Verantwortlichkeit von Providern*, rapporto del Consiglio federale dell'11 dicembre 2015, v. n. 7.4.2, pag. 102 seg.

[136] Rapporto sui media sociali 2013, n. 7.2.4.4, pag. 75.

[137] *Rapporto esplicativo concernente l'avamprogetto di legge federale relativo alla revisione totale della legge sulla protezione dei dati e alla modifica di altri atti relativi alla protezione dei dati del 21 dicembre 2016*,. 1.6.4, pag. 22 https://www.bj.admin.ch/dam/data/bj/staat/gesetzgebung/datenschutzstaerkung/vn-ber-i.pdf

attendere le esperienze maturate nel contesto europeo, proseguendo dal canto suo l'analisi nel quadro della «Strategia Svizzera digitale»[138].

La Strategia del Consiglio federale per una Svizzera digitale[139], dell'aprile 2016, si propone di sviluppare una politica svizzera dei dati coerente e orientata al futuro. Nell'ambito di questi lavori il DFGP è stato incaricato di analizzare la situazione giuridica in Svizzera, nell'Unione europea e in alcuni altri Paesi per quanto riguarda il riutilizzo di dati su persone e cose nonché di dati anonimizzati. La valutazione dovrà essere effettuata entro fine 2017 per identificare l'eventuale necessità di un intervento legislativo[140]. In questa sede saranno passate al vaglio le diverse implicazioni di un'eventuale regolamentazione della portabilità dei dati, segnatamente la sua ampiezza e i suoi limiti, nonché i relativi punti critici.

4.4 Diritto delle telecomunicazioni: applicazione di norme della LTC alle piattaforme di media sociali

Come illustrato al numero 3.3, le piattaforme di media sociali rientrano nel campo d'applicazione della legge sulle telecomunicazioni nel caso in cui servano a fornire servizi di telecomunicazione, come nel caso dei servizi di messaggistica o di posta elettronica. La prestazione di servizi di telecomunicazione o*ver the top* (via collegamento a Internet) tramite piattaforme di media sociali equipara queste ultime agli altri servizi OTT, assoggettandole in linea di principio al diritto sulle telecomunicazioni. Questa circostanza costituisce però un'eccezione perché, di regola, i media sociali non agiscono come fornitori di servizi di telecomunicazione, in quanto non trasmettono informazioni tra più soggetti mediante telecomunicazione. Nella maggior parte dei casi, si limitano a ospitare i dati che un'altra azienda (fornitore di servizi di telecomunicazione) trasmette al collegamento Internet che li ha richiesti.

Nell'ambito del rapporto sulle telecomunicazioni 2014[141] il Consiglio federale ha esaminato in che misura le piattaforme di media sociali debbano essere disciplinate in modo autonomo nell'ambito di una revisione della LTC. A questo proposito, non ravvisa la necessità di una sostanziale ridefinizione di servizio di telecomunicazione che abbracci anche le più recenti evoluzioni, dato che la definizione vigente è sostanzialmente valida. Ha oltretutto sottolineato che i media sociali non si differenziano da altri servizi forniti tramite Internet[142], essendo finalizzati principalmente alla conservazione e non al trasporto di informazioni per terzi. La categorizzazione dei *social media* nella LTC secondo i criteri di telecomunicazione attualmente in uso resta pertanto appropriata[143].

D'altra parte il Consiglio federale avverte l'esigenza di estendere il campo di applicazione della LTC anche ai servizi OTT nel caso in cui trasmettano a terzi informazioni mediante tecnica di telecomunicazione. Inoltre, nel rapporto sulle telecomunicazioni 2014 era stato suggerito di valutare l'eliminazione dell'obbligo generale di notifica per i fornitori di servizi di telecomunicazione in quanto, a fronte della vigente definizione e della comparsa dei servizi OTT in Internet, non è più possibile, nella prassi, ottemperare a questo obbligo.

---

[138] *Rapporto esplicativo concernente l'avamprogetto di legge federale relativo alla revisione totale della legge sulla protezione dei dati e alla modifica di altri atti relativi alla protezione dei dati del 21 dicembre 2016*, n. 1.6.4, pag. 22 https://www.bj.admin.ch/dam/data/bj/staat/gesetzgebung/datenschutzstaerkung/vn-ber-i.pdf

[139] FF **2016** 3515, n. 4.2.1, .

[140] Il comunicato stampa del 22 marzo 2017 può essere consultato al seguente indirizzo https://www.bakom.admin.ch/bakom/it/pagina-iniziale/l-ufcom/informazioni-dell-ufcom/comunicati-stampa.msg-id-66068.html

[141] https://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/das-bakom/organisation/rechtliche-grundlagen/bundesratsgeschaefte/fernmeldebericht-2014.html, n. 3.1.

[142] https://www.bakom.admin.ch/bakom/it/pagina-iniziale/l-ufcom/organizzazione/basi-legali/affari-del-consiglio-federale/rapporto-sulle-telecomunicazioni-2014.html, n. 3.1.1.3.

[143] https://www.bakom.admin.ch/bakom/it/pagina-iniziale/l-ufcom/organizzazione/basi-legali/affari-del-consiglio-federale/rapporto-sulle-telecomunicazioni-2014.html, n. 3.1.2.1.

Gli argomenti affrontati nel rapporto sulle telecomunicazioni 2014 sono stati sviluppati nella stesura dell'avamprogetto di revisione parziale della LTC[144] posto in consultazione. Il Consiglio federale ha proposto di conservare l'attuale definizione di servizio di telecomunicazione ma di abrogare l'obbligo generale di notifica per i fornitori di servizi di telecomunicazione, che dovrà essere rimpiazzato da una registrazione degli operatori cui l'UFCOM ha attribuito elementi d'indirizzo o frequenze. Non rientrano in questo ambito le vere e proprie piattaforme di media sociali, dato che per fornire le proprie prestazioni non necessitano né di elementi d'indirizzo né di frequenze amministrate dall'UFCOM.

4.5 Rafforzamento delle competenze mediatiche della popolazione

Il rapporto sui media sociali 2013 ha presentato quanto realizzato e quanto deve ancora essere messo in atto in ambito scolastico per migliorare le competenze mediali dei bambini, dei giovani e delle persone di riferimento[145]. Le pubblicazioni e i principali siti Internet devono essere costantemente verificati e aggiornati affinché conservino tutta la loro attualità. Sarà inoltre opportuno esaminare la rilevanza dell'ampliamento delle competenze mediali, in particolare nell'utilizzo di media sociali, anche per altri gruppi target. Peraltro, proprio i media sociali potranno essere impiegati per migliorare l'informazione e la sensibilizzazione di tutti i gruppi target in merito a questioni specifiche[146].

Il Consiglio federale continua a promuovere il miglioramento delle competenze mediali dei giovani[147]. Nel 2015, nell'ambito della protezione dei giovani, la Commissione federale contro il razzismo (CFR) ha lanciato la campagna «Svizzera variopinta»[148], un'iniziativa finalizzata a sensibilizzare il pubblico nei confronti della discriminazione razziale e dell'incitamento all'odio (*hate speech*). Anche il Consiglio d'Europa ha inaugurato un programma di sensibilizzazione tramite la campagna «No Hate Speech»[149], ancora in corso. La Svizzera partecipa alla campagna europea con diverse attività. Sotto l'egida di un gruppo pilota (UFAS, il Servizio per la lotta al razzismo, le associazioni Co-habiter e SavoirLibre) la Federazione svizzera delle associazioni giovanili (FSAG) è stata incaricata di organizzare numerose attività e di creare il sito http://www.sajv.ch/no-hate-speech/[150].

Il 27 maggio 2016, in relazione all'iniziativa parlamentare Amherd[151], la Commissione della scienza, dell'educazione e della cultura del Consiglio nazionale si è pronunciata a sfavore dell'istituzione di un centro di competenza per la promozione delle competenze mediali dei bambini e dei giovani. Infatti, la maggioranza della commissione ritiene sufficienti i lavori del Consiglio federale attualmente in corso. Si proseguirà con le misure educative per la protezione dell'infanzia e della gioventù messe in atto nel quadro del programma Giovani e media. Il Consiglio federale ha inoltre annunciato di voler rafforzare i compiti di coordinamento e regolamentazione della Confederazione[152].

---

[144] https://www.bakom.admin.ch/dam/bakom/de/dokumente/2015/12/erlaeuterungsberichtzuraenderungdesfernmeldegesetzes.pdf.download.pdf/erlaeuterungsberichtzuraenderungdesfernmeldegesetzes.pdf, n. 2, commento all'art. 4 LTC.

[145] Rapporto sui media sociali 2013, n. 7.3.4, pag. 78.

[146] Rapporto sui media sociali 2013, n. 7.3.4, pag. 77 seg.

[147] Interpellanza Masshard 14.3969, Competenze mediali contro le campagne di odio.

[148] http://bunte-schweiz.ch/it/

[149] http://www.europewatchdog.info/en/instruments/campaigns/no-hate-speech/.

[150] http://www.sajv.ch/2014/12/10/le-president-de-la-confederation-sengage-aux-cotes-des-jeunes-contre-la-discrimination-sur-internet/?lang=fr, http://www.sajv.ch/no-hate-speech/

[151] Iniziativa parlamentare Amherd 15.466 Istituire un centro di competenze per la promozione delle competenze mediali dell'infanzia e della gioventù https://www.parlament.ch/de/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20150466.

[152] https://www.parlament.ch/press-releases/Pages/mm-wbk-n-2016-05-27.aspx.

5 Evoluzione della situazione legale nell'ambito delle reti sociali digitali

5.1 In generale

Nei capitoli precedenti sono stati illustrati a grandi linee gli sviluppi avvenuti in seguito alla pubblicazione del rapporto sui media sociali del 2013. Il capitolo 5 analizza in modo dettagliato la situazione di alcuni temi trattati in tale rapporto[153].

5.2 Pregiudizio degli interessi individuali cagionato dai gestori delle piattaforme

5.2.1 Problema fondamentale: carente controllo degli utenti sui propri dati

Nel rapporto sui media sociali 2013, il Consiglio federale giunge alla conclusione che le disposizioni legali offrono una buona tutela dalle pratiche di trattamento dei dati usuali nelle reti sociali. Menziona però anche alcuni fenomeni che ostacolano un'efficace protezione dei dati. Ritiene che si potrebbero ottenere dei miglioramenti adottando preimpostazioni che consentano una maggiore protezione dei dati (*privacy by design* e *privacy by default*), promuovendo tecnologie funzionali alla loro protezione e attuando misure per migliorarne il controllo e il dominio (ad es. una formulazione più comprensibile delle dichiarazioni di protezione dei dati)[154].

L'articolo 18 dell'avamprogetto di revisione totale della legge sulla protezione dei dati del 21.12.2016 (AP-LPD) è inteso a contrastare tale problematica. La disposizione introduce infatti l'obbligo di protezione dei dati tramite mezzi tecnici e impostazioni funzionali alla protezione dei dati (lo stesso vale per l'art. 8 par. 3 del progetto di revisione della Convenzione STE 108 [P-STE 108], l'art. 20 cpv. 1 della Direttiva 2016/680 e l'art. 25 GDPR). In base all'articolo 18 AP-LPD, titolare e responsabile del trattamento sono tenuti ad adottare misure appropriate che, fin dalla progettazione del trattamento, consentano di ridurre al minimo il rischio di ledere la personalità e i diritti fondamentali della persona interessata (cpv. 1, *privacy by design*). Il titolare e il responsabile sono inoltre tenuti a garantire che in linea di principio siano trattati soltanto i dati personali necessari per lo scopo del trattamento (cpv. 2, *privacy by default*).

In aggiunta, secondo l'articolo 13 capoverso 1 AP-LPD, se sono raccolti dati personali, la persona interessata deve esserne informata, anche laddove i dati siano raccolti presso terzi. Il diritto vigente in materia di protezione dei dati limita l'obbligo di informare alla raccolta di dati personali degni di particolare protezione o profili della personalità (art. 14 LPD). L'avamprogetto di legge estende tale obbligo a tutti i dati personali e amplia il catalogo dei dati da fornire: secondo l'articolo 13 capoverso 2 AP-LPD il titolare del trattamento comunica alla persona interessata tutte le informazioni necessarie affinché questa possa far valere i propri diritti ai sensi della LPD e sia garantita la trasparenza del trattamento. Ciò comprende in particolare: identità e coordinate di contatto del titolare del trattamento (lett. a), i dati o le categorie di dati trattati (lett. b), e lo scopo del trattamento (lett. c). Se i dati personali vengono comunicati a terzi, alla persona interessata devono essere comunicati anche i destinatari dei dati o le categorie di destinatari (articolo 13 capoverso 3 AP-LPD)[155].

Anche il Regolamento generale sulla protezione dei dati dell'UE prevede obblighi di informazione (art. 13 segg. GDPR). Nel caso di un processo decisionale automatizzato, l'ordinanza esige ad esempio che siano fornite informazioni significative sulla logica utilizzata per il trattamento dei dati e le conseguenze previste (art. 15 cpv. 1 lett. h GDPR). L'articolo 24 capoverso 1 GDPR obbliga i titolari a mettere in atto misure tecniche e organizzative adeguate per garantire la protezione dei dati. La loro portata dipende, tra l'altro, dalla natura, dall'ambito di applicazione, dal contesto e dalle finalità del

---

[153] Rapporto sui media sociali 2013, pag. 16 segg.

[154] Rapporto sui media sociali 2013, n. 4.3.1.8, pag. 25

[155] Avamprogetto della legge sulla protezione dei dati.

trattamento dei dati, nonché dalle probabilità che si presentino rischi per i diritti delle persone interessate e dalla loro gravità.

5.2.2 Diritto alla cancellazione

Nell'ambito delle reti sociali digitali, il diritto alla cancellazione o all'oblio indica generalmente il diritto alla cancellazione dei contenuti pubblicati dagli utenti. Nel rapporto sui media sociali 2013 è descritto quanto sia difficile cancellare definitivamente i profili degli utenti e come i dati registrati sul server del gestore della piattaforma continuino a essere conservati (v. n. 3.1)[156].

Come esposto sopra (n. 2.5.3.1), a livello europeo è statuito esplicitamente un diritto all'oblio (art. 17 GDPR: il diritto alla cancellazione [diritto all'oblio]).

Nel quadro della revisione della LPD, il Consiglio federale ha esaminato esaustivamente la necessità di sancire per legge anche in Svizzera un diritto all'oblio, e quali strumenti ne agevolerebbero l'esecuzione. È così giunto alla conclusione che la LPD attualmente in vigore disciplina già la problematica in modo completo. Consente infatti alla persona interessata di far cancellare i dati trattati illegalmente. Il diritto alla cancellazione è ora garantito esplicitamente dall'articolo 25 capoverso 1 lettera c AP-LPD. Il Consiglio federale intende così rendere la legge più comprensibile per le persone interessate. Secondo l'articolo 23 capoverso 2 lettera b AP-LPD[157] vi è lesione della personalità se sono trattati dati personali contro l'esplicita volontà della persona interessata (come già previsto dall'attuale art. 12 cpv. 2 lett. b LPD). L'articolo 23 capoverso 2 lettera b AP-LPD conferisce alla persona interessata il diritto di vietare esplicitamente al titolare di trattare dati senza che debbano essere soddisfatte condizioni specifiche (*opt-out*). Anche l'articolo 8 lettera d P-STE 108 prevede espressamente questa possibilità[158].

L'articolo 19 lettera b AP-LPD introduce una nuova disposizione, in virtù della quale le persone interessate devono essere informate di qualsiasi rettifica, cancellazione o distruzione di dati personali, nonché di qualsiasi violazione. Quest'obbligo di informazione viene meno unicamente qualora la comunicazione sia impossibile o esiga mezzi sproporzionati[159]. Anche la regolamentazione europea prevede un obbligo analogo (art. 16 cpv. 5 Direttiva 2016/680 e art. 19 GDPR). L'obbligo d'informare garantisce che i dati non possano essere trattati da terzi a cui sono stati trasmessi senza che la persona interessata ne fosse al corrente[160].

5.2.3 Raccomandazioni di buona prassi

L'avamprogetto della LPD prevede all'articolo 8 l'elaborazione di raccomandazioni di buona prassi. Secondo l'articolo 8 capoverso 3 AP-LPD, l'IFPDT elabora tali raccomandazioni non vincolanti allo scopo di precisare l'applicazione delle disposizioni sulla protezione dei dati. Ciò riguarda in particolare la trasparenza nel trattamento dei dati, i diritti della persona interessata e gli obblighi dei titolari nonché del responsabile del trattamento.

---

[156] Rapporto sui media sociali 2013, n. 4.3.3., pag. 28 seg.; v. anche Interpellanza Munz 15.3657 Diritto all'oblio per gli utenti Internet

[157] Rapporto esplicativo concernente l'avamprogetto di legge federale relativo alla revisione totale della legge sulla protezione dei dati e alla modifica di altri atti normativi sulla protezione dei dati, pag. 36 segg., nonché Rosenthal David, «Der Vorentwurf für ein neues Datenschutzgesetz: Was er bedeutet», in: *Jusletter* 20 febbraio 2017, n. marg. 67, pag. 24

[158] Rapporto esplicativo concernente l'avamprogetto di legge federale relativo alla revisione totale della legge sulla protezione dei dati e alla modifica di altri atti normativi sulla protezione dei dati, pag. 64

[159] Rosenthal David, «Der Vorentwurf für ein neues Datenschutzgesetz: Was er bedeutet», in: *Jusletter* 20 febbraio 2017, pag. 24, n. marg. 68

[160] Rapporto esplicativo concernente l'avamprogetto di legge federale relativo alla revisione totale della legge sulla protezione dei dati e alla modifica di altri atti normativi sulla protezione dei dati, pag. 61

Le raccomandazioni di buona prassi possono chiarire la situazione giuridica in settori importanti quali la nuvola informatica (*cloud computing*) o le reti sociali. L'IFPDT può rilasciare raccomandazioni per il settore pubblico e privato. A loro volta, le cerchie interessate possono completare le raccomandazioni di buona prassi dell'Incaricato o sottoporre all'Incaricato per approvazione quelle elaborate autonomamente. Se le proposte di raccomandazione sono conformi alle disposizioni sulla protezione dei dati, l'Incaricato le approva (cpv. 2). Poiché stimola la partecipazione attiva di tutto il settore, tale meccanismo dovrebbe far emergere soluzioni concordate e largamente accettate. Questo vale anche per il settore delle reti sociali[161].

5.3 Pregiudizio degli interessi individuali cagionato da terzi

5.3.1 Lesioni dell'onore e della reputazione economica

Il rapporto sui media sociali 2013 ha analizzato le disposizioni sotto il profilo del diritto penale (art. 173–178 CP), civile (art. 28 seg. CC) e della concorrenza sleale (art. 3 cpv. 1 lett. a LCSI) in merito alle esternazioni sulle reti sociali[162], giungendo alla conclusione che gli ostacoli pratici alla protezione dell'onore e della personalità si riscontrano innanzitutto a livello esecutivo, nel caso in cui gli autori di esternazioni illecite non siano identificabili.

Negli scorsi anni è emerso in più occasioni che è effettivamente possibile dare attuazione alle disposizioni di legge. Se ne trova un esempio nel rapporto annuale dello SCOCI 2014: su una piattaforma di video pornografici erano stati pubblicati video di ospiti di uno stabilimento balneare all'insaputa dei diretti interessati. Le immagini ritraevano soprattutto il seno e il sedere delle clienti, e le descrizioni contenevano affermazioni sessiste. Dopo che una delle vittime aveva segnalato i fatti ai media, erano state presentate numerose denunce per reato contro l'onore. Con il sostegno dello SCOCI e in collaborazione con i gestori delle piattaforme, le polizie cantonali competenti sono riuscite a identificare gli autori e i titolari dei profili e arrestare i colpevoli[163].

Nel 2015 un postulato depositato in Consiglio nazionale chiedeva la tutela dei diritti della personalità nello spazio digitale, facendo riferimento a una sentenza emessa dal tribunale distrettuale di Lenzburg su un caso di «porno-vendetta su Internet» e falsificazione di un profilo Facebook[164]. Nella sua risposta del 1° luglio 2015 il Consiglio federale rimanda al rapporto sui media sociali 2013, alla revisione della LPD, al programma «Giovani e media», alla revisione della LTC e ai chiarimenti in merito alla responsabilità civile dei gestori e dei fornitori di piattaforme, non ritenendo necessario un ulteriore rapporto sul tema. Inoltre, la Confederazione ha già adottato dei provvedimenti per sormontare le difficoltà tecniche che emergono nel perseguire penalmente le infrazioni commesse su Internet: la LSCPT riveduta crea infatti una base legale per l'impiego di speciali programmi informatici che permettono di sorvegliare anche le comunicazioni criptate (v. n. 3.5). La Confederazione segue tale strategia anche sul piano internazionale (ad es. nell'ambito della Convenzione sulla cibercriminalità del Consiglio d'Europa, entrata in vigore nel 2012).

---

[161] Rapporto esplicativo concernente l'avamprogetto di legge federale relativo alla revisione totale della legge sulla protezione dei dati e alla modifica di altri atti normativi sulla protezione dei dati, n. 8.1.2.5, pag. 50

[162] Rapporto sui media sociali 2013, n. 4.4.1, pag. 37 segg.

[163] Rapporto annuale SCOCI 2014, n. 2.4; pag. 14; https://www.cybercrime.admin.ch/dam/data/kobik/Berichte/2015-03-26/jb-kobik-i.pdf.

[164] 15.3407 Tutela dei diritti della personalità, https://www.parlament.ch/it/ratsbetrieb/suche-curiavista/geschaeft?Affairid=20153407.

Negli ultimi tempi il problema delle ingiurie e delle rivelazioni su persone si è amplificato sulle reti sociali. Risultano particolarmente problematici i commenti su blog o piattaforme di notizie[165] e le esternazioni pubblicate tramite il servizio di messaggi istantanei Twitter, al centro di diverse sentenze emanate dai tribunali svizzeri[166].

Anche i commenti aggressivi sui portali di valutazione possono dare adito a conflitti, ad esempio nel caso di commenti negativi di collaboratori a proposito dei loro (precedenti) datori di lavoro. Anche le valutazioni negative di clienti a proposito di fornitori di servizi (ad es. hotel o avvocati) oppure prodotti continuano a sollevare questioni giuridiche e possono spingere i fornitori oggetto di critiche ad adire le vie legali. In tale contesto, nel 2015 la CEDU ha ribadito che la libertà d'opinione di chi esprime valutazioni va rispettata. È nel legittimo interesse della comunità poter leggere commenti in merito all'affidabilità di persone che esercitano una professione di pubblica utilità (ad es. gli avvocati). I professionisti devono dunque accettare di poter essere giudicati da qualcuno con cui hanno avuto contatti per lavoro. Il diritto al rispetto della vita privata e familiare (art. 8 CEDU) non esige che lo Stato garantisca l'identificabilità degli autori di commenti incentrati sulle capacità professionali. La situazione non è paragonabile ad attacchi gravi (come ad esempio l'adescamento di minori su Internet a finalità sessuale, il cosiddetto *grooming*)[167].

5.3.2 Bullismo e *stalking* su Internet

Nel rapporto sui media sociali 2013 il Consiglio federale riassume che il diritto svizzero non contiene alcuna disposizione specifica per il bullismo o lo *stalking* su Internet, ma che le norme di diritto penale (art. 173–178 CP) e civile (art. 28 seg. CC) vigenti consentono già di perseguire tali atti. Secondo il Consiglio federale le maggiori difficoltà si presentano anche in questo caso a livello esecutivo[168].

5.3.2.1 Bullismo e *mobbing* su Internet

Nel suo parere in merito alla mozione – infine respinta[169] – Schmid-Federer 12.4161 Strategia nazionale contro il bullismo e il *mobbing* elettronici[170], il Consiglio federale afferma che sta seguendo con attenzione il problema da anni. Alla luce dei risultati del programma «Giovani e media» (v. n. 3.2) si dovrà stabilire se e quali provvedimenti s'impongono.

Dopo la conclusione del programma «Giovani e media», nel 2015, la Commissione della scienza, dell'educazione e della cultura del Consiglio degli Stati ha bocciato la creazione di una strategia nazionale contro il bullismo e il *mobbing* elettronici. Il programma di promozione e prevenzione si è rivelato efficace e la problematica del *mobbing* su Internet ha assunto un ruolo centrale. Ci si è concentrati in modo prioritario sulla protezione dei fanciulli e degli adolescenti da comportamenti sociali e criminali

---

[165] Meili Andreas/Galfano Michèle, «Medienrechtliche und medienethische Schranken für Online-Leserkommentare - Eine Übersicht mit Fallbeispielen», in: *medialex Jahrbuch* 2016, pag. 38–44, punto 1 segg; Sentenza del Tribunale federale 5A_1009/2015 del 22.11.2015.

[166] V. ad. es. Bähler Regula, «Tweet und Retweet: mitgegangen, mitgefangen – aber nicht immer: Medienethische und rechtliche Annäherung an das Medium Twitter im Umfeld von Ehrverletzungen», in: *medialex* Newsletter 2/2017; Prazeller Markus/Hug David, «Twitter und Persönlichkeitsschutz - Bemerkungen zu den Urteilen des Bundesgerichts betreffend die Berichterstattung zum "Kristallnacht-Tweet" (5A_975/2015 e 5A_195/2016 del 4 luglio 2016)», in: *Jusletter* 24 ottobre 2016

[167] Decisione corte CEDU sull'ammissibilità «Kucharczyk c. Polonia» (ricorso n.° 72966/13) del 24.11.2015.

[168] Rapporto sui media sociali 2013, n. 4.4.2.3, pag. 40

[169] Decisione del Consiglio nazionale del 5.3.2014 e del Consiglio degli Stati dell'8.9.2015 (Boll. Uff. 2015 pag. 735: https://www.parlament.ch/it/ratsbetrieb/amtliches-bulletin/amtliches-bulletin-die-verhandlungen?SubjectId=34928, disponibile unicamente in tedesco e francese).

[170] Mozione Schmid-Federer 12.4161, Strategia nazionale contro il bullismo e il mobbing elettronici: https://www.parlament.ch/it/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20124161

illeciti. Nell'ambito della prevenzione sono già stati registrati alcuni successi a livello cantonale[171] ed è ora disponibile un'ampia offerta di consulenza[172].

La Commissione ha rifiutato l'introduzione di norme penali. Le disposizioni di diritto penale sono infatti già sufficienti per punire gli autori in modo efficace[173].

In uno scritto pubblicato nel 2016 sul tema del bullismo su Internet, il procuratore generale del Cantone di Turgovia, Brun, afferma che sarebbe meglio concentrarsi sul rafforzamento della tutela nei confronti delle probabili vittime, piuttosto che sull'introduzione di ulteriori misure di diritto penale. L'autore sottolinea che è di cruciale importanza far emergere autoconsapevolezza e coraggio civile nei bambini e nei giovani[174].

A tutela dei bambini, l'articolo 8 capoverso 1 GDPR sancisce che il trattamento di dati personali del minore è lecito ove il minore ha compiuto almeno 16 anni o il titolare della responsabilità genitoriale ha prestato il proprio consenso. Secondo tale disposizione gli Stati membri saranno tuttavia liberi di introdurre nella normativa nazionale un limite d'età più basso, purché non inferiore ai 13 anni compiuti[175]. La questione dell'età è stata oggetto di discussioni accese, siccome molti ragazzi possiedono un profilo su un servizio online già prima del tredicesimo anno d'età. I contrari a tale disposizione mettono in guardia sul fatto che non agevolerà un utilizzo legale delle piattaforme da parte di bambini e giovani[176].

5.3.2.2 *Stalking* su Internet

A proposito dello *stalking* su Internet, nel suo parere in merito al postulato Feri 14.4204 Migliorare la lotta contro lo *stalking* in Svizzera il Consiglio federale afferma che oltre a provvedimenti legislativi occorrono anche misure per sostenere le vittime e responsabilizzare i persecutori. Nel suo parere il Consiglio federale si è detto disposto a presentare una panoramica delle prassi nazionali e internazionali risultate efficaci. Tuttavia, la competenza in materia di prevenzione e lotta in ambito di *stalking* spetta ai Cantoni. Al di là delle competenze di tipo legislativo la Confederazione ricopre soltanto un ruolo secondario[177]. A marzo 2015 il Consiglio nazionale ha appoggiato la richiesta formulata nel postulato affinché il Consiglio federale presenti in un rapporto i provvedimenti nazionali e internazionali risultati efficaci contro lo *stalking*[178].

A ottobre 2015 il Consiglio federale ha posto in consultazione numerose modifiche al diritto civile e penale. Nel suo rapporto esplicativo relativo all'avamprogetto di legge federale per migliorare la protezione delle vittime di violenza ha confermato che occorre aumentare l'efficacia della norma di diritto civile sulla protezione delle vittime di violenza formulata all'articolo 28b CC e che vanno abbattuti gli

---

[171] Rapporto della Commissione della scienza, dell'educazione e della cultura del 22 giugno 2015 in risposta alla Mozione Schmid-Federer 12.4161, Strategia nazionale contro il bullismo e il mobbing elettronici https://www.parlament.ch/centers/kb/Documents/2012/Rapporto_della_commissioni_CSEC-S_12.4161_2015-06-22.pdf

[172] Rapporto Giovani e media 2015, pag. 95 http://www.giovaniemedia.ch/fileadmin/user_upload/1_Medienmitteilungen_Aktuellmeldungen/Rapporto_CF_Giovani_e_media.pdf

[173] Rapporto della Commissione della scienza, dell'educazione e della cultura del 22 giugno 2015 in risposta alla Mozione Schmid-Federer 12.4161, Strategia nazionale contro il bullismo e il mobbing elettronici https://www.parlament.ch/centers/kb/Documents/2012/Rapporto_della_commissioni_CSEC-S_12.4161_2015-06-22.pdf

[174] Brun Marcel, «Cyberbullying – aus strafrechtlicher Sicht in»: *recht 2016*, pag. 20

[175] Art. 8 cpv. 1 GDPR

[176] http://www.thetimes.co.uk/tto/news/world/europe/article4641159.ece; http://www.politico.eu/?s=age+16+facebook; https://www.heise.de/newsticker/meldung/Neue-EU-Datenschutzregeln-Facebook-erst-ab-16-Jahren-3044585.html

[177] Postulato Feri 14.4204 Migliorare la lotta contro lo stalking in Svizzera; https://www.parlament.ch/it/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20144204

[178] Decisione del Consiglio nazionale in merito al Postulato Feri del 20.3.2015; https://www.parlament.ch/it/ratsbetrieb/amtliches-bulletin/amtliches-bulletin-die-verhandlungen?SubjectId=33752

ostacoli procedurali di tipo civile. Ciò consentirebbe di eliminare le spese processuali in caso di procedure decisionali, escludendo a priori una procedura di conciliazione (art. 114 lett. g e art. 198 lett. a^{bis} AP-CPC)[179]. I risultati della consultazione sono attualmente in fase di analisi, e il messaggio e il disegno all'attenzione del Consiglio federale sono in corso di elaborazione[180].

Una sentenza emessa dal Tribunale federale il 2 dicembre 2015 spiega che le disposizioni di diritto penale concernenti lo *stalking* si applicano anche ai commenti su Facebook[181].

5.3.3 Furto d'identità e altri pericoli derivanti dalla manipolazione malintenzionata

La mozione Comte (14.3288), adottata dal Parlamento, chiede che l'usurpazione d'identità sia resa un reato penale a sé stante[182]. Nell'ambito della revisione totale della legge federale sulla protezione dei dati (LPD), posta in consultazione il 21 dicembre 2016, il Consiglio federale ha proposto l'aggiunta di una nuova disposizione nel codice penale.

Secondo la proposta di articolo 179^{decies} CP, in futuro l'usurpazione d'identità con l'intento di ottenere un vantaggio illecito sarà vietata: «Chiunque utilizza l'identità di un'altra persona senza il suo consenso con l'intento di nuocerle oppure di procurare a sé stesso o a un terzo un vantaggio illecito è punito, a querela di parte, con una pena detentiva sino a un anno o con una pena pecuniaria»[183]. Il danno subito dalla persona deve raggiungere una determinata gravità e può essere di natura materiale o immateriale[184].

5.3.4 Monitoraggio delle affermazioni sui media sociali digitali (*social media monitoring*)

In merito al fenomeno del *social media monitoring*, il rapporto sui media sociali 2013 spiegava che l'Incaricato federale della protezione dei dati e della trasparenza (IFPDT) pubblica sul suo sito web raccomandazioni per un impiego del monitoraggio dei media sociali conforme alla protezione dei dati[185]. L'IFPDT raccomanda di ridurre al minimo il trattamento di dati personali e che questi siano cancellati o resi anonimi il più presto possibile. Secondo l'IFPDT gli utenti dei media sociali dovrebbero essere informati del fatto che sono utilizzati strumenti di monitoraggio. Per l'IFPDT, inoltre, qualora la persona interessata non sia stata informata del trattamento e quest'ultimo non risulti visibile in base alle circostanze, sussiste una violazione delle disposizioni legali in materia di protezione dei dati[186].

Anche la revisione della LPD affronta questa tematica. Secondo l'articolo 13 AP-LPD, il titolare del trattamento informa la persona interessata in merito a qualsiasi tipo di raccolta di dati personali. L'articolo 20 AP-LPD sancisce che chiunque può chiedere al titolare del trattamento se vengono trattati dati sul proprio conto. La disposizione elenca una lista di informazioni che il titolare del trattamento è in ogni caso tenuto a comunicare (ad es. lo scopo del trattamento e la durata di conservazione dei dati). In caso di decisione individuale automatizzata l'articolo 15 AP-LPD prevede un obbligo di informare e sentire. Inoltre, gli articoli 8 e 9 AP-LPD iscrivono nella legge le raccomandazioni di buona prassi,

---

[179] Legge federale per migliorare la protezione delle vittime di violenza. Rapporto esplicativo sull'avamprogetto, ottobre 2015 https://www.admin.ch/ch/i/gg/pc/documents/2307/Protezione-delle-vittime-di-violenza_Rapporto-espl_it.pdf

[180] I pareri pervenuti da parte di Cantoni, partiti e associazioni varie possono essere consultati alla pagina: https://www.bj.admin.ch/bj/it/home/sicherheit/gesetzgebung/gewaltschutz.html

[181] DTF 141 IV 437 (disponibile unicamente in tedesco)

[182] 14.3288 Mozione Comte, Rendere l'usurpazione d'identità un reato penale a sé stante https://www.parlament.ch/it/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20143288.

[183] Avamprogetto: https://www.admin.ch/ch/i/gg/pc/documents/2826/Revisione-totale-della-legge-sulla-protezione-dei-dati_Progetto-LPD_it.pdf

[184] Cfr. Rapporto esplicativo del 21 dicembre 2016 concernente l'avamprogetto di legge federale relativo alla revisione totale della legge sulla protezione dei dati e alla modifica di altri atti normativi sulla protezione dei dati, n. 8.2.11, pag. 87 seg.; https://www.ejpd.admin.ch/dam/data/bj/staat/gesetzgebung/datenschutzstaerkung/vn-ber-i.pdf.

[185] Rapporto sui media sociali 2013, n. 4.4.4.2, pag. 43

[186] Social media: monitoraggio conforme alla protezione dei dati, https://www.edoeb.admin.ch/datenschutz/00683/00690/00691/00692/index.html?lang=it

mentre l'articolo 18 AP-LPD sancisce che il titolare del trattamento dei dati è tenuto ad adottare le misure appropriate per ridurre al minimo e prevenire il rischio di ledere la personalità e i diritti fondamentali della persona interessata. L'articolo 18 AP-LPD prescrive la protezione dei dati tramite mezzi tecnici e impostazioni appropriate[187].

5.3.5 Violazione del diritto d'autore sulle piattaforme dei media sociali

Gli utenti medi delle reti sociali conoscono poco le disposizioni in materia di diritto d'autore. Negli scorsi anni è emerso anche come sui media sociali si verifichino continue violazioni della proprietà intellettuale (diritti degli autori e degli interpreti). Tuttavia, il caricamento illegale di opere protette sembra essere circoscritto a poche piattaforme[188] e i fornitori di servizi di *hosting* svizzeri sembrano avere ampiamente sotto controllo la problematica dell'autoregolamentazione[189].

5.4 Pregiudizio dell'interesse generale

5.4.1 Affermazioni razziste e altre esternazioni discriminanti (*hate speech*)

La problematica delle esternazioni cariche d'odio, diffamatorie, razziste e discriminatorie sui media sociali si è acuita negli ultimi anni (v. n. 2.5.2.3 in merito alla Raccomandazione dell'Assemblea parlamentare del Consiglio d'Europa per porre fine alla discriminazione e all'odio su Internet) ed è un tema ricorrente per la giustizia penale elvetica[190].

Le esternazioni discriminatorie degli utenti rappresentano una questione spinosa, non da ultimo, sulle piattaforme gestite dagli operatori dei media. La Dichiarazione dei doveri e dei diritti dei giornalisti ricopre un ruolo essenziale sotto il profilo dell'etica mediatica[191]. Il punto n. 8 della Dichiarazione prescrive il rispetto della dignità delle persone e la rinuncia a riferimenti discriminatori. Il Consiglio svizzero della stampa, in qualità di organo di autoregolazione, ricorda che questo principio va osservato anche nell'approccio redazionale alle lettere dei lettori o ai commenti pubblicati su Internet dal pubblico. Esorta poi i professionisti dei media alla massima attenzione: più gli animi della popolazione sono surriscaldati, più si consiglia di rinunciare a pubblicare contributi apertamente o anche solo tendenzialmente discriminatori. Nel 2016 il Consiglio della stampa aveva ad esempio constatato una violazione del punto n. 8 della Dichiarazione da parte del quotidiano Tribune de Genève. Il suo forum online riceve ogni giorno oltre 500 commenti da parte dei lettori, che vengono controllati dai moderatori prima della pubblicazione. Il giornale aveva tuttavia tollerato due commenti discriminatori e carichi d'odio contro i richiedenti l'asilo e l'Islam. Il Consiglio della stampa rammenta la necessità di intervenire in caso di discriminazioni manifestamente gravi da parte degli autori di commenti[192].

Nel suo parere in merito all'interpellanza Masshardt 14.3969 Competenze mediali contro le campagne di odio[193], il Consiglio federale ha ribadito che per far fronte al diffondersi di esternazioni razziste in Internet da parte dei giovani è necessaria un'azione preventiva, che promuova non solo il rafforzamento delle competenze mediali, ma più in generale il rispetto nei confronti delle persone di altre culture o religioni. In tale contesto va sottolineato che, negli ultimi anni, nelle scuole e nel quadro delle

---

[187] Avamprogetto di legge sulla protezione dei dati da porre in consultazione https://www.ejpd.admin.ch/dam/data/bj/staat/gesetzgebung/datenschutzstaerkung/vorentw-i.pdf.

[188] Cfr. Sondaggio simsa 2015 Code of Conduct Hosting; http://simsa.ch/_Resources/Persistent/2be6be4bbea4d7d7ee569211184b0631b499ab71/Auswertung-Umfrage-CCH-2016.pdf (disponibile unicamente in tedesco)

[189] Il comunicato stampa dell'IPI del 2 marzo 2017 «Modernizzazione del diritto d'autore: il gruppo di lavoro AGUR12 arriva a un compromesso» può essere consultato al seguente indirizzo: https://www.ige.ch/fileadmin/user_upload/Urheberrecht/i/AGUR12_II_Medienmitteilung_20170302_IT.pdf.

[190] Cfr. ad es. DTF 141 IV 108 pag. 111 (disponibile unicamente in tedesco)

[191] http://www.presserat.ch/Documents/Dichiarazione_2008.pdf

[192] Parere del Consiglio della stampa 8/2016 del 2.5.2016 (X. c. "Tribune de Genève")

[193] Interpellanza Masshardt 14.3969 del 26.09.2014 Competenze mediali contro le campagne di odio; https://www.parlament.ch/it/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20143969

attività e delle associazioni giovanili, nonché nel lavoro svolto con le tifoserie in relazione ad eventi sportivi sono stati realizzati numerosi progetti in tal senso, per esempio per promuovere una migliore comprensione della situazione e delle consuetudini dei giovani musulmani in Svizzera. Queste misure sono state attuate con il sostegno del Servizio per la lotta al razzismo e i mezzi previsti dalla legge sulla promozione delle attività giovanili extrascolastiche (LPAG; RS *446.1*).

Su scala europea esiste inoltre la Convenzione quadro per la protezione delle minoranze nazionali, un accordo multilaterale del Consiglio d'Europa, giuridicamente vincolante, che garantisce alle minoranze nazionali il divieto di discriminazione, la libertà di opinione, religione, coscienza, riunione e associazione. La Convenzione riconosce alle minoranze anche alcuni diritti particolari (ad es. il diritto di usare la propria lingua e il diritto di stabilire e mantenere contatti con persone con le quali esse hanno in comune un'identità etnica, culturale, linguistica o religiosa) al di là delle frontiere nazionali. La Svizzera ha aderito alla Convenzione quadro nel 1998[194]. Il Consiglio federale si è espresso in merito agli sviluppi più recenti nel Quarto rapporto del Governo svizzero sull'applicazione della Convenzione-quadro del Consiglio d'Europa per la protezione delle minoranze nazionali, pubblicato a febbraio 2017[195].

5.4.2 Sfruttamento sessuale e abusi sessuali, pornografia

La Svizzera ha ratificato il 18 marzo 2014 la Convenzione del Consiglio d'Europa sulla protezione dei minori contro lo sfruttamento e l'abuso sessuali del 25 ottobre 2007 (Convenzione di Lanzarote), entrata in vigore il 1° luglio 2014. In concomitanza con l'entrata in vigore della Convenzione sono state adeguate alcune disposizioni del CP. In particolare, l'età protetta per quanto attiene la pornografia infantile è stata aumentata a 18 anni, il consumo di pornografia dura è ora una fattispecie penalmente perseguibile e le pene sono state estese in maniera puntuale. L'articolo 9 capoverso 2 della Convenzione obbliga tutte le parti contraenti a incoraggiare il settore privato (in particolare quello delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione) a partecipare all'elaborazione e all'attuazione di politiche per prevenire lo sfruttamento e l'abuso sessuali commessi su minori. L'autoregolamentazione dei settori o la coregolamentazione da parte dello Stato e del settore privato dovrebbero contribuire ad assicurare il rispetto della convenzione anche nelle reti sociali digitali[196]. La convenzione mira a proteggere i minori anche dalle moderne forme di sfruttamento sessuale. Fra i reati che punisce rientra anche il cosiddetto *grooming*[197].

La revisione della LTC attualmente in corso prevede l'introduzione di una disposizione che obbligherà i fornitori di servizi di telecomunicazione a bloccare l'accesso a contenuti a carattere pornografico[198] sulla base di liste stilate dallo SCOCI (v. n. 3.3).

Nel quadro di altri progetti il Consiglio federale ha promosso o sostenuto misure volte a impedire la pornografia, in particolare la pedopornografia (ad es. promozione delle competenze mediatiche, il progetto «Gioventù e media» e altri programmi di sensibilizzazione)[199].

---

[194] https://www.edi.admin.ch/edi/it/home/fachstellen/ara/organismi-internazionali/consiglio-d_europa/protezione-delle-minoranze-nazionali.html

[195] https://www.eda.admin.ch/content/dam/eda/it/documents/aktuell/news/4e-rapport-minorites-Suisse-15022017_IT.pdf

[196] V. 0.311.40 Convenzione del Consiglio d'Europa sulla protezione dei minori contro lo sfruttamento e l'abuso sessuali, all'indirizzo: https://www.admin.ch/opc/it/classified-compilation/20121286/index.html

[197] http://www.humanrights.ch/fr/droits-humains-internationaux/conseil-europe/exploitation-sexuelle/ (disponibile unicamente in tedesco, francese e inglese)

[198] V. art. 197 cpv. 4 e 5 CP

[199] V. parere del Consiglio federale in merito alla mozione Tornare, 13.3087 Cibercriminalità; https://www.parlament.ch/it/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20133087.

5.4.3 Minaccia dell'ordine pubblico attraverso la mobilitazione di massa

Un'iniziativa lanciata dal Cantone di Berna nel 2014 chiedeva la possibilità di togliere l'anonimato degli organizzatori in caso di diffusione, attraverso le reti sociali, di appelli a partecipare a grandi manifestazioni e dimostrazioni[200].

La Commissione della politica di sicurezza del Consiglio degli Stati ha chiesto di non dare seguito all'iniziativa cantonale. Al contempo, nel suo postulato 14.3672 «Dimostrazioni e grandi eventi. Comunicazione di indirizzi Internet» chiedeva al Consiglio federale di redigere un rapporto sulle possibili misure di attuazione dell'iniziativa cantonale[201].

Nel suo parere del 2014 il Consiglio federale spiega che svelare a titolo preventivo l'identità di persone anonime viola il principio della proporzionalità. L'incompatibilità risulta in particolare nei casi in cui un appello a dimostrare o a partecipare a un evento non contiene alcuna istigazione a commettere reati o atti di violenza. Il Consiglio federale ha inoltre menzionato le difficoltà che si riscontrerebbero nel far rispettare un tale disciplinamento ai provider con sede all'estero. Infine, visto che produrrebbe anche un effetto inibitorio, il disciplinamento costituirebbe una grave ingerenza nella libertà di riunione garantita dalla Costituzione[202].

All'interno del rapporto «Dimostrazioni e grandi eventi. Comunicazione di indirizzi Internet», pubblicato a settembre 2015 su richiesta del Consiglio degli Stati, il Consiglio federale ha analizzato le possibilità che si presentavano in base agli avamprogetti di allora relativi alla revisione totale della legge federale sulla sorveglianza della corrispondenza postale e del traffico delle telecomunicazioni (LSCPT) e alla nuova legge federale sulle attività informative (LAIn). Come illustrato nel rapporto, le forze di polizia rientrano nella sfera di competenza dei Cantoni e, dunque, compete innanzitutto a questi ultimi legiferare per estendere il campo di indagine della polizia. In tal senso occorre tenere debito conto del principio della proporzionalità. Qualora fosse auspicata un'uniformazione legislativa, i Cantoni sarebbero liberi di elaborare le basi giuridiche necessarie mediante convenzioni intercantonali[203].

5.5 Persone con particolare bisogno di protezione

5.5.1 Bambini e giovani

Come esposto nel rapporto sui media sociali 2013, i rischi che le reti sociali rappresentano per bambini e giovani sono di varia natura e, siccome vanno al di là delle casistiche presentate ai capitoli 5.2 e 5.3, possono compromettere gli interessi privati di qualsiasi utente. Pongono un problema particolare i contenuti non adatti o dannosi per i giovani o l'approccio da parte di terzi, soprattutto se motivato da intenti di natura sessuale[204].

Nel suo rapporto sulla futura impostazione della protezione dell'infanzia e della gioventù dai rischi dei media in Svizzera, pubblicato il 13 maggio 2015, il Consiglio federale ha illustrato in modo approfondito le opportunità e i rischi che i media digitali rappresentano per bambini e giovani[205]. Le opportunità principali sono state individuate negli ambiti seguenti: informazione e formazione (ad es. accesso a

---

[200] «Basta con gli appelli anonimi a dimostrazioni e a grandi manifestazioni senza assunzione di responsabilità!», iniziativa del Cantone di Berna 14.305: https://www.parlament.ch/it/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20140305

[201] https://www.parlament.ch/it/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20143672

[202] Parere del Consiglio federale del 29.10.2014: https://www.parlament.ch/it/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20143672

[203] Rapporto del Consiglio federale del 16.9.2015 in adempimento del postulato 14.3672 «Dimostrazioni e grandi eventi. Comunicazione di indirizzi Internet» pubblicato il 1° settembre 2014 dalla Commissione della politica di sicurezza del Consiglio degli Stati. https://www.fedpol.admin.ch/dam/data/fedpol/publiservice/publikationen/berichte/weitere_berichte/ber-br-po-siks-f.pdf (disponibile unicamente in tedesco e francese).

[204] Rapporto sui media sociali 2013, n. 4.7.1.1, pag. 51

[205] Giovani e media, Futura impostazione della protezione dell'infanzia e della gioventù dai rischi dei media in Svizzera, 13 maggio 2015, rapporto del Consiglio federale in adempimento della mozione Bischofberger 10.3466 «Protezione dei giovani dai rischi dei media e lotta alla cibercriminalità. Maggiore efficacia ed efficienza», n. 3.3, pag. 19 segg.; http://www.giovaniemedia.ch/fileadmin/user_upload/1_Medienmitteilungen_Aktuellmeldungen/Rapporto_CF_Giovani_e_media.pdf.

consulenti, approccio alle nuove tecnologie e esercitazione di strategie per la risoluzione dei problemi), interconnessione, intrattenimento e creatività, nonché formazione dell'identità (ad es. tramite scambi di esperienze con persone che condividono la propria opinione)[206].

Il rapporto comprende un'analisi completa dei rischi. Sulla base di rilevazioni effettuate in Svizzera e all'estero, infatti, sistematizza e definisce in base alla priorità le tipologie di problemi con cui possono trovarsi confrontati bambini e giovani, identificandone quattro[207]:

1. **Problemi derivanti da contenuti mediatici standardizzat**i (bambini che fruiscono di contenuti mediatici predefiniti che possono disturbarne o turbarne la crescita): contenuti violenti, minacciosi o carichi d'odio / contenuti indesiderati a carattere pornografico o sessuale / informazioni distorte o ingannevoli (ad es. in merito a droghe, anoressia, autolesionismo) / rischi commerciali (ad es. pubblicità occulta).

2. **Pericoli derivanti dal contatto diretto con i fornitori** (i bambini come attori del mercato e partner contrattuali che possono ad esempio essere tratti in inganno): esercitazione di pressione (ad es. di tipo finanziario), minaccia di sanzioni contrattuali da parte del fornitore / spam a contenuto erotico / micropagamenti, pagamenti integrati, lotterie, abbonamenti abusivi, frodi, inganni / utilizzo eccessivo (incoraggiato da tariffe forfettarie, bonus e sconti) / mancanza di trasparenza concernente l'utilizzo o la trasmissione di dati personali.

3. **Pericoli derivanti dal contatto diretto tra un bambino e altri interlocutori** (bambini quali partecipanti a processi di comunicazione individuali che coinvolgono conoscenti e sconosciuti): bambino come vittima di molestie, vessazioni, intimidazioni o bullismo su Internet / ricezione di messaggi osceni da parte di interlocutori, presa di contatto da parte di pedofili / incitazione ad atti di autolesionismo o a comportamenti socialmente inadeguati o criminali / pressione del gruppo e pressione reciproca (giochi sulle reti sociali) / spionaggio e raccolta di dati personali da parte di altri interlocutori.

4. **Azioni problematiche da parte del bambino** (bambini come attori che producono e diffondono contenuti inadeguati o che feriscono, minacciano e offendono altri): molestie o intimidazione di altre persone (ad esempio attraverso il bullismo su Internet) / molestie sessuali all'indirizzo di altri, realizzazione e pubblicazione di materiale pornografico / pubblicazione di contenuti problematici e incitazione all'imitazione (p. es suicidio o anoressia) / caricamenti illegali di opere protette dal diritto d'autore, download pericolosi, *hacking*, gioco d'azzardo / uso eccessivo (ossessione da performance, autoinflitta a scapito di altre attività) / forme problematiche di rappresentazione di sé (droghe, opinioni politiche, orientamento sessuale) e trattamento dei dati di terzi.

Il rapporto constata che sino a quel momento la protezione della gioventù dai rischi dei media si concentrava sulla protezione dei bambini e dei giovani dai contenuti mediatici standardizzati (v. punto 1). Negli ultimi anni lo spettro dei possibili pericoli si è però ampliato notevolmente. Considerate le mutate abitudini di fruizione si riscontrano ora anche problemi derivanti dal ruolo di bambini e giovani quali attori del mercato, partecipanti a processi di comunicazione e autori/produttori) (punti 2–4).

Tuttavia, non tutti i rischi identificati richiedono l'intervento del legislatore. Lo Stato dovrebbe agire, in virtù dei suoi obblighi in materia di protezione, unicamente laddove vi sono da attendersi conseguenze negative serie e a lungo termine per la salute fisica e psichica di bambini e adolescenti. In tutti gli altri settori è importante conciliare gli interessi in materia di protezione dei bambini e dei giovani con le libertà fondamentali dei terzi[208].

---

[206] Rapporto Giovani e media 2015, n. 3.3, pag. 19

[207] V. tabella nel rapporto Giovani e media 2015, n. 3.3, pag. 20

[208] Rapporto Giovani e media 2015, n. 3.4.1, pag. 21 segg.

Nel suo rapporto il Consiglio federale ha pertanto identificato i problemi da affrontare in modo prioritario, tenendo conto non solo della probabilità dei rischi e dell'entità dei danni (prospettiva della gestione dei rischi), ma anche dell'effetto degli interventi normativi.

Per quanto riguarda molte delle problematiche illustrate pocanzi, si può in primo luogo agire nel campo delle competenze mediatiche (protezione dei giovani sotto il profilo educativo). Ciò si applica alle azioni commesse dagli adolescenti in quanto attori/produttori (punto 4) e attori del mercato (punto 2; eccezion fatta per la mancanza di trasparenza quanto all'utilizzo dei propri dati o alla trasmissione a terzi), e in parte anche al comportamento in qualità di interlocutori nella comunicazione (punto 3: pressione del gruppo).

Le problematiche da affrontare in modo prioritario sarebbero tre[209]:

- divieto generale o per determinate fasce d'età di alcuni contenuti mediatici;
- pericolo rappresentato da certi messaggi nell'ambito della comunicazione individuale (bullismo su Internet, *mobbing* su Internet, adescamento di minori su Internet, *sexting*, ecc.);
- mancanza di trasparenza circa il trattamento dei dati personali, con conseguenze difficili da valutare.

La protezione di bambini e giovani dai rischi dei media è strettamente interrelata alla protezione della personalità, dei dati e dei consumatori. Occorre che le autorità competenti in tali ambiti, le autorità di vigilanza e gli organi di autocontrollo sviluppino forme sistematiche di collaborazione.

Le questioni normative sono in corso di approfondimento nell'ambito dei lavori preliminari di competenza dell'UFAS per l'elaborazione di un avamprogetto da porre in consultazione in merito alla protezione dei giovani dai contenuti inadeguati di film, videogiochi e piattaforme online (v. n. 3.2).

5.5.2 Collaboratori

Il rapporto sui media sociali 2013 ha esaminato anche quali problematiche le reti sociali possano costituire per i rapporti di lavoro esistenti o futuri[210], si pensi ad esempio all'accesso da parte del datore di lavoro a dati personali dei candidati per un posto.

La revisione della legislazione in materia di protezione dei dati e il conseguente rafforzamento del controllo sui propri dati personali (capitolo 5.2) illustrati pocanzi sono indicati anche per migliorare la situazione dei candidati o dei datori di lavoro. Preimpostazioni volte alla protezione dei dati, il diritto alla cancellazione e le raccomandazioni di buona prassi previste aiutano infatti i candidati a meglio proteggere le informazioni contenute nei media sociali dalle ricerche di potenziali datori di lavoro.

5.5.3 Persone disabili

Il rapporto sui media sociali 2013 illustrava il grande potenziale dei media sociali per favorire l'inclusione sociale delle persone disabili[211]. Le tecnologie attuali permettono alle persone con disabilità fisiche, mentali o psichiche di partecipare maggiormente alla vita sociale e avvalersi più efficacemente dei propri diritti in materia di informazione e comunicazione. Il presupposto è tuttavia che i gestori delle piattaforme garantiscano l'assenza di barriere per accedere alle loro offerte e nella loro fruizione. Ciò significa renderle accessibili tanto per le persone prive di disabilità quanto per quelle disabili.

---

[209] V. tabella nel rapporto Giovani e media 2015, n. 3.3, pag. 20

[210] Rapporto sui media sociali 2013, n. 4.6.2, pag. 54 segg.

[211] Rapporto sui media sociali 2013, n. 4.6.3, pag. 56 seg.

5.5.3.1 Sviluppi giuridici

Dal 15 maggio 2014 la Svizzera si attiene alla Convenzione sui diritti delle persone con disabilità (CDPD)[212] dell'ONU, che garantisce il pieno godimento, senza discriminazioni, di qualsiasi forma di comunicazione. Secondo l'articolo 2 della CDPD la comunicazione comprende una moltitudine di elementi: le lingue, le visualizzazioni di testi, il Braille, la comunicazione tattile, la stampa a grandi caratteri, le fonti multimediali accessibili nonché le modalità, i mezzi ed i formati comunicativi alternativi e accrescitivi su supporti scritti, l'audio, il linguaggio semplice e il lettore umano, comprese le tecnologie accessibili della comunicazione e dell'informazione. Questa definizione si applica anche ai media sociali, le cui piattaforme devono dunque essere accessibili per le persone con disabilità.

L'articolo 9 capoverso 2 lettera b CDPD obbliga gli Stati contraenti a prendere misure appropriate per assicurare che gli enti privati che forniscono strutture e servizi aperti od offerti al pubblico tengano conto di tutti gli aspetti dell'accessibilità per le persone con disabilità[213]. Lo scopo è che non si operino distinzioni tra prestazioni di diritto privato e pubblico. Determinante per l'accesso senza barriere è il fatto che il servizio sia rivolto al pubblico[214].

L'articolo 21 CDPD disciplina il diritto alla libertà di espressione e di opinione e all'accesso alle informazioni. La lettera c obbliga gli Stati parte a ordinare urgentemente agli enti privati di fornire informazioni e servizi con sistemi accessibili e utilizzabili dalle persone con disabilità. L'articolo 30 CDPD disciplina invece la partecipazione alla vita culturale, alla ricreazione, al tempo libero e allo sport. Gli Stati osservano tale diritto e hanno l'obbligo di astenersi dall'intraprendere ogni atto che potrebbe pregiudicarlo. I contenuti culturali e relativi al tempo libero devono essere offerti in una forma accessibile e priva di barriere. Ciò vale anche per l'accesso a Internet e alle reti sociali[215].

Il 2° dicembre 2016 è stata pubblicata nella Gazzetta ufficiale la Direttiva UE 2016/2102 del 26 ottobre 2016 relativa all'accessibilità dei siti web e delle applicazioni mobili degli enti pubblici[216]. Il suo scopo è l'avvicinamento delle disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri alle esigenze in materia di accesso senza barriere per i siti web e le applicazioni mobili degli enti pubblici. Gli Stati membri dell'UE devono applicare la Direttiva entro il 23 settembre 2018[217].

5.5.3.2 Attuazione

In Svizzera sono state adottate numerose misure finalizzate a soddisfare le esigenze poste dalla CDPD e ad attuare la legge federale sull'eliminazione di svantaggi nei confronti dei disabili (legge sui disabili, LDis; RS *151.3*).

Il 20 giugno 2014 il Consiglio federale ha approvato un catalogo di misure finalizzato a garantire un accesso senza barriere ai siti web della Confederazione[218]. Su tale base è nato il piano d'azione sull'accessibilità elettronica 2015-2017. I Dipartimenti e gli Uffici federali saranno sostenuti nell'approntare gli strumenti ed elaborare raccomandazioni in relazione all'accessibilità elettronica. In pratica, i siti web, i documenti elettronici e le applicazioni devono essere impostati in modo tale, ad esempio,

---

[212] RS **0.109**.

[213] CRPD, General Comment No. 2 (2014), punto 13; Trenk-Hintenberger Peter in Kreutz Marcus/Lachwitz Klaus/Trenk-Hinterberger Peter (ed.), *Die UN-Behindertenrechtskonvention in der Praxis*, Colonia, 2013, punti 5 e 7 sull'art. 9 CDPD ONU, pag. 132 seg.

[214] Si intendono i servizi rivolti a un gruppo indeterminato di persone.

[215] Kreutz Marcus/Lachwitz Klaus/Trenk-Hinterberger Peter (ed.), *Die UN-Behindertenrechtskonvention in der Praxis*, Colonia 2013, pag. 312

[216] Direttiva (UE) 2016/2102 del Parlamento europeo e del Consiglio del 26 ottobre 2016 relativa all'accessibilità dei siti web e delle applicazioni mobili degli enti pubblici, GU L 327 del 2.12.2016, pag. 1; all'indirizzo http://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016L2102&from=IT.

[217] Direttiva (UE) 2016/2102, in particolare art. 1 e 12 (Recepimento).

[218] Il comunicato stampa del DFI del 20.06.2014 può essere consultato al seguente indirizzo: https://www.admin.ch/gov/it/pagina-iniziale/documentazione/comunicati-stampa.msg-id-53417.html

da poter essere letti mediante appositi programmi. Le misure vanno attuate entro fine 2017 con l'ausilio del servizio specializzato E-Accessibility, istituito nel 2014 per un periodo di tre anni[219].

Inoltre, a marzo 2016 il Consiglio federale ha adottato la «Strategia Svizzera digitale». I punti principali del progetto comprendono le pari opportunità e la partecipazione di tutti gli abitanti. L'obiettivo è garantire un accesso equo, a buon mercato, libero e senza discriminazioni a un'infrastruttura di rete di elevata qualità e a contenuti, servizi e applicazioni innovativi[220]. In tale contesto il piano d'azione e-Inclusion 2016-2020 della rete Inclusione digitale in Svizzera promuove il miglioramento dell'accessibilità (*e-accessibility*) e della facilità di utilizzo (*usability*) dei siti web e dell'offerta Internet. Si richiede la messa in atto di misure volte a migliorare l'accessibilità dei siti web e in generale dell'offerta di tecnologie d'informazione e di comunicazione degli operatori pubblici e privati, nonché intese a sostenere l'attuazione costante e coerente di uno standard di accessibilità valido per tutta la Svizzera in materia di offerta Internet (eCH-Standard)[221].

Il rapporto pubblicato l'11 gennaio 2017 dall'Ufficio federale per le pari opportunità delle persone con disabilità (UFPD) sullo sviluppo della politica in favore delle persone disabili chiede un migliore accesso alle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione. Oltre a realizzare programmi e progetti in favore delle pari opportunità, le esperienze e gli strumenti elaborati dalla Confederazione dovranno essere messi a disposizione degli altri enti pubblici e dei privati[222].

5.5.3.3 Studi e accesso senza barriere in Svizzera

In Svizzera non esistono studi specifici sull'uso delle reti sociali da parte di persone disabili. Nel 2016 la fondazione Accesso per tutti ha però pubblicato lo studio svizzero sull'accessibilità 2016[223], focalizzato sull'accesso senza barriere a determinati siti web. È così stato rilevato un grande potenziale di miglioramento nei siti privati, ma pure in quelli cantonali e comunali.

Anche alcune pagine web della Confederazione non sono conformi allo standard cui dovrebbero attenersi secondo le direttive sulla realizzazione di siti Web accessibili (P028)[224]. Alle pagine web cantonali e comunali si applica invece l'Accessibility-Standard eCH-0059, versione 2.0[225], che stabilisce criteri unitari cui possono orientarsi anche i privati. Gli standard menzionati rispondono solo in minima parte alle esigenze delle persone con disabilità cognitive. Per rispondervi in modo effettivo la fondazione Accesso per tutti ha elaborato insieme alla Scuola universitaria professionale della svizzera nordoccidentale (Fachhochschule Nordwestschweiz) le linee guida non vincolanti «Navigazione facile», rivolte a tutti coloro che sono coinvolti nello sviluppo di un sito web[226].

---

[219] Maggiori informazioni in merito al gruppo di lavoro interdipartimentale Internet senza barriere GLI SBI: piano d'azione sull'accessibilità elettronica 2015–2017, attuazione del pacchetto di misure Internet senza barriere del 20.6.2014; http://www.news.admin.ch/NSBSubscriber/message/attachments/41220.pdf (disponibile solo in tedesco)

[220] «Strategia Svizzera digitale», FF **2016** 3515, aprile 2016, n. 3; alla pagina https://www.admin.ch/opc/it/federal-gazette/2016/3515.pdf

[221] Maggiori informazioni: Piano d'azione e-Inclusion Svizzera 2016-2020, tecnologie dell'informazione e della comunicazione per una società inclusiva, http://www.einclusion.ch/it/e-inclusion/piano-d-azione-e-progetti.html, in particolare pag. 3 e 4.

[222] DFI, Rapporto sullo sviluppo della politica in favore delle persone disabili dell'11 gennaio 2017, pag. 25; https://www.newsd.admin.ch/newsd/message/attachments/46890.pdf

[223] Schweizer Accessibility-Studie 2016, Bestandsaufnahme der Zugänglichkeit bedeutender Schweizer Internetangebote, Eine Studie der Schweizerischen Stiftung zur behindertengerechten Technologienutzung «Zugang für alle», alla pagina: http://www.access-for-all.ch/images/Accessibilty_Studie/2016/EtudeAccessibility2016enSuisse.pdf (disponibile unicamente in tedesco e francese)

[224] Maggiori informazioni in merito allo standard della Confederazione sono disponibili all'indirizzo: https://www.isb.admin.ch/isb/fr/home/ikt-vorgaben/prozesse-methoden/p028-richtlinien_bund_gestaltung_barrierefreie_internetangebote.html (disponibile unicamente in francese e tedesco)

[225] Convenzione quadro di diritto pubblico concernente la collaborazione nell'ambito del Governo elettronico in Svizzera (2016 – 2019). Adottata il 18 novembre 2015 dal Consiglio federale e approvata il 18 dicembre 2015 dall'Assemblea plenaria della Conferenza dei Governi cantonali; https://www.egovernment.ch/it/umsetzung/offentlich-rechtliche-rahmenvereinbarung-uber-die-e-governme/

[226] http://einfachsurfen.ch

5.5.3.4 Studio tedesco «Web 2.0/barrierefrei»

Lo studio tedesco «Web 2.0/barrierefrei», pubblicato nel 2012 da Aktion Mensch[227] in collaborazione con la fondazione Digitale Chancen[228], tratta l'utilizzo di Internet da parte delle persone disabili[229]. Dai suoi risultati è emerso ad esempio che Wikipedia è il portale più conosciuto dagli utenti di Internet sordi o audiolesi. Da questo gruppo di persone sono usati con maggior frequenza i wiki (61 %), le foto (60 %) e i video (47 %). L'utilizzo indipendente di Internet da parte di persone ipovedenti è invece risultato scarso. Le operazioni che questo gruppo di utenti effettua più frequentemente sono la lettura di wiki (85 %), la registrazione di un conto utente (80 %), l'inserimento di commenti (60 %) e l'ascolto di podcast (60 %).

5.5.3.5 Studio australiano «Sociability: Social media for people with disability»

Secondo uno studio australiano pubblicato nel 2012[230] e che ha testato l'accessibilità di determinati media sociali, alcuni siti web sono più semplici da utilizzare su determinati apparecchi terminali rispetto ad altri. Le persone ipovedenti o cieche, ad esempio, si orientano meglio sulla versione mobile di Facebook (m.facebook.com), in quanto è ridotta alle applicazioni principali. LinkedIn ha ottenuto risultati particolarmente buoni, rivelandosi generalmente utilizzabile. È invece stato oggetto di critiche il generatore di sottotitoli di YouTube, che commette ancora troppi errori. Twitter poi, benché basato esclusivamente su brevi notizie in forma testuale, è risultato relativamente inaccessibile. Secondo lo studio, i *weblog* (blog) sono ben accessibili, sussistono però alcune differenze a seconda della disabilità e del contenuto. Anche Skype ha ottenuto buoni risultati.

5.5.3.6 Conclusioni

Le analisi svolte all'estero fanno supporre che per le persone disabili in Svizzera l'accessibilità di alcune reti sociali sia carente. L'assenza di barriere nei media sociali per gli utenti svizzeri non è però ancora stata esaminata in modo sistematico. La realizzazione di un apposito studio potrebbe contribuire a identificare più precisamente i problemi e le esigenze attuali per poi procedere a miglioramenti mirati.

5.6 Applicazione del diritto

5.6.1 In generale

I contenuti pubblicati sulle piattaforme sociali possono violare numerose disposizioni penali e civili (v. n. 5.3 e 5.4). A questo proposito è necessario approfondire la problematica dell'esecuzione della legge siccome, nella pratica, spesso non è possibile chiamare a rendere conto delle proprie azioni chi viola il diritto. Inoltre, in linea di massima le piattaforme dei media sociali hanno sede all'estero: non si applica dunque esclusivamente il diritto svizzero e sovente bisogna ricorrere allo strumento dell'assistenza giudiziaria[231].

---

[227] Principale ente tedesco di finalità sociale, organizzatore di una lotteria a scopo benefico: https://www.aktion-mensch.de/

[228] https://www.digitale-chancen.de/index.cfm/lang

[229] Berger Andreas/Caspers Tomas/Croll Jutta/Hofmann Jörg/Kubicek Herbert/Peter Ulrike/Ruth-Janneck Diana/Trump Thilo, *Web 2.0 / barrierefrei, Eine Studie zur Nutzung von Web 2.0 Anwendungen durch Menschen mit Behinderung*, ed. Aktion Mensch, Bonn, 2010; alla pagina http://publikationen.aktion-mensch.de/barrierefrei/Studie_Web_2.0.pdf

[230] Media Access Australia (ed.), *Sociability: Social Media for People with a Disability*, Ultimo NSW, 2012, scaricabile all'indirizzo: http://www.mediaaccess.org.au/web/social-media-for-people-with-a-disability

[231] Cfr. sentenza del Tribunale federale 1B_185/2016, 1B_186/2016, 1B_188/2016 del 16.11.2016

Nel rapporto sui media sociali 2013 il Consiglio federale aveva già previsto di riesaminare la necessità di un intervento legislativo in materia di responsabilità dei fornitori di servizi Internet[232]. Pertanto, l'11 dicembre 2015 ha presentato il rapporto relativo alla responsabilità civile dei *provider* (v. n. 4.2)[233].

5.6.2 Responsabilità dei *provider* per i contenuti di terzi

Come esposto nel rapporto sui media sociali 2013, il Tribunale federale ha riconosciuto la responsabilità civile (art. 28 cpv. 1 CC) della Tribune de Genève, che in qualità di *hosting provider* offriva sul suo sito Internet spazio di memoria destinato a blog. La parte civile ha persino la possibilità di avviare il procedimento contro una sola delle parti, quella che nella pubblicazione ha ricoperto soltanto un ruolo secondario[234].

Nel 2015 il Tribunale federale ha precisato la sua giurisprudenza: una responsabilità per il fatto di terzi non è deducibile dall'articolo 28 CC: una partecipazione tramite comportamento passivo presuppone la violazione di un obbligo di agire. Il mancato sfruttamento della possibilità di agire non è sufficiente. Occorre un obbligo giuridico che vieti o ponga fine alle esternazioni che violano i diritti della personalità[235]. Il Tribunale federale è giunto alle medesime conclusioni che ha tratto il Consiglio federale nel suo rapporto relativo alla responsabilità civile dei *provider*.

Nel 2015, la Grande sezione della Corte europea dei diritti dell'uomo (CEDU) ha emesso una sentenza in merito alla responsabilità civile di un portale di notizie online di tipo commerciale per quanto riguarda alcuni commenti contenenti incitamenti all'odio e alla violenza scritti da suoi utenti. L'obbligo del gestore del portale di pagare un indennizzo all'attore non ha violato la libertà d'espressione[236].

In una sentenza pronunciata nel 2016 la CEDU ha però negato la responsabilità civile del gestore di una piattaforma non commerciale per quanto riguarda commenti volgari e offensivi (non qualificabili però come carichi d'odio o contenenti un incitamento alla violenza) rivolti a un'impresa (ma non a una persona fisica, tutelata dalla dignità umana)[237]. La CEDU ha confermato tale giurisprudenza nel 2017, in un caso riguardante accuse diffamatorie contro una singola persona, espresse nei commenti contenuti in un blog di una piccola organizzazione non governativa[238].

5.6.3 Perseguimento penale degli autori di contenuti illeciti diffusi su piattaforme sociali

Benché i contributi sulle piattaforme dei media sociali debbano rispettare le prescrizioni del diritto civile e penale, spesso è difficile chiamare a rendere conto delle proprie azioni gli autori di contenuti illeciti. In genere la loro identificazione risulta infatti complessa, e alle autorità di perseguimento penale non rimane altro che ricorrere ai cosiddetti indirizzi IP. Continua a rivestire un ruolo centrale la stretta collaborazione diretta tra le autorità di polizia e di perseguimento penale e i gestori delle piattaforme di media sociali.

Il Consiglio federale è a conoscenza del problema da tempo. Nel suo parere in merito alla mozione Schwaab 14.3905 Garantire l'identificazione degli autori di messaggi d'odio su Internet[239], riconosceva il ruolo importante svolto dagli indirizzi IP nell'identificazione degli autori di contenuti illeciti. Il

---

[232] Rapporto sui media sociali 2013, n. 7.2.4.2, pag. 74

[233] Responsabilità civile dei *provider*, rapporto del Consiglio federale dell'11 dicembre 2015; https://www.ejpd.admin.ch/dam/data/bj/aktuell/news/2015/2015-12-110/res-ber-br-i.pdf (la versione italiana è disponibile soltanto in forma abbreviata)

[234] Sentenza del Tribunale federale 5A_792/2011 del 14.1.2013 consid. 6.2 (Tribune de Genève)

[235] DTF 141 III 513 consid. 5.3

[236] Sentenza corte CEDU «Delfi AS c. Estonia» (ricorso n° 64569/09) del 16.6.2015 (Grande sezione)

[237] Sentenza corte CEDU «Magyar Tartalomszolgáltatók Egyesülete c. Ungheria» (ricorso n° 22947/13) del 2.2.2016

[238] Decisione corte CEDU sull'ammissibilità «Pihl. c. Svezia» (ricorso n° 74742/14) del 7.2.2017

[239] Mozione Schwaab 14.3905 Garantire l'identificazione degli autori di messaggi d'odio su Internet: https://www.parlament.ch/it/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20143905

vero problema consiste nel carattere internazionale di Internet: la maggior parte dei contenuti punibili in rete scoperti o denunciati in Svizzera si trovano infatti su server esteri, e le autorità svizzere non possono quindi intervenire direttamente. Il Consiglio federale considera pertanto la collaborazione transfrontaliera con le autorità di perseguimento penale e i servizi d'informazione come strumenti importanti. Tale collaborazione è disciplinata dalla legge federale sull'assistenza internazionale in materia penale (AIMP, RS *351.1*), dalla legge federale sulle misure per la salvaguardia della sicurezza interna (LMSI; RS *120*), dalla Convenzione internazionale sull'eliminazione di ogni forma di discriminazione razziale (RS *0.104*), e dalla Convenzione del Consiglio d'Europa sulla cibercriminalità (RS *0.311.43*). Viste le correlazioni internazionali, secondo il Consiglio federale l'introduzione di un obbligo di identificazione limitato alla Svizzera non sarebbe efficace, in quanto difficile da applicare. Concorde con tale visione, a dicembre 2014 il Consiglio nazionale ha respinto la mozione[240].

Due interventi parlamentari del 15 dicembre 2016 trattano le difficoltà riscontrate nell'indagare sul conto di utenti che hanno pubblicato contenuti illegali su media sociali internazionali come Facebook[241]. A fornire lo spunto per le mozioni era stata una sentenza emanata dal Tribunale federale il 16 novembre 2016 in merito a un commento diffamatorio pubblicato su Facebook: il Tribunale federale ha stabilito che può essere obbligato a trasmettere dati soltanto chi ne è il titolare o il detentore o ne ha perlomeno il controllo. Nel caso in questione il Tribunale federale ha stabilito che i dati necessari nell'ambito di un procedimento per lesione dell'onore (identità, dati d'accesso, indirizzo IP del titolare del conto utente) vanno richiesti presso Facebook Irlanda e non a Facebook Svizzera[242].

Ricollegandosi a questa sentenza, entrambe le mozioni chiedevano di imporre l'obbligo di avere una rappresentanza nel nostro Paese a tutte le imprese attive a livello internazionale la cui offerta di media sociali può essere utilizzata in Svizzera e che trattano dati personali di consumatori elvetici[243]. Queste imprese dovrebbero poter consegnare dati alle autorità elvetiche che sia necessario richiedere assistenza giudiziaria a un altro Stato.

Come espresso nel suo parere del 15 febbraio 2017, nemmeno il Consiglio federale reputa soddisfacente la situazione attuale, ed è quindi alla ricerca di una soluzione viabile e che consenta la giustiziabilità a livello internazionale. La soluzione proposta nella mozione non sarebbe però promettente. L'imposizione obbligatoria dell'obbligo di trasmettere dati sarebbe di difficile applicazione nel caso in cui un'impresa non eseguisse la richiesta di consegnare i dati e questi ultimi fossero conservati all'estero. Sarebbe comunque necessario ricorrere all'assistenza giudiziaria. A livello internazionale si sta lavorando alla ricerca di una soluzione. Il Comitato del Consiglio d'Europa contro la cibercriminalità sta elaborando proposte che permettano alle autorità inquirenti di ottenere entro tempo utile i dati marginali e quelli relativi al traffico. Il Consiglio federale sta esaminando se vi siano misure atte a consentire una trasmissione più celere dei dati tenendo debitamente conto dei principi di sovranità e di territorialità nonché dell'assistenza giudiziaria in materia penale e della protezione dei dati[244].

---

[240] Decisione del Consiglio nazionale del 12.12.2014 https://www.parlament.ch/it/ratsbetrieb/amtliches-bulletin/amtliches-bulletin-die-verhandlungen?SubjectId=29840

[241] Mozione Levrat, 16.4082 Facilitare l'accesso delle autorità di perseguimento penale ai dati delle reti sociali; https://www.parlament.ch/it/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20164082); e mozione Schwaab con lo stesso testo 16.4080: https://www.parlament.ch/it/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20164080

[242] V. sentenza del Tribunale federale 1B_185/2016, 1B_186/2016, 1B_188/2016 del 16.11.2016 (è prevista la pubblicazione della DTF)

[243] Mozione Levrat, 16.4082 Facilitare l'accesso delle autorità di perseguimento penale ai dati delle reti sociali; https://www.parlament.ch/it/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20164082); e mozione Schwaab con lo stesso testo 16.4080: https://www.parlament.ch/it/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20164080

[244] Pareri del Consiglio federale relativi alle mozioni Levrat 16.4082 e Schwaab 16.4080 del 15.02.2017. https://www.parlament.ch/it/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20164082

A marzo 2017 la mozione 16.4082 è stata trasmessa dal Consiglio degli Stati alla commissione competente per un esame preliminare[245].

5.6.4 Ulteriori aspetti dell'applicazione del diritto in contesti transfrontalieri

5.6.4.1 Centro europeo per la lotta alla criminalità informatica

Il Centro europeo per la lotta alla criminalità informatica (EC3) è stato aperto all'Aia nel 2013[246]. L'EC3 è inteso a riunire esperienze e informazioni, fornire aiuto nel corso delle indagini e promuovere soluzioni a livello dell'UE[247]. Come indicato nel suo primo rapporto annuale, il Centro fornisce attualmente sostegno nell'ambito di diverse grosse operazioni di polizia contro l'abuso di minori. Anche al di fuori dell'UE, l'EC3 insieme ad altri Stati parte ed alcuni partner sta compiendo sforzi notevoli per contrastare le attività illegali dei pedofili che partecipano allo sfruttamento sessuale di minori su Internet con l'aiuto dei cosiddetti servizi nascosti. L'EC3 collabora a numerose operazioni e indagini concernenti la produzione e la diffusione su determinate piattaforme Internet di materiale relativo allo sfruttamento di minori. Nel quadro delle indagini il Centro fornisce sostegno sotto il profilo operativo e analitico[248]. In tale ambito l'EC3 collabora anche con l'Ufficio federale di polizia (fedpol)[249].

5.6.4.2 *Trusted Flagger*

Nel contesto internazionale, da qualche tempo le piattaforme dei media sociali lottano contro i video di propaganda con rappresentazioni di violenza diffusi dallo Stato Islamico (IS). Gli utenti possono segnalare tali contributi ai responsabili della piattaforma, che ne verificheranno il contenuto e, all'occorrenza, procederanno alla rimozione. Alcune reti sociali accordano agli utenti uno status speciale, quello di *trusted flagger*. Quando questi ultimi segnalano la presenza di un video dai contenuti violenti, la loro richiesta è trattata in modo prioritario e il video viene cancellato molto rapidamente, a condizione che sussista effettivamente una violazione delle condizioni di utilizzo della piattaforma interessata.

Da metà 2016 anche fedpol appartiene ai *trusted flagger* di Youtube e segnala regolarmente video violenti e di propaganda, in particolare nell'ambito del terrorismo di matrice jihadista. Vengono segnalati i contenuti punibili ai sensi del diritto svizzero. Per quanto concerne le rappresentazioni di atti di violenza e la diffusione di propaganda terroristica, fedpol è in contatto anche con Facebook e Twitter[250]. La collaborazione diretta tra le autorità di polizia e di perseguimento penale e i gestori delle piattaforme di media sociali assume un ruolo centrale nella lotta alla criminalità, con l'obiettivo tra l'altro di ottenere più rapidamente le informazioni necessarie per le indagini. È auspicabile che fedpol continui ad agire come *trusted flagger* con i mezzi attuali e venga insignita di questo status anche da altre reti.

5.6.5 Decisioni in materia di cancellazione o blocco di contenuti illeciti

5.6.5.1 Cancellazione di contenuti problematici da una piattaforma

La legge federale sul diritto d'autore e sui diritti di protezione affini (LDA; RS *231.1*) è attualmente in fase di revisione. Il 2 dicembre 2016 il Consiglio federale ha preso atto dei risultati della consultazione

---

[245] Decisione del Consiglio degli Stati in merito alla mozione d'ordine Levrat del 9 marzo 2017: https://www.parlament.ch/it/ratsbetrieb/amtliches-bulletin/amtliches-bulletin-die-verhandlungen?SubjectId=39503.

[246] V. anche il comunicato stampa della Commissione europea del 28.3.2012 «Un centro europeo per contrastare i reati informatici e proteggere i consumatori online», che può essere consultato al seguente indirizzo: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-12-317_it.htm

[247] Il comunicato stampa della Commissione europea «Il Centro europeo per la lotta alla criminalità informatica (EC3) sarà inaugurato l'11 gennaio» può essere consultato al seguente indirizzo: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-13-13_it.htm

[248] First Year Report European Cybercrime Center EC3, pag. 15, https://www.europol.europa.eu/publications-documents/european-cybercrime-center-ec3-first-year-report

[249] V. rapporto annuale fedpol 2015, pag. 34, https://www.fedpol.admin.ch/dam/data/fedpol/publiservice/publikationen/berichte/jabe/jabe-2015-i.pdf

[250] Bühler Stefan, «So stoppt der Bund Jihad-Videos», *NZZ am Sonntag* del 14.8.2016, alla pagina: https://www.nzz.ch/nzzas/nzz-am-sonntag/kampf-gegen-terrorismus-so-stoppt-der-bund-jihad-videos-ld.110858

relativa alla revisione parziale. Entro l'estate 2017 il dipartimento competente DFGP sottoporrà al Consiglio federale una proposta per il seguito[251]. Le violazioni del diritto d'autore su Internet possono causare danni enormi, e avvengono anche sui media sociali (cfr. n. 5.3.5). Il sistema che sarà introdotto a seguito della revisione punta, in prima linea, sul sostegno dei fornitori di servizi di telecomunicazione derivati (fornitori di servizi di *hosting* in senso più ampio) nell'esecuzione del diritto. Secondo il principio *take down*, essi sono tenuti a rimuovere dai propri server i contenuti offensivi. Se ospitano un'offerta che rappresenta un particolare pericolo di violazione del diritto d'autore, dovranno impedire che i contenuti siano nuovamente messi a disposizione tramite il loro server (*stay down*)[252].

In Germania si parte dal presupposto che occorre migliorare l'applicazione della legge nell'ambito dei media sociali, al fine di poter rimuovere tempestivamente i contributi punibili contenenti incitamenti all'odio razziale, offese, calunnie o che disturbano la tranquillità pubblica attraverso la simulazione di reati[253]. Secondo il Ministro federale di giustizia, di tutti i contenuti punibili segnalati dagli utenti, da Twitter ne viene rimosso soltanto l'1 per cento e da Facebook il 39 per cento (YouTube: 90 %)[254]. Il Ministro ha pertanto chiesto l'elaborazione di un progetto preliminare per una legge volta a migliorare l'esecuzione delle norme di legge nelle reti sociali (Netzdurchsetzungsgesetz [NetzDG]), presentato il 14 marzo 2017 in occasione di una conferenza stampa[255]. Affinché le reti sociali si occupino più rapidamente delle segnalazioni degli utenti, in particolare di quelle in relazione a reati generati dall'odio, nel disegno di legge sono state introdotte alcune norme di conformità. Ad esempio, per le reti sociali è previsto un obbligo legale di fornire un rendiconto in merito all'approccio adottato nel caso di reati generati dall'odio, nonché di garantire una gestione efficace dei reclami e la designazione di un procuratore ad litem interno al Paese. Secondo il progetto originario, eventuali violazioni di tali obblighi organizzativi avrebbero dovuto poter essere puniti con una pena pecuniaria a carico dell'impresa e degli incaricati della vigilanza[256] da 5 a 50 milioni di euro per impresa[257].

Il 5 aprile il Governo federale ha approvato il disegno di legge del Ministero federale di giustizia per una migliore applicazione del diritto nelle reti sociali, ma in una forma leggermente modificata rispetto al progetto iniziale, che aveva sollevato alcune critiche. Secondo il nuovo disegno, le reti sociali non devono adottare misure proattive per impedire che contenuti già rimossi perché illegali siano caricati nuovamente. Inoltre, alcune fattispecie penali, come ad esempio la pornografia, sono state aggiunte ai contenuti illegali[258].

---

[251] Il comunicato stampa del Consiglio federale del 2.12.2016 può essere consultato al seguente indirizzo: https://www.ejpd.admin.ch/ejpd/it/home/aktuell/news/2016/2016-12-022.html

[252] Il comunicato stampa dell'IPI del 2.3.2017 può essere consultato al seguente indirizzo: https://www.ige.ch/fileadmin/user_upload/Urheberrecht/i/AGUR12_II_Medienmitteilung_20170302_IT.pdf

[253] Progetto preliminare del Ministero federale di giustizia e della protezione dei consumatori volto a migliorare l'esecuzione delle norme di legge nelle reti sociali (Netzwerkdurchsetzungsgesetz NetzDG), pag. 2, all'indirizzo: https://netzpolitik.org/wp-upload/2017/03/1703014_NetzwerkDurchsetzungsG.pdf

[254] Ministero federale di giustizia e della protezione dei consumatori, il ministro Heiko Maas illustra il progetto preliminare per una legge volta a migliorare l'esecuzione delle norme di legge nelle reti sociali (trad.): «Affinché le imprese siano chiamate a osservare ancora più strettamente l'obbligo di cancellazione dei contenuti illeciti, dobbiamo dotarci di un'apposita normativa legale» http://www.bmjv.de/SharedDocs/Zitate/DE/2017/03132017_GE_Rechtsdurchsetzung_Soziale_Netzwerke.html;jsessionid=D058AAAA90B4E3362528111918DFCFD7.1_cid297

[255] https://netzpolitik.org/2017/netzwerkdurchsetzungsgesetz-maas-stellt-regulierungsplan-fuer-soziale-netzwerken-vor/

[256] Progetto preliminare del Ministero federale di giustizia e della protezione dei consumatori volto a migliorare l'esecuzione delle norme di legge nelle reti sociali (Netzwerkdurchsetzungsgesetz NetzDG), pag. 2, all'indirizzo: https://netzpolitik.org/wp-upload/2017/03/1703014_NetzwerkDurchsetzungsG.pdf

[257] Süddeutsche Zeitung, Maas will Hasskommentare mit hohen Bussgeldern bekämpfen, 14 marzo 2017, http://www.sueddeutsche.de/digital/gesetzentwurf-maas-will-hasskommentare-mit-hohen-bussgeldern-bekaempfen-1.3418827; http://www.bmjv.de/SharedDocs/Zitate/DE/2017/03132017_GE_Rechtsdurchsetzung_Soziale_Netzwerke.html;jsessionid=D058AAAA90B4E3362528111918DFCFD7.1_cid297. Nella dottrina tedesca il progetto è stato oggetto di controversie, cfr. ad es. Wimmers Jörg/Heymann Britta, «Zum Referentenentwurf eines Netzwerkdurchsetzungsgesetzes (NetzDG) – eine kritische Stellungnahme», in: *Archiv für Presserecht (AfP) 2017*, pag. 93-102; Schulz Wolfgang, *Comments on the Draft for an Act improving Law Enforcement on Social Networks (NetzDG)*; alla pagina https://www.hans-bredow-institut.de/de/aktuelles/stellungnahme-von-prof-dr-wolfgang-schulz-zum-netzwerkdurchsetzungsgesetz

[258] http://www.cmshs-bloggt.de/tmc/netzwerkdurchsetzungsgesetz-netzdg/; http://www.bmjv.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/Dokumente/RegE_NetzDG.pdf?__blob=publicationFile&v=2. Per maggiori informazioni sul progetto preliminare di legge

5.6.5.2 Blocco dell'accesso a contenuti problematici attraverso il fornitore dell'accesso

Nell'ambito della revisione della LTC è prevista l'introduzione di una disposizione contro la pornografia qualificata per obbligare i fornitori di servizi di telecomunicazione a bloccare l'accesso a contenuti pornografici conformemente alle liste stilate dallo SCOCI (cfr. n. 3.3)[259].

Il blocco dell'accesso è previsto anche dal disegno per una nuova legge federale sui giochi in denaro (LGD)[260]. L'articolo 84 capoversi 1 e 4 AP-LGD definisce a grandi linee gli strumenti per la lotta ai giochi online non autorizzati. È prevista la creazione di una lista nera contenente i siti web di giochi non autorizzati. I fornitori dell'accesso Internet saranno obbligati a bloccare i siti web di queste liste se i fornitori di tali offerte hanno sede all'estero e se non hanno già disposto autonomamente il blocco dei propri siti web di gioco in Svizzera.

Le offerte proposte da fornitori residenti in Svizzera possono essere soppresse per via amministrativa o penale ordinaria. Le autorità competenti possono pronunciarne il blocco a titolo provvisorio. Un sistema come quello previsto nel presente capitolo non è quindi necessario per le offerte svizzere[261].

Il Consiglio degli Stati e, a marzo 2017, anche il Consiglio nazionale[262] hanno approvato il blocco dell'accesso ai giochi online a pagamento illegali proposto dal Consiglio federale.

6 Risultati (conclusioni provvisorie)

Nel suo rapporto del 9 ottobre 2013 il Consiglio federale ha risposto alle domande seguenti:

- come si presenta la legislazione attuale, in Svizzera e all'estero, relativa ai *social media*?
- Quali aspetti presentano delle lacune?
- Come possono essere colmate?
- Cosa pensa il Consiglio federale dell'elaborazione di una legge consacrata ai *social media*, che consideri le peculiarità di queste nuove piattaforme di comunicazione?

All'epoca, il Consiglio federale era giunto alla conclusione che fosse opportuno condurre una nuova analisi delle basi legali per i media sociali nel giro di qualche anno. Il presente rapporto adempie questo mandato.

Diversi progetti legislativi attualmente in corso in Svizzera prevedono norme sui media sociali. Di seguito sono illustrati l'attuale stato dei progetti e le relative proposte normative.

- La prevista revisione della LPD crea i presupposti affinché la Svizzera possa ratificare la nuova Convenzione del Consiglio d'Europa sulla protezione dei dati (STE 108) e recepire la Direttiva dell'Unione europea sulla protezione dei dati nell'ambito del perseguimento penale (Direttiva sulla protezione dei dati 2016/680). Permette anche di avvicinare la legislazione svizzera al Regolamento generale sulla protezione dei dati dell'Unione europea (Regolamento UE-GDPR 2016/679). La revisione della LPD tocca alcuni aspetti rilevanti per i media sociali e inerenti alla protezione legale dei dati, come ad esempio l'obbligo di adottare misure in sede di progettazione

---

cfr. ad es. Kubiciel Michael, «Neuartige Sanktionen für soziale Netzwerke ? Der Regierungsentwurf zur Verbesserung der Rechtsdurchsetzung in sozialen Netzwerken», *Juris vom 12.4.2017*; disponibile all'indirizzo: https://www.juris.de/jportal/portal/page/homerl.psml?nid=jpr-NLSFADG000217&cmsuri=%2Fjuris%2Fde%2Fnachrichten%2Fzeigenachricht.jsp.

[259] All'indirizzo: https://www.bakom.admin.ch/bakom/it/pagina-iniziale/l-ufcom/organizzazione/basi-legali/affari-del-consiglio-federale/rapporto-sulle-telecomunicazioni-2014.html

[260] https://www.bj.admin.ch/bj/it/home/wirtschaft/gesetzgebung/geldspielinitiative.html

[261] Messaggio del 21 ottobre 2015 concernente la legge federale sui giochi in denaro, Capitolo 7: Limitazione dell'accesso alle offerte di gioco in linea non autorizzate in Svizzera, FF **2015** 6930 https://www.admin.ch/opc/it/federal-gazette/2015/6849.pdf

[262] Deliberazione del Consiglio nazionale del 1.3.2017; https://www.parlament.ch/it/ratsbetrieb/amtliches-bulletin/amtliches-bulletin-die-verhandlungen?SubjectId=39312 (disponibile unicamente in tedesco e francese)

e di trattare solo i dati strettamente necessari (*privacy by design, privacy by default*), il rafforzamento degli obblighi di diligenza nel trattamento dei dati (diritto alla cancellazione o all'oblio) e l'emanazione di raccomandazioni di buona prassi da parte dell'IFPDT.

- Per migliorare la protezione della gioventù dai rischi dei media, il Consiglio federale ha incaricato il DFI di elaborare, entro fine 2017, una legge che disciplini a livello federale la caratterizzazione per età e le restrizioni all'accesso di film e videogiochi. In un'ottica di autoregolamentazione continua il progetto «Giovani e media», che persegue anche l'obiettivo di sensibilizzare i giovani riguardo all'utilizzo dei nuovi media.
- La revisione della LTC prevede, oltre all'abbandono dell'obbligo generale di notifica per i fornitori di servizi di telecomunicazione già menzionato al numero 4.4, anche nuove disposizioni per migliorare la tutela dei consumatori, dei bambini e dei giovani: i fornitori di servizi di telecomunicazione dovranno infatti essere obbligati a fornire ai genitori, in occasione della vendita di un abbonamento Internet o di radiocomunicazione mobile, un'apposita consulenza sulle possibilità di protezione dei bambini e dei giovani. Sarà altresì sancito l'obbligo di bloccare le pagine Internet con materiale di pornografia qualificata.
- La revisione totale della LSCPT, che entrerà in vigore probabilmente all'inizio del 2018, agevola l'attuazione del diritto penale anche nel campo dei media sociali. In virtù della legislazione riveduta, il Consiglio federale potrà imporre a quei fornitori di servizi di comunicazione derivati che offrono servizi di grande importanza economica o a un gran numero di utenti l'obbligo di conservare e consegnare i dati che sono già richiesti ai fornitori di servizi di telecomunicazione tradizionali. La LAIn riveduta e recentemente accolta dalla popolazione, sulla base dell'obbligo d'informazione e di sorveglianza previsto dalla LSCPT, consentirà in futuro al Servizio delle attività informative l'identificazione e la sorveglianza di persone anche sulle principali piattaforme di media sociali, al fine di salvaguardare importanti interessi nazionali.

Una volta portati a termine, i progetti normativi in corso a livello nazionale e internazionale offriranno agli utenti dei media sociali una migliore tutela e daranno maggiore concretezza ai legittimi interessi della collettività. Per questo motivo, devono essere proseguiti e promossi con determinazione dalle competenti unità amministrative a livello federale.

7 Raccomandazioni d'intervento / Prossime tappe

Alla luce della nuova analisi della situazione, il Consiglio federale giunge alla conclusione che attualmente non è necessario un ulteriore intervento legislativo in relazione ai media sociali.

L'influenza sistematica delle notizie false sulla formazione della volontà e dell'opinione politica (*fake news*) e soprattutto la loro creazione e diffusione automatizzate da parte dei *social bot* sono attualmente al centro di discussioni politiche e di diritto dei media in Svizzera. I gestori delle piattaforme e le organizzazioni private hanno già messo in atto misure di autoregolamentazione per contrastare questo fenomeno. Il pericolo che le notizie false e soprattutto i *social bot* influenzino la formazione democratica delle opinioni è ben noto ma, allo stato attuale, manca un quadro d'insieme del problema e non è possibile affermare se sia necessario che lo Stato legiferi in materia. Per ora il Consiglio federale preferisce lasciare che il settore si regoli in modo autonomo e continuerà a seguire gli sviluppi nazionali e internazionali con grande attenzione.

Per quanto concerne la segnalazione di contenuti problematici sui media sociali, i cosiddetti *trusted flagger* godono di uno status privilegiato: se segnalano contenuti problematici al gestore di una piattaforma, le loro indicazioni sono trattate in modo prioritario e i contenuti cancellati immediatamente, a condizione che infrangano effettivamente le condizioni di utilizzo della piattaforma in questione. In Svizzera questo approccio di autoregolamentazione è applicato principalmente a video di propaganda e a carattere violento e il compito è svolto dall'Ufficio federale di polizia (fedpol). Sarebbe auspicabile che fedpol potesse estendere quest'attività anche ad altre piattaforme di media sociali.

Nel quadro della revisione della legge sulla protezione dei dati il Consiglio federale ha esaminato la possibilità di introdurre un diritto al trasferimento dei dati (portabilità dei dati). L'esito dell'analisi ha evidenziato difficoltà a livello applicativo, in particolare perché l'introduzione di un tale diritto presuppone un'intesa tra i titolari del trattamento e un accordo sui supporti e gli standard informatici utilizzati. Nell'avamprogetto di revisione della legge sulla protezione dei dati, posto in consultazione, il Consiglio federale invita perciò a riesaminare la questione nell'ambito della Strategia «Svizzera digitale». I primi parametri per una politica in materia di dati in Svizzera saranno definiti probabilmente entro fine 2017 e, in questa occasione, bisognerà vagliare se sussista la necessità di legiferare nell'ambito della riutilizzazione di dati su persone e cose, nonché di dati anonimizzati.

Un fenomeno relativamente nuovo è rappresentato dalle star dei media sociali, che diffondono video su diversi temi nel web. La popolarità e la professionalità di questi personaggi è in crescita. Essi si servono spesso delle reti sociali e delle piattaforme di media sociali per diffondere messaggi promozionali, nei quali i contenuti pubblicitari si fondono ad altri contenuti, e sono tenuti unicamente a rispettare le disposizioni generali della legislazione contro la concorrenza sleale. A differenza della Germania, ad esempio, in Svizzera ad oggi non è prevista praticamente nessuna prescrizione specifica sulla dichiarazione dello sponsor che sia applicabile anche ai media sociali. L'obbligo di trasparenza della LRTV si applica oggi soltanto alla radiodiffusione tradizionale. Al fine di tutelare i destinatari da falsificazioni che possano influenzare il processo di formazione delle opinioni, è necessario che l'obbligo di trasparenza, in futuro, trovi applicazione anche nelle reti sociali. La nuova legge sui media elettronici (LME), in fase di elaborazione, disciplinerà gli standard minimi in materia di protezione della gioventù e di indicazione dell'inserimento di prodotti. È oggetto di esame anche un'armonizzazione della normativa nazionale alla regolamentazione europea. In questa sede è tuttavia prematuro esporre le riflessioni in corso.

Nell'ambito dei media sociali permangono difficoltà nell'applicazione del diritto in contesti transfrontalieri. La sentenza del Tribunale federale, pronunciata alla fine dello scorso anno, ha rivelato tutta l'esplosività della tematica. A seguito della sentenza sono stati presentati in Parlamento due interventi (mo. Levrat 16.4082 e. mo. Schwaab 16.4080). Le misure già messe in atto nel contesto internazionale per giungere a una soluzione giuridicamente conforme sono appoggiate dalla Svizzera e devono continuare a essere sostenute con forza.

8 Elenchi

8.1 Elenco delle abbreviazioni

Abbreviazione	Definizione
ad es.	ad esempio
AP-LPD	Avamprogetto di revisione totale della legge sulla protezione dei dati del 21.12.2016
app	inglese *application*, applicazione
art.	articolo
art. 3 lett. b	articolo 3 lettera b
ca.	circa
cap.	capitolo
CC	Codice penale svizzero (RS *311.0*)
CC	Codice civile svizzero (RS *210*)
CCH	Code of Conduct Hosting (di simsa)
CDPD-ONU	Convenzione sui diritti delle persone con disabilità delle Nazioni Unite (RS *0.109*)
CEDU	Convenzione per la salvaguardia dei diritti dell'uomo e delle libertà fondamentali (RS *0.101*)
CFR	Commissione federale contro il razzismo
cfr.	confronta
CM/Rec	Raccomandazione del Comitato dei Ministri del Consiglio d'Europa
cosidd.	cosiddetto
Cost.	Costituzione federale (RS *101*)
cpv.	capoverso
DATEC	Dipartimento federale dell'ambiente, dei trasporti, dell'energia e delle comunicazioni
DFGP	Dipartimento federale di giustizia e polizia
DFI	Dipartimento federale dell'interno

Abbreviazione	Definizione
DLM	Deutsche Landesmedienanstalten (organo di regolamentazione dei media in Germania)
ecc.	eccetera
FRB	Servizio per la lotta al razzismo
FSAG	Federazione svizzera delle associazioni giovanili
GDPR	Regolamento generale sulla protezione dei dati dell'Unione Europea
GLDA	Gruppo di lavoro per ottimizzare la gestione collettiva dei diritti d'autore
IFPDT	Incaricato federale della protezione dei dati e della trasparenza
incl.	incluso
IPI	Istituto Federale della Proprietà Intellettuale
IS	Stato Islamico
LAIn	Legge federale sulle attività informative (RS *121*)
LCSI	Legge federale contro la concorrenza sleale (RS *241*)
LDA	Legge federale sul diritto d'autore e sui diritti di protezione affini (RS *231.1*)
Ldis	Legge federale sull'eliminazione di svantaggi nei confronti dei disabili (RS *151.3*)
lett.	lettera
LGD	Legge federale sui giochi in denaro
LME	Legge federale sui media elettronici
LMSI	Legge federale sulle misure per la salvaguardia della sicurezza interna (RS *120*)
LPAG	Legge sulla promozione delle attività giovanili extrascolastiche
LPD	Legge federale sulla protezione dei dati (RS *235.1*)

Abbreviazione	Definizione
LRTV	Legge federale sulla radiotelevisione (RS *784.40*)
LSCPT	Legge federale sulla sorveglianza della corrispondenza postale e del traffico delle telecomunicazioni (RS *780.1*)
LTC	Legge sulle telecomunicazioni (RS *784.10*)
mia.	miliardo
mio.	milioni
mo.	mozione
n.	numero
n. marg.	numero marginale
OAS	Organizzazione degli Stati americani
OTT IP	Protocollo Internet Over The Top
PACE	Assemblea parlamentare del Consiglio d'Europa
pag.	pagina
P-STE 108	Progetto della Convenzione sulla protezione delle persone rispetto al trattamento automatizzato di dati a carattere personale del Consiglio europeo, Raccolta dei trattati europei, n. 108.
RS	Raccolta sistematica del diritto federale svizzero
SCOCI	Servizio nazionale di coordinazione per la lotta contro la criminalità su Internet
SECO	Segreteria di Stato dell'economia
SG-DFF	Segreteria generale del Dipartimento federale delle finanze
simsa	Swiss Internet Industry Association
SMS	Short Message Service
SSR	Società svizzera di radiotelevisione
STE 108	Convenzione sulla protezione delle persone rispetto al trattamento automatizzato di dati a carattere personale del Consiglio europeo, Raccolta dei trattati europei, n. 108.

Abbreviazione	**Definizione**
UE	Unione europea
UFAS	Ufficio federale delle assicurazioni sociali
UFCOM	Ufficio federale delle comunicazioni
UFG	Ufficio federale di giustizia
UST	Ufficio federale di statistica
v.	vedi
VoD	Video-on-Demand (video su richiesta)
WCAG	Inglese *Web Content Accessibility Guidelines*, direttive per la creazione di contenuti web privi di barriere

8.2 Elenco degli interventi parlamentari 2013 – 2016

PROTEZIONE DELLA GIOVENTÙ

15.3723 Ip. Schmid-Federer Barbara 19.06.2015 Liquidato
Protezione della gioventù dai rischi dei media.
Attuazione delle raccomandazioni degli esperti

15.1024 I. Amherd Viola 20.03.2015 Liquidato
Programmi di protezione della gioventù

14.3969 Ip. Masshardt Nadine 26.09.2014 Liquidato
Competenze mediali contro le campagne di odio

14.3868 Ip. Gilli Yvonne 25.09.2014 Liquidato
Utilizzo problematico degli smartphone da parte dei giovani

14.3367 Mo. Amherd Viola 08.05.2014 Non ancora trattato dalla Camera
Combattere il sexting

13.4266 Ip. Amherd Viola 13.12.2013 Non ancora trattato dalla Camera
Sexting. Necessità d'intervento

13.3087 Mo. Tornare Manuel 14.03.2013 Liquidato
Cibercriminalità

PROTEZIONE DEI DATI, TUTELA DEI DIRITTI DELLA PERSONALITÀ

16.3313 Po. Guhl Bernhard 27.04.2016 Liquidato
Vagliare possibili misure contro i curiosi che
disturbano gli interventi o ledono i diritti della personalità

15.3657 Ip. Munz Martina 18.06.2015 Liquidato
Diritto all'oblio per gli utenti Internet

15.3407 Po. Feri Yvonne 05.05.2015 Non ancora trattato dalla Camera
Tutela dei diritti della personalità

14.4204 Po. Feri Yvonne 11.12.2014 Adottato
Migliorare la lotta contro lo stalking in Svizzera

14.3963 Po. Müller-Altermatt Stefan 26.06.2014 Non ancora trattato dalla Camera
La legislazione sulla protezione dei dati protegge anche i pedofili?

14.3905 Mo. Schwaab Jean Christophe 25.09.2014 Liquidato
Garantire l'identificazione degli autori
di messaggi d'odio su Internet

14.3782 Po. Schwaab Jean Christophe 24.09.2014 Adottato
Regole per la "morte digitale"

14.3655 Po. Derder Fathi 20.06.2014 Adottato
Definire la nostra identità digitale e identificare
le soluzioni per proteggerla

14.3288 Mo. Comte Raphaël 21.03.2014 Adottato
Rendere l'usurpazione d'identità un reato penale a sé stante

14.404 Iv. Pa. Schwaab Jean-Christophe 19.03.2014 Liquidato
Per sanzioni veramente dissuasive in caso di violazione della protezione dei dati

13.5380 Qst. Reimann Maximilian 18.09.2013 Liquidato
Insuffisance des instruments de lutte contre la cybercriminalité (in francese)

13.4086 Mo. Grüne Fraktion 05.12.2013 Non ancora trattato dalla Camera
Programma nazionale di ricerca "Protezione idonea dei dati nella società dell'informazione"

13.3989 Po. Recordon Luc 27.09.2013 Adottato
Violazioni della personalità riconducibili al progresso delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione

13.3841 Mo. Rechsteiner Paul 26.09.2013 Adottato
Commissione di esperti per il futuro del trattamento e della sicurezza dei dati

13.3726 Po. Schwaab Jean Christophe 25.09.2013 Liquidato
Usurpazione d'identità. Una lacuna penale da colmare?

13.3492 Ip. Fraktion BD 18.09.2013 Liquidato
Disposizioni sulla protezione dei dati per l'e-government

13.3215 Mo. Riklin Kathy 19.06.2013 Liquidato
Disciplinare la responsabilità giuridica dei provider Internet

13.3052 Mo. Schwaab Jean Christophe 21.03.2013 Liquidato
Azione collettiva in caso di violenza della protezione dei dati, in particolare su Internet

RETI SOCIALI

15.3460 Ip. Mörgeli Christoph 07.03.2013 Liquidato
Attività della Confederazione su Youtube

14.3193 Po. Vogler Karl 06.05.2015 Liquidato
Migliorare le indagini di polizia nelle reti sociali

14.305 Iv. Ct. Berna 20.03.2014 Liquidato
Basta con gli appelli anonimi a dimostrazioni e a grandi manifestazioni senza assunzione di responsabilità!

16.4082 Mo. Levrat Christian 15.12.2016 Non ancora trattato dalla Camera
Facilitare l'accesso delle autorità di perseguimento penale ai dati delle reti sociali

16.4080 Mo. Schwaab Jean Christoph 15.12.2016 Non ancora trattato dalla Camera
Facilitare l'accesso delle autorità di perseguimento penale ai dati delle reti sociali

8.3 Bibliografia

«Bähler Regula, Tweet e Retweet: mitgegangen, mitgefangen – aber nicht immer: Medienethische und rechtliche Annäherung an das Medium Twitter im Umfeld von Ehrverletzungen», in: *medialex Newsletter* 2/2017.

Berger Andreas/Caspers Tomas/Croll Jutta/Hofmann Jörg/Kubicek Herbert/Peter Ulrike/Ruth-Janneck Diana/Trump Thilo, «Web 2.0 / barrierefrei, Eine Studie zur Nutzung von Web 2.0 Anwendungen durch Menschen mit Behinderung», ed. Aktion Mensch, Bonn, 2010.

Bernet PR AG für Kommunikation, ZHAW *Studie Social Media Schweiz 2016*.

Bessi Alessandro/Ferrara Emilio, «Social bots distort the 2016 U.S. Presidential election online discussion», in: *First Monday* 2016, Vol. 21, n. 11.

Bond Robert M./Fariss Christopher J./Jones Jason J/Kramer Adam D. I./Marlow Cameron/Settle Jamie E./Fowler James H., «A 61-million-person experiment in social influence an political mobilization», in *nature international weekly journal of science*, 13 settembre 2012.

Brun Marcel, «Cyberbullying – aus strafrechtlicher Sicht», in: *recht* 2016, pag. 20.

Cappello Maja, in: Osservatorio europeo dell'audiovisivo (ed.), editoriale della newsletter *IRIS 2017-3*.

Cook David M/Waugh Benjamin/Maldini Abdipanah/Omid Hashemi, et al. «Twitter Deception and Influence: Issues of Identity, Slacktivism, and Puppetry» *Journal of Information Warfare* Vol. 13 Iss. 1 (2014).

Egli Patricia/Rechsteiner David, «Social Bots und Meinungsbildung in der Demokratie», in*: Aktuelle Juristische Praxis AJP* 2017, pag. 249 segg.

Fucík Jan, «Zentrum gegen Terrorismus und hybride Gefahren nimmt die Arbeit auf», in: Osservatorio europeo dell'audiovisivo (ed.), *IRIS 2017-3*, pag. 9.

Hwang Tim/Rosen Lea, Harder, Better, Faster, Stronger, *CompProp Working Paper No. 1*.

Keller Claudia, «Werberecht», in: Staffelbach Oliver / Keller Claudia (ed.), *Social Media und Recht für Unternehmen*, Zurigo 2015.

Kind Sonja/Bovenschulte Marc/Ehrenberg Sillies Simone/Jetzke Tobias/Weide Sebastian, *Social Bots - Thesenpapier zum öffentlichen Fachgespräch «Social Bots – Diskussion und Validierung von Zwischenergebnissen»* documentazione del dibattito pubblico tenutosi il 26 gennaio 2017 presso il Bundestag tedesco.

Kreutz Marcus/Lachwitz Klaus/Trenk-Hinterberger Peter, *Die UN-Behindertenrechtskonvention in der Praxis*, Köln 2013.

Latzer Michael/Just Natascha/Metreveli Sulkhan/Saurwein Florian, *Internet-Anwendungen und deren Nutzung in der Schweiz. Themenbericht aus dem World Internet Project-Switzerland 2013*, Università di Zurigo, Zurigo.

Meili Andreas/Galfano Michèle, «Medienrechtliche und medienethische Schranken für Online-Leserkommentare - Eine Übersicht mit Fallbeispielen», in: *medialex Jahrbuch für Medienrecht* 2016, pag. 38 segg.

Prazeller Markus/Hug David, «Twitter und Persönlichkeitsschutz - Bemerkungen zu den Urteilen des Bundesgerichts betreffend die Berichterstattung zum „Kristallnacht-Tweet“ (5A_975/2015 und 5A_195/2016 vom 4 Juli 2016)», in: *Jusletter* 24 ottobre 2016.

Rieder Pierre, «Beschwerdemöglichkeit gegen Online-Inhalte der SRG – Die Neugestaltung der Aufsicht über das übrige publizistische Angebot der SRG», in: *medialex Jahrbuch für Medienrecht* 2016, pag. 32 segg.

Rosenthal David, «Der Vorentwurf für ein neues Datenschutzgesetz: Was er bedeutet», in: *Jusletter* 20 febbraio 2017.

Schweizer Accessibility-Studie 2016, Bestandesaufnahme der Zugänglichkeit bedeutender Schweizer Internetangebote, Eine Studie der Schweizerischen Stiftung zur behindertengerechten Technologienutzung Zugang für alle.

Sociability: Social Media for People with a Disability, ed.: Media Access Australia, Ultimo NSW, 2012.

Trenk-Hintenberger in Kreutz et al., «N 5 und 7 zu Art. 9 UNO-BRK» Kreutz Marcus/Lachwitz Klaus/Trenk-Hinterberger Peter, *Die UN-Behindertenrechtskonvention in der Praxis*, Köln, 2013.

Wimmers Jörg/Heymann Britta, «Zum Referentenentwurf eines Netzwerkdurchsetzungsgesetzes (NetzDG) – eine kritische Stellungnahme», in: *Archiv für Presserecht (AfP) 2017*, pag. 93 segg.

8.4 Elenco delle leggi

Legge federale del 13 dicembre 2002 sull’eliminazione di svantaggi nei confronti dei disabili (LDis), RS *151.3*.

Legge Federale del 19 giugno 1992 sulla protezione dei dati (LPD), RS *235.1*.

Legge del 30 aprile 1997 sulle telecomunicazioni (LTC), RS *784.10*.

Legge federale del 30 settembre 2011 sulla promozione delle attività extrascolastiche di fanciulli e giovani (LPAG); RS *446.1*.

Legge federale del 6 ottobre 2000 sulla sorveglianza della corrispondenza postale e del traffico delle telecomunicazioni (LSCPT), RS *780.1*.

La legge federale del 18 marzo 2016 sulla sorveglianza della corrispondenza postale e del traffico delle telecomunicazioni (LSCPT); FF *2016* 1675

Costituzione federale della Confederazione Svizzera del 18 aprile 1999 (Cost.); RS *101*.

Legge federale del 21 marzo 1997 sulle misure per la salvaguardia della sicurezza interna (LMSI), RS *120*.

Legge federale del 25 settembre 2015 sulle attività informative (LAIn); FF *2015* 5925;

Legge federale del 24 marzo 2006 sulla radiotelevisione (LRTV); RS *784.40*)

Codice penale svizzero del 21 dicembre 1937 (CP); RS *311.0*.

Legge federale del 9 ottobre 1992 sul diritto d’autore e sui diritti di protezione affini (LDA); RS *232.1*.

Legge federale del 19 dicembre 1986 contro la concorrenza sleale (LCSI); RS *241*

Codice civile svizzero del 10 dicembre 1907 (CC); RS *210*.

Convenzione del 4 novembre 1950 per la salvaguardia dei diritti dell'uomo e delle libertà fondamentali (CEDU); RS *0.101*.

Convenzione del Consiglio d'Europa del 28 gennaio 1981 per la protezione delle persone in relazione all'elaborazione automatica dei dati a carattere personale; RS *0.235.1*.