

IA E SOCIETÀ CONTEMPORANEA

IN PRINCIPIO ERA INTERNET. L’EVOLUZIONE NORMATIVA DELL’INTERMEDIAZIONE DIGITALE: LE PIATTAFORME DIGITALI COME “POTERI PRIVATI”, ANCHE IN AMBITO POLITICO. LE NUOVE VULNERABILITÀ E I DIRITTI IN RETE

Valeria Cantarella* - Vincenzo Coppola **

SOMMARIO: 1.- In principio era Internet. Introduzione sulla governance; 2.- Il quadro normativo dell’intermediazione digitale; 3.- L’algoritmo come nuova forma di mediazione e le piattaforme digitali come “poteri privati”; 4.- La proposta che introduce l’elezione a suffragio universale e diretto del Presidente del Consiglio dei Ministri. Una chiave di lettura orientata alla “media logic”, alle “bolle di filtro” e agli “algoritmi”; 5.- I rischi della fusione tra potere politico e tecnologico: il caso Musk come esempio di nuove forme di intermediazione volte ad orientare il consenso.

1.- In principio era Internet. Introduzione sulla governance.

In principio, Internet era pensato per essere aperto, libero, accessibile, uno strumento di informazione, partecipazione e democrazia. Per decenni si è dibattuto se regolamentare o meno l’ecosistema digitale soprattutto perché era pensato come un sistema neutro. Tuttavia, ben presto nel dibattito pubblico italiano è emersa l’idea che, in nome della democrazia, era necessario definire una cornice di regole, ispirate a principi costituzionali, per garantire la libertà. Stefano Rodotà¹ fu tra i primi a rendersene conto e sarà promotore della c.d. “Dichiarazione dei Diritti di Internet”², la quale si differenziava dagli innumerevoli “Internet Bill of Rights” in quanto documento elaborato in una sede istituzionale e affidato ad una mozione votata all’unanimità dai deputati, dunque un documento di indirizzo per il governo con esplicito valore politico. Rodotà arrivò alla conclusione che non bisogna definire regole stringenti, ma è necessario “trasferire” i principi fondamentali della democrazia anche sulla rete, con le dovute differenze. Tale documento non avrà mai valore vincolante di legge perché la rete non ha un centro, ma produce incessantemente materiali che diventano oggetto di una riflessione comune e che deve essere mantenuto vivo e stimolato così da rispettare la natura partecipativa e dialogica di Internet³.

Nel tempo il World Wide Web, ossia la rete di documenti e risorse accessibili tramite browser web inventata nel 1989 da Tim Berners Lee e che usiamo ogni giorno per navigare su siti web, leggere notizie, guardare video e molto altro si è incontrata e scontrata con i social media come Facebook, X, Instagram e TikTok che aggregano gruppi di persone sia su scala globale che locale, con nuove tecnologie e con l’intelligenza artificiale. Quest’ultima si sta sviluppando ad una velocità impressionante rendendo il confine tra la realtà e l’AI poco definito, soprattutto per i più giovani e per le persone più vulnerabili.

* Laureata in Giurisprudenza presso l’Università degli Studi di Catania, ha conseguito il Master universitario di secondo livello in Terzo Settore, Innovazione Sociale e Governance dei Sistemi locali di welfare presso l’Università degli Studi di Roma “La Sapienza”. Ha scritto i paragrafi 1 e 2.

** Laureato in Giurisprudenza presso l’Università degli Studi di Catania, ha conseguito il Master universitario di secondo livello in Istituzioni Parlamentari “Mario Galizia” per Consulenti d’Assemblea presso l’Università degli Studi di Roma “La Sapienza”. Ha scritto i paragrafi 3, 4 e 5.

¹ L. Abba, A. Lazzaroni, M. Pietrangelo (curr.), *La Internet Governance e le sfide della trasformazione digitale*, Napoli 2022, 23ss.; L. Abba, A. Di Corinto (curr.), *Il futuro 30 anni fa, quando Internet è arrivata in Italia*, Lecce 2017.

² L. Abba, A. Alù (curr.), *La Carta dei Diritti di Internet*, Napoli 2020; Camera dei Deputati, *Dichiarazione dei Diritti in Internet*, approvata dalla Commissione per i diritti e i doveri relativi ad Internet, 28/7/2015.

³ S. Rodotà, *Prefazione*, V-IX, in A. Masera. G. Scorzà, *Internet, i nostri diritti*, Roma-Bari 2016.

Di pari passo con le innovazioni sono aumentati i possibili usi scorretti di Internet, tanto che molti governi sono intervenuti con delle regolamentazioni supportate da procedure sanzionatorie. In questo contesto, si rende necessario revitalizzare il dibattito sulla internet governance, volta a preservare l'efficienza del sistema e garantire la sicurezza dei cittadini, sanzionando chi strumentalizza la rete per commettere abusi. È indispensabile tenere a mente che Internet, cioè l'infrastruttura di rete a livello globale, non coincide con il World Wide Web o con tutte le applicazioni che la utilizzano. Per quanto riguarda la governance, l'approccio multistakeholder per lo sviluppo delle policy, che coinvolge governi, società civile, comunità scientifica e settore privato, sembra essere la migliore soluzione auspicabile, perché consente di verificare le potenziali ricadute in diversi settori. Basti pensare che una frammentazione dell'infrastruttura dell'Internet di base, volta a favorire la sovranità dei dati, minaccia il libero flusso di informazioni che è, invece, vitale per la condivisione e la ricerca di informazioni a beneficio di tutti⁴.

Dunque, in principio era Internet ed era libero e aperto. Oggi le sue caratteristiche originarie sono state abusate e pochi grandi attori hanno creato delle piattaforme che assumono le sembianze di “giardini murati”, in cui ciò che è reale e ciò che è artificiale si mischiano in confini sfumati. Così le piattaforme digitali, da strumenti di democratizzazione e accesso all'informazione, sono diventate potenti strumenti economici e sociali che esercitano forme di potere, soprattutto privato, sempre più pervasive, con impatti significativi sui diritti delle persone. Bisogna chiedersi se e come il diritto resti al passo con l'innovazione tecnologica e come le persone possano essere tutelate davanti all'impiego di sistemi di intelligenza artificiale che influenzano le preferenze, le scelte e le abitudini degli utenti.

2.- Il quadro normativo dell'intermediazione digitale.

L'inscindibile compenetrazione tra “online e offline” ha dato vita al nuovo termine “onlife”⁵, in considerazione del fatto che la linea di demarcazione tra mondo digitale e reale è sfumata⁶. Con l'avvento dell'innovazione tecnologica si sono creati nuovi modelli di business riferiti alla circolazione dei beni ed all'erogazione di servizi. I più recenti si servono anche dell'intelligenza artificiale per determinare le scelte degli utenti/consumatori. Le piattaforme acquisiscono la funzione di intermediari nel mercato digitale, mettendo in contatto domanda e offerta. Così queste, approfittando di normative sul commercio elettronico abbastanza datate⁷, hanno spesso abusato della propria posizione di preminenza, chiedendo agli utenti di accettare ex ante delle condizioni contrattuali stabilite unilateralmente, limitando l'autonomia e la libertà degli stessi. I termini contrattuali imposti si riferiscono sia ai rapporti di intermediazione in senso stretto sia alle modalità di erogazione dei servizi. L'unica scelta concessa agli utenti è quella di premere un tasto “accetta” o “rifiuta”, senza poter entrare nel merito dei contenuti. Si tratta di un meccanismo proprio della “platform economy”. Questa situazione di squilibrio riguarda anche la circolazione dei dati personali: a causa della profilazione i gestori delle piattaforme possono incidere anche sulle scelte commerciali degli utenti. È ormai prassi dei marketplace, infatti, personalizzare le offerte tramite l'algoritmo, in base al profilo dell'utente. Questa situazione comporta molti rischi anche per l'ordinamento giuridico

⁴ Abba, Lazzaroni, Pietrangolo (curr.), *La Internet Governance* cit. 17ss.

⁵ L. Floridi (cur.), *The Onlife Manifesto. Being Human in a Hyperconnected Era*, Milano 2014, 1ss.

⁶ S. Rodotà, *Il mondo nella rete. Quali diritti, quali vincoli*, Roma-Bari 2014, 3ss.

⁷ Ad esempio, la direttiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo e del Consiglio relativa ad alcuni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione, nello specifico il commercio elettronico nel mercato interno, recepita dall'ordinamento italiano con il d.lgs. n. 70 del 9/4/2003.

europeo, perché può pregiudicare quanto stabilito dalla direttiva sul commercio elettronico finalizzata a tutelare un mercato di scambio aperto, libero ed equo.

In tale cornice si configurano due orientamenti: il primo, definito “regulation up”, ritiene necessario un intervento normativo ad hoc; il secondo, chiamato “deregulating down”, sostiene che debba essere favorita l'autoregolazione perché più adatta al mondo virtuale e a disciplinare i cambiamenti in atto. Le piattaforme sono “autorità private di fatto”⁸ ed è legittimo chiedersi se l'intervento normativo più efficace debba avere carattere regolatore.

Il c.d. “pacchetto digitale” si compone di una serie di atti normativi. Il Reg. 2016/279/UE (GDPR)⁹, in materia di protezione dei dati personali e della loro libera circolazione, ha previsto esplicitamente il “principio di accountability” che prevede l'obbligo in capo al titolare del trattamento di assumere misure preventive per tutelare i dati personali elaborati¹⁰, fornendo prova esaustiva dei procedimenti da lui gestiti. Il Reg 2019/1150/UE ha disciplinato i rapporti tra piattaforme di intermediazione e professionisti che prestano un servizio; la novità assoluta è che l'intermediazione digitale viene qualificata giuridicamente come “servizi della società dell'informazione”, richiamando la direttiva 2000/31/CE. Ancora vi sono due regolamenti gemelli: il “Digital Services Act”¹¹ e il “Digital Markets Act”¹². Il primo definisce il regime di responsabilità giuridica dell'internet service provider (ISP), mentre il secondo prevede l'aggiornamento del quadro normativo relativo alla concorrenza nel mercato unico europeo. Infine, vi è il Reg. 2024/1689/UE (“AI Act”¹³), adottato il 13 giugno 2024, che è il primo quadro normativo per disciplinare lo sviluppo, la commercializzazione e l'uso dell'intelligenza artificiale. Nello specifico, quest'ultimo regolamento mira a garantire sicurezza e diritti fondamentali nell'uso dell'AI, stabilendo obblighi chiari per sviluppatori e utilizzatori della stessa, promuovendo l'innovazione e prevenendo discriminazioni e abusi, tramite sanzioni simili a quelle del GDPR. Tale regolamento ha adottato un approccio basato sul rischio e divide i sistemi basati sulle AI in quattro categorie. La prima ha un rischio inaccettabile e pertanto è vietata (ad es. quando influenzano il comportamento umano in modo occulto o applicano l'identificazione biometrica nei luoghi pubblici); la seconda è ad alto rischio, trattandosi di sistemi complessi ma comunque fortemente regolamentati attraverso il rispetto di requisiti di trasparenza, sicurezza e supervisione umana (ad es. l'AI usata in ambiti come la sanità, le infrastrutture e la selezione del personale); la terza prevede un rischio limitato e pertanto vige un obbligo di trasparenza e di conseguenza l'utente deve essere informato quando interagisce con tali sistemi (ad es. chatbot, deepfake, generazione di contenuti mediante AI); la quarta ha rischio minimo o nullo e non prevede nessun tipo di restrizione (ad es. sistemi antispam).

Il 20 marzo 2025 il Senato della Repubblica si è pronunciato favorevolmente, in prima lettura, sul ddl n.1146 recante “Disposizioni e deleghe al Governo in materia di intelligenza artificiale”¹⁴. Il testo si concentra su strategia nazionale, autorità, azioni di promozione, tutela del diritto di autore e sanzioni penali. Tra le novità di maggior interesse per il settore legale vi sono: i limiti all'utilizzo dell'AI per le professioni intellettuali e per i magistrati nello svolgimento dell'attività giudiziaria; modifiche al

⁸ Abba, Lazzaroni, Pietrangelo (curr.), *La Internet Governance* cit. 267ss. e 271ss.

⁹ Reg. (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27/4/2016.

¹⁰ Abba, Lazzaroni, Pietrangelo (curr.), *La Internet Governance* cit. 274ss.; G. Finocchiaro, *Introduzione al regolamento europeo sulla protezione dei dati*, in *Le nuove leggi civili commentate* 1 (2017) 1ss.

¹¹ Reg. (UE) 2022/2065 del Parlamento europeo e del Consiglio del 19/10/2022.

¹² Reg. (UE) 2022/1925 del Parlamento europeo e del Consiglio del 14/9/2022.

¹³ Reg. (UE) 2024/1689 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 13/6/2024.

¹⁴ Atto Senato n. 1146, XIX Legislatura.

codice di procedura civile che prevedono l'esclusione della competenza del giudice di pace per le cause relative all'AI; modifiche al codice penale; nuove norme a tutela del diritto d'autore, che può applicarsi anche ai prodotti dell'AI purché permanga un contributo intellettuale. È rilevante l'art. 13, com. 1, che disciplina e consente l'utilizzo di sistemi di intelligenza artificiale esclusivamente per esercitare attività strumentali e di supporto alla professione; il comma 2, si occupa di tutelare il rapporto fiduciario tra professionista e cliente, disponendo che le informazioni sui sistemi di AI utilizzati siano comunicate al cliente con linguaggio chiaro, semplice ed esaustivo. Il testo disciplina, inoltre, l'uso dell'intelligenza artificiale in settori come sanità, tutela delle disabilità, ricerca, lavoro, informazione, tutela dei dati personali, economia, PA e cybersicurezza nazionale. L'art. 15, com. 1, si occupa, infine, del settore giustizia¹⁵. Adesso si attende l'esame della Camera dei Deputati.

Nella "platform economy" si stanno delineando nuovi profili di responsabilità, nuove vulnerabilità e nuovi diritti in rete. Le piattaforme digitali sanno di noi più cose di quante ne ricordiamo, conoscono abitudini e vedono con chi trascorriamo il nostro tempo.

3.- L'algoritmo come nuova forma di mediazione e le piattaforme digitali come "poteri privati".

Il potere delle piattaforme digitali si basa sull'utilizzo degli algoritmi per presentare agli utenti notizie e prodotti corrispondenti alle loro preferenze, individuate mediante profilazione. Esse esercitano un'influenza diretta attraverso i propri servizi, ma anche indiretta mediante il controllo sulla pubblicità.

Le piattaforme possono essere qualificate giuridicamente come "poteri privati", ossia soggetti che agiscono nelle forme del diritto privato, ma che sono capaci di incidere sull'esercizio delle libertà fondamentali dei singoli¹⁶. In Italia, per la giurisprudenza maggioritaria¹⁷, il rispetto delle libertà costituzionali è un criterio per valutare i limiti dell'autonomia contrattuale delle parti. L'attività delle piattaforme, in base a quanto previsto dalla Costituzione, può essere limitata per tutelare la sicurezza, la libertà e la dignità umana. È possibile affermare che quando si parla di potere privato ci si riferisce al potere d'impresa ex art. 41 Cost.¹⁸.

Negli ultimi anni, sono stati sollevati dubbi sulla possibilità che le piattaforme diventino quasi "arbitri" del discorso pubblico. Il problema principale è individuare il confine tra dibattito democratico e "potere algoritmico". L'altro lato della medaglia è che la moderazione dei contenuti, anche se giustificata dalla necessità di ridurre l'impatto virale di narrazioni polarizzanti, rischia di essere percepita come un'ingerenza diretta nel processo di formazione dell'opinione pubblica, specialmente quando le piattaforme telematiche risultano decisive o comunque indispensabili nel facilitare la diffusione del discorso politico¹⁹. È necessario un quadro normativo che bilanci il diritto alla libertà di espressione e la necessità di tutelare gli utenti. In tale cornice, si potrebbe affermare che le piattaforme non hanno mai invocato, nelle controversie presentatesi dinanzi ai giudici nazionali, la

¹⁵ F. Machina Grifeo, *Ddl intelligenza artificiale, sì del Senato - Le norme in materia di giustizia*, in *NT + Diritto Il Sole 24 Ore*, 20/3/2025.

¹⁶ Abba, Lazzaroni, Pietrangelo (curr.), *La Internet Governance* cit. 232ss.; C.M. Bianca, *Le autorità private*, Napoli 1977; M. Esposito, *Profili costituzionali dell'autonomia privata*, Padova 2003; P. Sirena, A. Zoppini (curr.), *Poteri privati e diritto della regolazione*, Roma 2018.

¹⁷ Abba, Lazzaroni, Pietrangelo (curr.), *La Internet Governance* cit. 240s.; O. Grandinetti, *Facebook v. CasaPound e Forza Nuova, ovvero la disattivazione di pagine social e le insidie della disciplina multilivello dei diritti fondamentali*, in *MediaLaws. Rivista di Diritto dei Media* 1 (2021).

¹⁸ M. Bassini, *Libertà di espressione e social network, tra nuovi "spazi pubblici" e "poteri privati". Spunti di comparazione*, in *Rivista italiana di informatica e diritto. Periodico internazionale del CNR-IGSG* 2 (2021).

¹⁹ F. Giaquinta, *Libertà, potere e responsabilità delle piattaforme: un difficile equilibrio*, *Agenda Digitale*, 30/1/2025.

copertura giuridica dell’art. 21 Cost. a sostegno delle loro tesi, poiché restano fedeli all’impostazione in forza della quale esse non rispondono dei contenuti caricati dagli utenti, ma anzi ne consentono la libertà di espressione. Pertanto, si esclude che la censura privata delle piattaforme possa prevalere sulla libertà di manifestazione del pensiero dei singoli²⁰. Alcune di queste piattaforme, però, sono diventate quasi dei monopoli che gestiscono una “privatizzazione della censura”, con un deficit di legittimazione democratica, svolgendo funzioni para-giurisdizionali. Per arginare il rischio di un oligopolio informativo che soffoca il libero confronto, occorre “pubblicizzare il rapporto tra utente e piattaforme”, aumentando la trasparenza dei servizi digitali. Una presa di coscienza normativa si potrebbe trasformare in un passo verso la “costituzionalizzazione” delle nuove tecnologie²¹. Anche la Corte Europea dei Diritti dell’Uomo ha affermato in diversi casi che, a norma dell’art. 10 CEDU, gli Stati hanno l’obbligo positivo di stabilire un quadro legislativo che assicuri un pluralismo effettivo dell’informazione.

Se oggi l’intelligenza artificiale personalizza la propaganda, manipola i dibattiti e influenza l’opinione pubblica, allora la realtà è ancora un concetto valido o è solo un algoritmo ben ottimizzato?

4.- La proposta che introduce l’elezione a suffragio universale e diretto del Presidente del Consiglio dei Ministri. Una chiave di lettura orientata alla “media logic”, alle “bolle di filtro” e agli “algoritmi”.

Nella stagione della “disintermediazione”²² sembra più importante l’immagine pubblica, mediata dai mezzi di comunicazione, dalle piattaforme e dall’intelligenza artificiale rispetto alla reale attività svolta nelle sedi istituzionali, ossia la c.d. “rappresentanza tradizionale”²³. Le nuove forme di mediazione diventano le “bolle di filtro”²⁴ o gli “algoritmi”²⁵, intesi come ambienti digitali chiusi e personalizzati. Così, la comunicazione politica si è trasformata da forma in sostanza²⁶.

In uno scenario ipercomplesso e iperconnesso, si inserisce la proposta di riforma della Carta costituzionale²⁷, su iniziativa del governo, che mira a introdurre l’elezione a suffragio universale e diretto del Presidente del Consiglio dei Ministri. Tale proposta altera l’equilibrio e la tipicità dei ruoli istituzionali²⁸, rafforza il ruolo del premier e del suo partito o coalizione, modifica il rapporto con il Presidente della Repubblica e indebolisce la centralità della dialettica parlamentare, favorendo un esecutivo eccessivamente personalizzato. È bene, però, considerare anche gli aspetti positivi inerenti

²⁰ Abba, Lazzaroni, Pietrangelo (curr.), *La Internet Governance* cit. 243; R. Niro, *Piattaforme digitali e libertà di espressione fra autoregolamentazione e corregolamentazione: note ricostruttive*, in *Osservatorio sulle fonti* 3 (2021).

²¹ I.A. Nicotra, *Profilazione e privatizzazione della censura. Le big tech minacciano il libero dibattito*, La Sicilia, 11/12/2024, 34.

²² Definizione di “disintermediazione” in Treccani.it.

²³ F. Giorgino, *Manuale di comunicazione e marketing. Creare valore per brand aziendali, politici e istituzionali*, Roma 2024, 235-245.

²⁴ Definizione di “filter bubble” in Treccani.it.

²⁵ Definizione di “algoritmo” in Treccani.it.

²⁶ F. Giorgino, *Manuale di comunicazione e marketing. Creare valore per brand aziendali, politici e istituzionali*, cit. 405.

²⁷ Il testo del disegno di legge cost., approvato dal Senato della Repubblica, con il nuovo titolo “*Modifiche della Parte seconda della Costituzione per l’elezione diretta del Presidente del Consiglio dei ministri, il rafforzamento della stabilità del Governo e l’abolizione della nomina dei senatori a vita da parte del Presidente della Repubblica*” è stato trasmesso alla Camera dei Deputati per la seconda deliberazione e assegnato alla I[^] Commissione Affari costituzionali.

²⁸ S. Staiano, *Nel margine del caos. Trasformazione e conservazione dell’ordinamento costituzionale*, in AIC, *La lettera, Ordinamento costituzionale e dinamiche della complessità*, 11/2024.

alla valorizzazione del ruolo del corpo elettorale nella determinazione dell'indirizzo politico della Nazione.

Il Presidente del Consiglio dovrà ricevere una “doppia fiducia”: quella del corpo elettorale e quella delle Camere. Quest’ultima condiziona l’eletto sia tramite il filtro della dialettica politica in Parlamento sia attraverso l’applicazione della c.d. “norma antiribalzone”, prevista dal nuovo art. 94. All’art. 92, nella versione approvata dal Senato²⁹, si aggiunge un disposto che dà modo al Presidente del Consiglio di “proporre” al Capo dello Stato la nomina, ma anche la eventuale revoca, dei Ministri³⁰. Bisogna chiedersi se, nella prassi, si configurerà un premier “decisore” o “mediatore”.

Chiaramente, come in ogni elezione diretta, le forze politiche costruiranno il candidato ideale attraverso il marketing politico elettorale, i sondaggi, i big data e l’AI. La politica, da sempre, si è basata sulla capacità di acquisire consenso, ma con l’avvento delle nuove tecnologie e, in particolare, con l’emergere delle piattaforme digitali, le tecniche di raccolta del consenso sono diventate strumenti di persuasione e marketing politico. Questi meccanismi rendono più difficile l’espressione consapevole del voto. Il candidato non viene più votato per il programma elettorale riconosciuto come migliore o più congeniale al conseguimento del benessere sociale, ma perché è in grado di trasmettere un’immagine e un messaggio al corpo elettorale. La quasi totalità dei «leader attuali hanno scalato le loro posizioni non nelle sezioni o nelle scuole di partito di una volta, ma padroneggiando i 140 caratteri di Twitter o le tecniche di condivisione di Facebook»³¹.

Tutto ciò è determinato da due fenomeni, la “mediatizzazione” e la “spettacolarizzazione”³², intesi come l’insieme degli effetti empiricamente osservabili prodotti dai media sul sistema politico. In questo modo, il processo di “agenda building” viene fortemente determinato dai media che selezionano i temi al centro del dibattito pubblico. È bene ricordare che l’agenda politica è da considerarsi un prodotto congiunto tra sistema dei media e sistema politico. Il dibattito pubblico e politico è ridotto ai minimi termini con battute ad effetto e brevi citazioni, che ben si addicono ai ritmi delle news televisive, alle stories dei social network o al titolo accattivante del giornale. La c.d. “media logic”³³, dunque, è definibile come “l’insieme dei formati narrativi ed espositivi attraverso i quali gli eventi sono presi in considerazione, trattati e dotati di senso per arrivare a un tipo di presentazione e comprensione compatibile [...] con le esigenze organizzative, le finalità di intrattenimento e le immagini del pubblico”. Visibilità, notorietà e capacità di stare in video diventano, quindi, una modalità di selezione della classe politica, in quanto si afferma il modello della “campagna elettorale permanente”³⁴.

5.- I rischi della fusione tra potere politico e tecnologico: il caso Musk come esempio di nuove forme di intermediazione volte ad orientare il consenso.

Dagli Stati Uniti all’Italia si sta consolidando un nuovo modo di conquistare e gestire il consenso, in cui le piattaforme digitali, le “bolle di filtro”, gli “algoritmi” e l’intelligenza artificiale, sono diventate

²⁹ Camera dei Deputati n. 1921 – Disegno di l. cost. approvato, in prima deliberazione, dal Senato della Repubblica il 18/6/2024 (v. Senato n. 935).

³⁰ P. Magarò, *Suggerimenti comparate (e anomalie) nel disegno di legge costituzionale sull’elezione diretta del Presidente del Consiglio dei Ministri*, in *Consulta OnLine*, 3 (2024), 4/11/2024, 1279ss.

³¹ S. Bentivegna (cur.), *La politica in 140 caratteri. Twitter e spazio pubblico*, Roma 2014.

³² G. Mazzoleni (cur.), *Introduzione alla comunicazione politica*, Bologna 2021, 41s.

³³ D.L. Altheide, R.P. Snow, *Media Logic*, Beverly Hills 1979, 197.

³⁴ L. Di Gregorio, *War room. Attori, strutture e processi della politica in campagna permanente*, Soveria Mannelli 2024, 36ss.

protagoniste. Internet diventa il luogo in cui il cittadino svolge le proprie attività quotidiane, trasformandosi in uno spazio di interazione continua³⁵, dove “non si può non comunicare e non si può non fare marketing”³⁶.

In Italia il diritto e la prassi costituzionale disciplinano i passaggi della formazione del governo, favorendo la dialettica parlamentare. Ma quanto l'utilizzo delle nuove tecnologie può influire nelle elezioni del Presidente del Consiglio? E che succederà se il proprietario di una piattaforma digitale deciderà di schierarsi direttamente o indirettamente a favore di un candidato? Quali forme di incompatibilità e conflitti di interesse si creano? Il diritto è pronto a questo cambio di velocità?

Basti pensare alle elezioni presidenziali USA del 2024, che hanno visto la vittoria di Trump grazie ad un'alleanza strategica con Elon Musk, il proprietario di X, Space X e Tesla. Il prof. Benanti spiega come Musk abbia modificato l'algoritmo di X per potenziare account conservatori, compreso il proprio. È stato applicato un “power user multiplier” che aumentava la visibilità dei tweet di un fattore 1.000. Circa il 90% dei suoi follower vedeva regolarmente i suoi tweet, come anche milioni di non follower³⁷. Musk è stato nominato da Trump alla guida del “Dipartimento per l'efficienza del governo degli Stati Uniti”. Il presidente eletto è stato il primo a garantirsi l'appoggio di un proprietario di piattaforma, generando così uno scarto competitivo notevole.

Un'altra criticità è l'uso dell'AI, soprattutto quando genera contenuti fake come il video virale del bacio tra la Meloni e Musk. Non è sempre facile distinguere tra realtà e finzione, né riconoscere il confine tra libertà di espressione e disinformazione. Le Istituzioni europee, con “l'AI Act”, si sono dotate di uno strumento di tutela al fine “di dare certezza giuridica alle aziende che forniscono o utilizzano sistemi di intelligenza artificiale nel mercato europeo” attraverso la supervisione delle autorità nazionali.

Molti pensavano che il sistema tradizionale avrebbe retto anche alla sfida della disintermediazione e che la tripartizione canonica dei tre poteri dello Stato, così come definiti da Montesquieu, non venisse messa in discussione dalle innovazioni del nostro tempo. I processi innescati dalla “piattaformizzazione della società”, e soprattutto dai social media, hanno determinato modifiche del modello democratico in cui ai tre poteri tradizionali dello stato va affiancato il potere di “fare audience”, così come ha dimostrato Elon Musk³⁸.

La democrazia diventa mediatizzata, sembra una “sondocracia” permanente, i cui leader assumono le caratteristiche ricercate dai follower³⁹. I partiti cambiano passando dal partito orientato al prodotto al partito orientato al mercato e la comunicazione politica sposta il baricentro dalla centralità dei partiti alla centralità dell'elettore, ormai diventato un “consumatore” nel “mercato elettorale” in cui i politici si sono trasformati in fornitori di servizi e contenuti⁴⁰.

In Italia, il disegno Meloni può apparire come un segno di maggiore coinvolgimento dell'elettore, ma in realtà rischia di amplificare le dinamiche di spettacolarizzazione e mediatizzazione riducendo il

³⁵ M. Calise, F. Musella, *Il Principe digitale*, Roma-Bari 2019, 1ss.; A. Palmieri, *Internet e comunicazione politica. Strategie, tattiche esperienze e prospettive*, Milano 2016, 10.

³⁶ F. Giorgino, *Alto volume: Politica, comunicazione e marketing*, Roma 2021, 10.

³⁷ P. Benanti, S. Maffettone, *Social e Casa Bianca: i guadagni di un pessimo affare. Con un prestito di 13 miliardi di dollari Musk ha comprato Twitter e cambiato le presidenziali negli Usa*, Corriere della Sera, 30/11/2024.

³⁸ D. Giordano, *Prima i tre poteri di Montesquieu, ora il quarto di Musk: l'audience globale che rischia di mandare a gambe all'aria l'architettura democratica. La tripartizione canonica deve fare i conti con la piattaformizzazione dell'era digitale, altrimenti la nostra democrazia rischia di implodere*, Il Riformista, 10/1/2025.

³⁹ L. Di Gregorio, *Demopatia. Sintomi, diagnosi e terapie del malessere democratico*, Soveria Mannelli 2019, 5ss.

⁴⁰ M. Cacciotto, *Il nuovo marketing politico. Vincere le elezioni e governare al tempo della politica veloce*, Bologna 2019, 13ss. e 47ss.

dibattito pubblico e la dialettica parlamentare. Il sistema politico si adatta alle nuove logiche mediatiche e si assiste a un progressivo indebolimento della partecipazione democratica, così determinando una concentrazione del potere nelle mani di pochi.

Quali tutele per gli utenti/elettori? Quali sono le nuove vulnerabilità della vita “onlife”?

Abstract.- Il presente contributo si propone di ripercorrere l’evoluzione di Internet, esaminando il rapporto tra diritto e innovazione. “In principio era Internet”: oltre un quarto di secolo dalla sua nascita, Internet – da realtà aperta e libera – ha subito trasformazioni che divergono significativamente dai suoi ideali iniziali. Le sue politiche originarie sono state sfruttate da pochi grandi attori per creare “giardini murati”. Le piattaforme digitali, da strumenti di democratizzazione e accesso all’informazione, sono diventate potenti strumenti economici e sociali, che permettono l’esercizio di forme pervasive di potere privato, con impatti significativi sui diritti delle persone. Internet e i social media sono diventati veicolo di ricerca del consenso con rilevanti implicazioni anche a livello giuridico. In tale cornice, si inserisce la recente proposta di riforma Costituzionale che prevede l’introduzione dell’elezione a suffragio universale e diretto del Presidente del Consiglio dei Ministri. L’evoluzione normativa dell’intermediazione digitale è diventata una questione centrale. Nascono, insieme alle nuove potenzialità, anche nuove vulnerabilità, legate a fenomeni come la disinformazione, la discriminazione algoritmica e la manipolazione dell’opinione pubblica, che richiedono una revisione critica del ruolo delle piattaforme e dei profili di responsabilità ad esse attribuiti. L’adozione di normative al passo con i tempi è necessaria per affrontare il bilanciamento tra la libertà digitale e la protezione dei diritti. Il contributo si concentra sui “poteri privati” esercitati dalle grandi piattaforme attraverso l’uso di algoritmi e dell’IA, sugli strumenti giuridici per responsabilizzarle, sull’impatto sociale, sul consenso elettorale e sull’importanza di garantire diritti online affinché la relazione tra Internet e diritto possa trovare un equilibrio, auspicando spazi liberi di inclusione e democrazia.

This paper aims to trace the evolution of the Internet by examining the relationship between law and innovation. “In the beginning, there was the Internet”: more than a quarter-century after its emergence, the Internet – originally conceived as an open and free space – has undergone transformations that diverge significantly from its early ideals. Its foundational principles have been exploited by a few major players to create “walled gardens.” Digital platforms, once tools for democratization and access to information, have become powerful economic and social instruments, enabling pervasive forms of private power with significant impacts on individual rights. The Internet and social media have increasingly become vehicles for political consensus-building, with important legal implications. In this context, the recent constitutional reform proposal in Italy, which introduces the direct popular election of the Prime Minister, is particularly relevant. The legal evolution of digital intermediaction has thus become a central issue. Alongside new opportunities, new vulnerabilities have emerged, such as disinformation, algorithmic discrimination and the manipulation of public opinion, phenomena that call for a critical reassessment of platform roles and responsibilities. Updating legal frameworks is essential to ensure a fair balance between digital freedom and the protection of fundamental rights. This contribution focuses on the “private powers” exercised by major platforms through algorithms and AI, on the legal tools to hold them accountable, on their social and political impact, and on the need to ensure effective online rights so that the relationship

between the Internet and the law can be rebalanced in favor of spaces that are truly inclusive, democratic and free.