Internet come sistema operativo sociale mondiale



Internet

Siamo solo agli inizi di un sistema destinato a cambiare radicalmente il modo di comunicare, di lavorare e di guadagnare. Internet è già un sistema operativo sociale mondiale. Ogni intervento legislativo deve seguire il rapido evolversi della tecnologia.

1

Internet è il fenomeno globale più straordinario di questa epoca, perché interessa ogni attività e aspetto economico e sociale. Ha cambiato radicalmente anche il modo di fare pubblicità e di realizzare profitti, permettendo pure alle PMI e a singoli professionisti di avere una grande visibilità moltiplicando strategie e tecniche di comunicazione, creando nuove forme di investimento e nuovi metodi di lavoro. Il crescente fenomeno dell'*Internet Marketing* ora anche in Italia, con la creazione di *rendite online* e consistenti guadagni, è un importante segnale di un cambiamento in atto che interessa tutti.

Tuttavia Internet viene considerata ancora il mezzo anarchico per eccellenza di espressione del pensiero, il *mass medium* di portata mondiale: pare allora impossibile assoggettarlo al

diritto senza offenderne la natura. Governata dalla tecnologia "la Rete" produce, in verità, regole che si impongono a tutti, prescindendo dal luogo fisico ove si trova l'agente e dal diritto nazionale che, in astratto, dovrebbe applicarsi. Un nuovo diritto tecnologico prende sempre più consistenza e le decisioni del giurista dipendono sempre più dalla tecnologia informatica. Il fortunato libro del giurista americano Lawrence Lessig, dal titolo "***Code is the law***", ci dice che il codice binario, il codice sorgente, la ***matrix***, prevale, nel fenomeno Internet, sul tradizionale concetto di codice come insieme coordinato di norme di legge.

Però bisogna chiedersi come sia possibile, quando centinaia di milioni di persone trascorrono una parte significativa, se non prevalente, della loro vita sulla Rete – creandosi rapporti, gruppi, dinamiche sociali, rendite -, lasciare senza regolamentazione legislativa il fenomeno: ***ubi societas ibi jus***. E' facile avvedersi che ciò implica un complesso di norme che attraversano il diritto costituzionale, pubblico, amministrativo, internazionale, comunitario, commerciale, civile, industriale e pure penale[1].

Il giurista si trova così costretto ad adattarle a nuove fattispecie derivanti dalla tecnologia informatica, ad apprendere nuovi nomi, nuovi concetti, avendo a che fare con continui sviluppi tecnologici.

Le conseguenze della diffusione di Internet e delle nuove tecnologie di comunicazione sono, nell'ambiente giuridico, evidenti e caratterizzate da profili di grande novità:

1. una disarticolazione del sistema delle fonti, già iniziata con la crisi del concetto di Stato nazionale come unico soggetto legittimato a produrre norme all'interno dello spazio territoriale dei propri confini;
2. una circolazione di modelli giuridici uniformi, tali da appiattire perfino le differenze tra *civil law* e *common*

law;

3. la creazione di nuovi beni e servizi, prima non concepiti perché del tutto privi del requisito della fisicità: i motori di ricerca, le banche dati on-line, i nomi a dominio, i siti web, lo spazio telematico disponibile per la memorizzazione di dati, fino ai diritti televisivi su piattaforma digitale.
4. nuove forme di responsabilità civile, che non riguardano unicamente lesioni di diritti su beni tradizionali, ma contemplano anche condotte non riproducibili nella realtà materiale. Sorgono così fattispecie illecite tipiche della Rete che non possono trovare dimora in ambiti diversi. Si pensi, ad esempio, alla contraffazione di nomi a dominio, o al caso dell'accesso non autorizzato alle banche dati, o alla controversa responsabilità del *provider* per attività illecite compiute da terzi nello spazio telematico.

In questo groviglio di vecchie norme che si devono adattare ai nuovi fenomeni, e pure di nuove norme che devono rincorrere i fenomeni tecnologici in continua mutazione, il faro, la bussola che deve guidare il giurista, è rappresentato dai valori costituzionali, soprattutto quelli che incidono sui diritti primari della persona. E tra essi, data la specificità del fenomeno, assume un ruolo di maggiore rilevanza quello relativo al diritto di accesso alle informazioni, oltre al diritto di poter liberamente comunicare.

2

Il ***cyberspazio*** si presenta come l'ambiente privilegiato per le condivisioni del sapere che Pierre Levy, uno dei maggiori studiosi del fenomeno Internet, riassume nella definizione di "**Intelligenza Collettiva**". E' un nuovo ambiente che ha come tendenza fondamentale di interfacciare tutti i dispositivi di creazione, registrazione, comunicazione e simulazione dell'informazione, la quale viene poi scambiata attraverso nuove modalità comunicative e interattive – la posta

elettronica, l'accesso a distanza e il trasferimento di *file*, i *newsgroup* e i *groupware* – mettendo in collegamento gli utenti della Rete e permettendo loro di condividere le illimitate risorse presenti al suo interno.

Internet è in definitiva il nuovo palcoscenico del mondo, sul quale vengono ormai messe in scena produzioni culturali di ogni tipo immaginabile. Questo perché la tecnologia digitale ha svincolato i prodotti di informazione e di intrattenimento dai mezzi specifici per renderli universali, cioè adattabili a qualunque piattaforma: telefonia, televisione, radiofonia possono essere sostituiti da un'unica forma di trasmissione, senza specificazioni preventive del *medium* che veicola i contenuti. E' il principio di **neutralità tecnologica**, riconosciuto e sancito anche dal nostro ordinamento.

Strettamente correlata alla rivoluzione digitale, alla convergenza dei *media* nei settori dell'*entertainment,* delle telecomunicazioni e dell'industria tecnologica, è il processo che Robert Fiedler chiama "***mediamorfosi***": i nuovi *media* emergono dalla metamorfosi di mezzi più vecchi, i quali tendono ad adattarsi e a continuare ad evolversi. Ne è un esempio la trasformazione dell'emittenza televisiva in servizio di *media* audiovisivi.

Le nuove tecnologie hanno portato profondi cambiamenti nel modo di diffondere e di fruire le opere dell'ingegno. La tecnologia digitale tende ad unificare i *media* aprendo nuovi mercati e nuove prospettive di guadagno. Si sta andando addirittura verso l'**integrazione di tutti i messaggi di qualsiasi genere in un unico mezzo**, talmente esauriente, diversificato e malleabile da assorbire nel medesimo testo multimediale l'intera esperienza umana passata, presente e futura.

L'opera dell'ingegno ormai "dematerializzata", con la progressiva sparizione del *corpus mechanicum*, che era il vero mezzo di comunicazione e diffusione e l'oggetto della

protezione del diritto d'autore, produce fenomeni di riduzione di complessità, che si concreta nella eliminazione di intermediazioni nei processi di produzione mediatica di contenuti.

3

Parallelamente a questi mutamenti, l'attenzione e l'interesse degli attori coinvolti nel sistema si spostano dalla ricerca di possesso materiale dei beni di consumo e dei mezzi di comunicazione, alla ricerca di accesso ai canali di comunicazione.

In questo senso Internet, inteso come arena di interazione tra una pluralità di soggetti, e con la sua duplice natura *sia* di sistema tecnologico e mediatico *sia* di ambiente ospitante contenuti multimediali di intrattenimento, si pone come strumento principe per la distribuzione e la condivisione potenzialmente paritaria di contenuti e di accessi. Nel ***digital marketing***, ad esempio, si parla adesso di **condividere** anziché vendere.

Nella nostra analisi, e in comparazione agli altri *media* tradizionali, il fenomeno più interessante di Internet resta, come caratteristica presente fin dalla sua nascita, la più elevata propensione del mezzo alla parità di accesso. Capirne il funzionamento significa anche mettere a fuoco la struttura dei mercati e dei sottomercati nonché la dinamica competitiva con gli altri mezzi di comunicazione.

4

La Rete è un'arena virtuale capace di offrire visibilità a chiunque, di cui possiamo analizzare, anche su base statistica, i comportamenti. L'accaparramento dei dati personalial fine di avere profili più dettagliati possibili di potenziali consumatori è un vero *business*. I grandi portali e il loro annesso motore di ricerca restano la principale via d'ingresso al World Wide Web, sia per i neofiti che per gli

esperti. L’esperienza di questi anni ci porta a constatare che a una più elevata disponibilità di tecnologia si accompagna un indebolimento dei diritti alla ***privacy.***

Nel senso che maggiore è la capacità comunicativa degli strumenti tecnologici di cui disponiamo, maggiore sarà il rischio che **informazioni personali** si disperdano senza il controllo del legittimo interessato. E’ questo che accade soprattutto in **Internet,** dove gli attentati alla riservatezza dei navigatori sono all’ordine del giorno e dove è impossibile transitare «senza lasciare tracce».

Come afferma un autorevole documento firmato dalle Autorità Garanti per la ***privacy*** europee, esiste il concreto rischio di perdere il controllo dell’utilizzo dei propri dati una volta pubblicati in Rete. Le informazioni personali di ogni singolo utente vengono a conoscenza non solo degli altri soggetti appartenenti alla c.d. cerchia di amici, ma anche dell’intera comunità degli abbonati a un dato servizio.

Anche qui bisogna evitare l’errore di mantenere in vigore leggi arretrate rispetto all’evoluzione tecnologica. Occorrerebbe un intervento legislativo tenendo conto del rapido evolversi della tecnologia: la **tecnica legislativa della *sunset law***, cioè delle norme a scadenza predeterminata, permetterebbe di rivedere periodicamente quelle norme che non si adattano più alle nuove situazioni.

5

Si parla di “**cittadinanza digitale**” a proposito di come l’individuo si relaziona con i pubblici poteri ed esercita i suoi diritti di cittadinanza, oltre che di “**identità digitale**”, che si esprime nei *social networks*con il fenomeno della moltiplicazione delle identità virtuali e dell’appartenenza a “gruppi” di condivisione di interessi comuni. Questo fenomeno è molto diffuso nell’Internet Marketing quando viene operato tramite i social network.

La magistratura, dovendo operare su fronti nuovi e in assenza di certezze normative, diventa a volte così "creativa" da sostituirsi di fatto al legislatore, emettendo pronunce discutibili e potenzialmente lesive delle nuove libertà verso le quali la Rete sembra condurci. Siamo di fronte insomma a un mutamento mondiale e strutturale altamente significativo, specie se collocato in un contesto storico-evolutivo.

La fine di ogni secolo negli ultimi tre secoli ha coinciso con una grande rivoluzione. La fine del Settecento ha coinciso con la rivoluzione del messaggio: la parola si è democratizzata (si pensi alla rivoluzione francese e alla dichiarazione di indipendenza americana). La fine dell'Ottocento è stata la rivoluzione del mezzo: è nata la radio, è nato il cinema, sono stati fatti i primi esperimenti fondamentali della televisione. La fine del Novecento e l'inizio del nuovo millennio vedono la rivoluzione dell'integrazione tra mezzo e messaggio: tutti i mezzi e i contenuti mediatici in forma sonora, iconica, audiovisiva, diffusi da differenti dispositivi (computer, telefoni, televisori, etc.) concorrono a comporre **un unico grande insieme di multimedialità** che segna un passo significativo nell'evoluzione della comunicazione e una implementazione delle sue tecniche a beneficio delle interrelazioni e quindi dei processi spontanei della stessa società.

°°°

La Rete è diventata ormai l'ambiente idoneo a coniugare le immaginazioni e le intelligenze, mettendole al servizio dello sviluppo e dell'emancipazione del genere umano. Internet è destinato a diventare, ma in parte lo è già, una nuova istituzione, un sistema operativo sociale mondiale.

Milano, 25 novembre 2018

Avv. Giovanni Bonomo

[1] Nel mio **articolo** in Diritto 24 auspico una regolamentazione di internet come medium istituzionale universale ad accesso tendenzialmente wireless.

Internet come sistema operativo sociale mondiale, articolo di Giovanni Bonomo