

FEDERICA FABRIZZI*

La formazione del consenso, la rappresentanza, il Parlamento nell'era della digitalizzazione**

ABSTRACT (EN): The essay addresses the issue of changes induced by digital communication on the process of consensus formation and on the mechanisms of representation. Given the well-known correlation between the *way* of information and the type of public discourse, the contribution underlines how communication in a digital environment, due to its own characteristics, risks greatly reducing, if not eliminating, the spaces for public discussion, pushing the citizen/follower into a sort of “digital cave”. Even if the use of new technologies can have an undoubted added value that, it is necessary not to implement in any way isolation mechanisms, above all in decision-making processes and in the Parliament.

ABSTRACT (IT): Il contributo affronta la tematica dei cambiamenti indotti dalla comunicazione digitale sul processo di formazione del consenso e sui meccanismi della rappresentanza. A fronte della nota correlazione tra il *modo* dell'informazione e il *tipo* di discorso pubblico che ne scaturisce, il contributo sottolinea come la comunicazione in ambiente digitale, per le caratteristiche che le sono proprie, rischi di ridurre molto, se non di azzerare, gli spazi di discussione pubblica spingendo il cittadino/follower in una sorta di “caverna digitale”. Pur nella consapevolezza del valore aggiunto che l'utilizzo delle nuove tecnologie può avere, è necessario non implementare in alcun modo meccanismi di isolamento, e questo anche e soprattutto nei processi decisionali e nella rappresentanza.

SOMMARIO: 1. Il potere ed il consenso. Breve premessa, scontata ma necessaria. – 2. Informazione digitale: è cambiato il mezzo ed è cambiato il modo. – 3. La comunicazione in ambiente digitale: disintermediata, rapida, polarizzante. – 4. La discussione pubblica, oggi. – 5. Le nuove tecnologie nelle istituzioni: *Parliament in the loop*.

1. Il potere ed il consenso. Breve premessa, scontata ma necessaria

Che sistema mediatico e sistema democratico siano tra di loro strettamente interdipendenti è evidenza talmente nota che non occorre tornare a spendere parole su questo. Basta andare a rileggere *Storia e critica dell'opinione pubblica*¹, testo fondamentale di Jürgen Habermas in cui viene messa perfettamente in luce la natura del legame tra comunicazione e democrazie liberali per rendersi conto di come la creazione del consenso sia «presupposto non aggirabile per il funzionamento degli ordinamenti democratici»².

* Professoressa associata di Diritto costituzionale e pubblico – Sapienza Università di Roma.

** Articolo sottoposto a referaggio.

¹ J. HABERMAS, *Storia e critica dell'opinione pubblica*, Laterza, Bari, 2005, (prima edizione 1962).

² B. CARAVITA, *Social network, formazione del consenso, istituzioni politiche: quale regolamentazione possibile?*, in *federalismi.it*, n. 2, 2019, p. 4 e ora anche in A. POGGI, F. FABRIZZI, F. SAVASTANO, *Social Network, formazione del consenso, intelligenza artificiale. Itinerario di un percorso di ricerca di Beniamino Caravita*, Sapienza University Press, Roma, 2023, p. 25.

Altrettanto risaputo è che, da sempre, il potere ha avuto la necessità di indirizzare il consenso ed ha, dunque, tentato di controllare i mezzi di informazione per conformare l'opinione pubblica. Non è un caso che in tutti gli indici volti a misurare lo stato di salute di una democrazia, tra i parametri considerati vi sia sempre il rapporto tra autorità pubbliche e mezzi di informazione.

La libertà di informazione, nella nota duplice accezione di informare ed essere informati³, consente la diffusione di opinioni minoritarie o dissenzienti, è tutela del pluralismo, ed è soprattutto garanzia di diffusione di un sano discorso pubblico; è dunque presidio per la tenuta degli ordinamenti democratici. Come ha sottolineato la storica Simona Colarizi nel suo lavoro di ricerca *L'opinione degli italiani sotto il regime 1929-1943*, se nei sistemi democratici l'opinione pubblica si sviluppa all'interno della società civile attraverso la discussione razionale e la contrapposizione tra correnti di opinioni diverse, «il quadro è, invece, completamente rovesciato nei sistemi dittatoriali» dove «nessuna delle condizioni base di un'opinione pubblica esiste: né lo scontro di idee, né il confronto attraverso un libero dibattito, né i canali liberi per manifestarsi»⁴. Non è certamente un caso che nella sent. 84/1969 la Corte costituzionale abbia riconosciuto il carattere fondamentale – anzi «fondamentatissimo»⁵ – dell'art. 21 Cost. e lo abbia fatto utilizzando quella mirabile formula di sintesi che lo qualifica come «pietra angolare dell'ordine democratico».

Anche solo guardando alla storia nazionale, il Novecento italiano è concreta dimostrazione di quanto conti il controllo dei mezzi di informazione, di quanto la fabbrica del consenso – per citare il titolo di un'altra opera storica di Ph. V. Cannistraro⁶ – sia stata determinante nell'affermazione della dittatura fascista, che a partire dal 1926 mette in piedi una serie di interventi che toccano tutti i mezzi di comunicazione allora noti, dai giornali, alla radio (per Mussolini l'obiettivo di «una radio in ogni casa» aveva la stessa valenza della battaglia del grano), al cinema⁷, con una attenzione all'utilizzo delle tecnologie allora più innovative – si pensi all'intuizione della creazione dell'Istituto Luce – che è già stata ampiamente sottolineata in letteratura⁸.

Ma non occorre neppure arrivare agli estremismi dei contesti totalitari per avere contezza del fatto che i media pesano: nel film *Quarto potere*, il protagonista, interpretato da Orson Welles, ad un certo punto afferma: «Lei si preoccupa di quello che pensa la gente? Su questo argomento posso illuminarla, io sono un'autorità su come far pensare la gente. Ci sono i giornali, per esempio; sono proprietario di molti giornali da New York a San Francisco».

³ Sulla distinzione tra i due profili, resta di grandissimo interesse il «dialogo» tra Alessandro Pace e Nicolò Lipari, in A. PACE, *Libertà di informare e diritto ad essere informati: due prospettive a confronto nell'interpretazione e nelle prime applicazioni dell'art. 7, primo comma, del t.u. della radiotelevisione*, datato 6 novembre 2007 e consultabile in www.associazionedeicostituzionalisti.it.

⁴ S. COLARIZI, *L'opinione degli italiani sotto il regime 1929-1943*, Laterza, Bari, 2000, p. 4.

⁵ E. CHELI, *La giurisprudenza della Corte costituzionale italiana in tema di media*, in www.cortecostituzionale.it.

⁶ PH. V. CANNISTRARO, *La fabbrica del consenso*, Laterza, Bari, 1975.

⁷ S. COLARIZI, *L'opinione...*, cit., p. 6-7.

⁸ T. COLE, *The Italian Ministry of Popular Culture*, in *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 2, No. 3/1938, p. 432, 433; E. G. LAURA, *Le stagioni dell'aquila: storia dell'istituto LUCE*, Ente dello spettacolo, Roma, 2000, p. 13 e ss.

Tornando all'Italia, quando a metà degli anni Novanta si dovette affrontare la questione di disciplinare l'ingresso in politica di un proprietario tv, lo si fece con l'adozione, da parte del governo Dini, di un decreto-legge che istituiva una rigorosa parità di tempi nelle presenze televisive delle forze politiche, la nota *par condicio*⁹. Ma il tema dell'influenza del mezzo televisivo è rimasto, nonostante ed a prescindere dalla regolazione, tanto che la casalinga di Voghera è diventata, nel linguaggio comune, l'emblema della donna di provincia non particolarmente colta che fruisce passivamente della programmazione televisiva con scarso senso critico e capacità di giudizio, grata, anche elettoralmente grata, a chi le ha messo a disposizione la televisione commerciale.

Nulla di nuovo, dunque: «L'opinione pubblica – come ha scritto Gramsci – è il contenuto politico della volontà politica pubblica che potrebbe essere discorde: perciò esiste la lotta per il monopolio degli organi dell'opinione pubblica: giornali, partiti, parlamento, in modo che una sola forza modelli l'opinione e quindi la volontà politica nazionale, disponendo i discorsi in un pulviscolo individuale e disorganico»¹⁰.

Venendo all'oggi, consci di questa connessione tra sistema mediatico e assetto democratico, i giuspubblicisti hanno rivolto correttamente la propria attenzione alla questione di *chi* detiene il controllo dei nuovi mezzi di comunicazione, al tema di quanto siano influenti in questo contesto le grandi piattaforme, a quanto conti chi possiede i dati – ed in particolare i grandi dati aggregati, i *big data* – e che potere abbia chi ha la capacità di analizzare quei dati e di trarre da essi indicazioni predittive¹¹.

Che rilevanza abbia in questo contesto il potere privato, detentore appunto dei nuovi mezzi di informazione, ma soprattutto del *know how*, del loro funzionamento – quanto conti, quindi, chi conosce l'algoritmo – è stato già ampiamente detto ed è, dunque, questione sulla quale non occorre soffermarsi ulteriormente¹². E questo non certo nell'intento di ridimensionare il problema o per qualificarlo come un tema poco rilevante: lo è massimamente, ma è già “vecchio”, perché siamo venuti a conoscenza dello scandalo Cambridge Analytica nell'ormai lontano 2018, il referendum sulla Brexit, notoriamente influenzato dall'utilizzo dei nuovi mezzi di comunicazione, è addirittura di due anni precedente e Donald Trump, eletto nel gennaio 2017 alla Casa Bianca, è nel frattempo tornato ad esser presidente degli Stati Uniti, dopo 4 anni di mandato di Joe Biden.

Sul finire del 2024 abbiamo persino assistito ad una pronuncia della Corte costituzionale rumena che ha annullato le elezioni presidenziali perché – come si legge nella sentenza stessa – il voto degli elettori rumeni è stato manipolato e vi sarebbe stata una distorsione del principio di pari opportunità tra i candidati alle elezioni presidenziali per via di un utilizzo non

⁹ Cfr. B. CARAVITA, *Social Network...*, cit, p. 3.

¹⁰ A. GRAMSCI, *Quaderni dal carcere*, vol. 7, Einaudi, Torino, 1975, p. 83.

¹¹ Alcune considerazioni più approfondite su questo in F. FABRIZZI, L. DURST (a cura di), *Controllo e predittività, Le nuove frontiere del costituzionalismo nell'era dell'algoritmo*, Editoriale Scientifica, Napoli, 2024, p. 11 e ss.

¹² Tra i tanti contributi, almeno F. PARUZZO, *I sovrani della rete. Piattaforme digitali e limiti costituzionali al potere privato*, Edizioni Scientifiche Italiane, Napoli, 2022; M. BETZU, *Poteri pubblici e poteri privati nel mondo digitale*, in *Rivista Gruppo di Pisa*, n. 2, 2021; S. SASSI, *Disinformazione contro Costituzionalismo*, Napoli, Editoriale Scientifica, 2021.

trasparente delle tecnologie digitali e dell'intelligenza artificiale nello svolgimento della campagna elettorale¹³.

Dunque, sul ruolo e sulle responsabilità delle piattaforme, dell'algoritmo, dei sistemi di raccomandazione che sono alla base del funzionamento dei *social media*, ci si sta giustamente interrogando già da tempo e da tempo la potenza del mezzo è all'attenzione anche dei costituzionalisti.

Beniamino Caravita, in un editoriale di gennaio 2021 ispirato alla allora recente vicenda della chiusura del profilo social di Donald Trump da parte delle piattaforme gestite da Mark Zuckerberg, scriveva allarmato: «C'è un grande pericolo per la democrazia: si può permettere a soggetti privati, titolari di posizioni egemoniche e prive di concorrenza nei rispettivi mercati, il cui comportamento è ispirato a finalità di lucro, di decidere sui comportamenti dei soggetti politici?».¹⁴

In quell'editoriale Caravita invocava regole per la rete e occorre dire che negli anni successivi, da allora ad oggi, questo suo auspicio non è certamente andato disatteso: l'Unione europea si è prodotta in uno sforzo regolatorio notevole, a parere di alcuni persino eccessivo e ridondante (Oreste Pollicino ha parlato di ipertrofia¹⁵), la cui efficacia, peraltro, è ancora tutta da valutare¹⁶.

Ma nella sua riflessione Beniamino Caravita aggiungeva anche – centrando un altro aspetto cruciale – che nell'atteggiamento di Zuckerberg (o comunque dei soggetti privati detentori delle piattaforme social) c'è «una grande ipocrisia, l'ipocrisia di chi – dopo aver contribuito alla vittoria – oggi scarica il perdente»¹⁷.

Nel rapporto tra potere privato e potere pubblico, nel reciproco sfruttarsi, sta il grande nodo che è di oggi, ma è in realtà di sempre. Certamente, la tanto commentata immagine dei grandi delle ICT, tutti schierati in prima fila alla cerimonia di insediamento di Donald Trump, il 20 gennaio 2025, non può non fare riflettere. Se indubbiamente il potere privato – soprattutto nel momento in cui assume un ruolo para-costituzionale¹⁸ – va limitato o comunque regolamentato, occorre però anche ricordare che il costituzionalismo nasce con l'idea di limitare *in primis* il potere pubblico. Per questa ragione l'immagine evocata deve allarmare, perché documenta una pericolosa convergenza tra due poteri, quello pubblico e quello economico, che assai facilmente

¹³ La traduzione della sentenza della Corte costituzionale rumena n. 32 del 6 dicembre 2024 è disponibile sul sito di *Nomos. Le attualità nel diritto*. Il passaggio menzionato si riferisce al n. 11 della sentenza, p. 4. Per un primo commento a tale pronuncia v. S. SASSI, A. STERPA, *La Corte costituzionale della Romania difende la democrazia liberale dalla disinformazione. Prime note sulla sentenza n. 32 del 6 dicembre 2024*, in *federalismi.it*, n. 4, 2025.

¹⁴ B. CARAVITA, *Davanti ad un mondo che cambia chi è più pericoloso tra Trump e Zuckerberg? Alla ricerca di una risposta che penetri nei meccanismi che governano la nostra vita in rete*, in *federalismi.it*, n. 1, 2021, p. VII, è anche in A. POGGI, F. FABRIZZI, F. SAVASTANO, *Social Network...*, cit., p. 37.

¹⁵ Già tre anni fa, O. POLLICINO, F. PAOLUCCI, P. DUNN, *Risarcimento per danni causati dall'IA: la Ue procede bene, ma serve più coraggio*, in *agendadigitale.eu*, 15 novembre 2022.

¹⁶ Per un'attenta ricostruzione di tutto il corpus normativo S. CALZOLAIO, A. IANNUZZI, E. LONGO, M. OROFINO, F. PIZZETTI, *La regolazione europea della società digitale*, Torino, Giappichelli, 2024.

¹⁷ B. CARAVITA, *Davanti ad un mondo che cambia...*, cit., p. 37.

¹⁸ Espressione – definita come assai felice – coniata per denunciare i rischi di una privatizzazione dell'enforcement dei diritti da O. POLLICINO, *Google rischia di «vestire» un ruolo para-costituzionale*, in *Il Sole 24 Ore*, 14 maggio 2014, all'indomani della sentenza della Corte di giustizia Google Spain.

potrebbe tradursi nella compressione delle libertà e dei diritti dei singoli. A fronte di tale convergenza di interessi, è quanto mai necessario e attuale domandarsi «se la cooperazione tra pubblico e privato nel mondo digitale non sia una prospettiva dannosa per preservare l'equilibrio tra informazione e potere»¹⁹. E questo nella consapevolezza che se potere pubblico e poteri privati si dovessero alleare per contrastare opinioni “eretiche” o semplicemente per limitare la capacità degli individui di formare le proprie convinzioni²⁰, questo minerebbe alla radice la tenuta del sistema democratico.

Il costituzionalismo – non il costituzionalismo digitale, ma il costituzionalismo senza aggettivazioni²¹, il costituzionalismo *tout court* – non può non guardare a questo con apprensione.

Da qui l'importanza degli studi giuspubblicistici che tratteggiano le diverse caratteristiche, i pro ed i contra, dei possibili modelli di auto-regolazione, di co-regolazione, di etero-regolazione²²; da qui il necessario approfondimento dei due diversi approcci, quello europeo (*fundamental rights-driven approach*) e quello statunitense (*market-driven approach*)²³; e da qui, ancora, il ruolo centrale degli studi sulle modalità di contrasto alle fake news, pur con quel «certo quale pessimismo in merito all'esistenza di una strada che possa davvero offrire garanzie al sistema democratico, sia sotto il profilo della non contaminazione del dibattito pubblico da parte della disinformazione sia sotto quello della garanzia di un compiuto pluralismo ideologico»²⁴.

Tutto questo attiene, appunto, al momento definitorio e regolatorio ed è assolutamente necessario. C'è però anche un'altra questione inerente al tema dell'informazione, in specie nella sua peculiare declinazione di comunicazione politica²⁵, che il giuspubblicista deve porsi e che si

¹⁹ G. E. VIGEVANI, *Potere politico e mezzi di comunicazione*, in Atti del XXXIX Convegno Annuale dell'Associazione Italiana dei Costituzionalisti “La libertà di manifestazione del pensiero”, 2024, p. 22 consultabili sul sito dell'Associazione italiana dei costituzionalisti.

²⁰ *Ibid.*, p. 6.

²¹ G. E. VIGEVANI, *Potere politico...*, cit. p. 21, parla di «suadente ma a mio avviso ingannevole formula del costituzionalismo c.d. “digitale”, peraltro foriera di significati differenti a seconda dell'uso che ne viene fatto e tutt'altro che riconducibile a un concetto univoco. Si tratta, pertanto, di un'espressione priva di una coerenza interna e di un preciso significato, adoperata perlopiù in funzione retorica, allo scopo di alimentare la (corretta, ma perfettibile) narrazione di uno spazio digitale bisognoso di recupero di alcune garanzie che ai cittadini sono assicurate negli spazi “non virtuali”, se non addirittura di rifondare i principi del costituzionalismo alla luce del nuovo contesto tecnologico».

²² Sul punto, tra i tanti, O. POLICINO, *Asimmetrie valoriali transatlantiche tra self-regulation, hard law e co-regolazione (ovvero sul se e sul come regolamentare le strategie contro la disinformazione on line)*, in Osservatorio sulle fonti, n. 2, 2023, p. 231 e ss.; L. TORCHIA, *I poteri di vigilanza, controllo e sanzionatori nella regolazione europea della trasformazione digitale*, in Rivista Trimestrale di diritto pubblico, n. 4, 2022 p. 1101 e ss.; S. SASSI, *L'Unione Europea e la lotta alla disinformazione online*, in Federalismi.it, n. 15, 2023, p. 189.

²³ Cfr. A. BRADFORD, *Digital Empires. The Global Battle to Regulate Technology*, Oxford University Press, New York, 2023, che descrive anche il cinese *State-driven approach*.

²⁴ P. PASSAGLIA, *Fake news e fake democracy: una convergenza da scongiurare*, in federalismi.it, n. 11, 2020, p. 138.

²⁵ Sulla comunicazione politica, A. PIROZZOLI, *La comunicazione politica*, in M. AINIS (a cura di), *Informazione, potere, libertà*, Giappichelli, Torino, 2005, p. 384; A. PAPA, “Democrazia della comunicazione” e formazione dell'opinione pubblica, in federalismi.it, n. speciale 1, 2017; L. CALIFANO, *Autodeterminazione vs. eterodeterminazione dell'elettore: voto, privacy e social network*, in federalismi.it, n. 16, 2019; G. CERRINA FERONI, *La pubblicità elettorale come nuovo ambito di regolazione: privacy contro libertà d'informazione?*, in L. CASSETTI, F. FABRIZZI, A. MORRONE, F. SAVASTANO, A. STERPA (a cura di),

colloca a monte del processo: la domanda se l'irrompere sulla scena delle ICT – definite non a caso come “*disruptives technologies*” – abbia imposto o meno un cambio nella modalità di formazione del consenso. Il mezzo, e le caratteristiche che gli sono proprie, comportano un diverso modo di atteggiarsi dei fruitori/utenti? L'essere al contempo, ed in modo apparentemente contraddittorio, sistemi che da un lato favoriscono la “decentralizzazione” e contemporaneamente operano una “centralizzazione” dell'informazione²⁶, che tipo di conseguenza ha? Ma soprattutto: come ci si deve porre nei confronti di un sistema in cui la verità fattuale è recessiva rispetto alla verità comunicata?

Sono quesiti con i quali già da tempo sociologi della comunicazione, filosofi e politologi si sono confrontati e si confrontano, ma che interessano anche il giuspubblicista, giacché «il modo in cui le persone si informano, le fonti su cui fanno affidamento, gli strumenti di comunicazione che adottano, condizionano e sollecitano le strutture del sistema democratico»²⁷.

2. Informazione digitale: è cambiato il mezzo ed è cambiato il modo

Che vi sia una correlazione tra il *modo* dell'informazione e il *tipo* di discorso pubblico che ne scaturisce, è anche questa una affermazione che non disvela nulla di nuovo.

Nel 1994 nel libro *Television: a bad teacher*²⁸, Popper esprimeva preoccupazione per il modo in cui la televisione può influenzare negativamente la società, in particolare i giovani e sosteneva che la televisione poteva incoraggiare la passività e l'ignoranza, piuttosto che stimolare il pensiero critico e l'apprendimento.

In quel testo, Popper discuteva anche il ruolo della televisione nella promozione di ideologie e credenze false, sottolineando come la televisione tenda a ridurre il dibattito pubblico a una serie di slogan e immagini superficiali, compromettendo l'abilità degli individui di riflettere criticamente su temi complessi.

Il grande filosofo austriaco riteneva che la televisione potesse creare una sorta di “narcosi collettiva”, in cui le persone si limitano a consumare passivamente i contenuti proposti, senza partecipare attivamente al processo di apprendimento e di confronto con idee diverse.

Oggi, a distanza di oltre trent'anni da quello scritto, ci si deve chiedere se quelle modalità di informazione siano semplicemente evolute, ma in un quadro che è rimasto sostanzialmente invariato sotto il profilo dei meccanismi, o piuttosto siano cambiate *ab imis*.

Scritti in memoria di Beniamino Caravita di Toritto, Napoli, Editoriale Scientifica, 2024, p. 2635; A. PAPA, *Disintermediazione e formazione dell'opinione pubblica: quali prospettive nel circuito rappresentativo delle democrazie digitali*, in L. CASSETTI, F. FABRIZZI, A. MORRONE, F. SAVASTANO, A. STERPA (a cura di), *Scritti in memoria di Beniamino Caravita...*, cit., p. 3013.

²⁶ A. SPADARO, *Potere globale*, in AA.VV., *Potere e Costituzione – Enciclopedia del diritto*, a cura di M. CARTABIA E M. RUOTOLO, Milano, Giuffrè Francis Lefebvre, 2023, p. 745.

²⁷ G. GIACOMINI, *Potere digitale. Come Internet sta cambiando la sfera pubblica e la democrazia*, Maltemi, Milano, 2018, p. 21.

²⁸ K. POPPER, *Cattiva maestra televisione*, traduzione italiana a cura di G. Bosetti, Marsilio, Milano, 1996.

Per provare a verificare questa seconda ipotesi, ossia che si sia al cospetto di un ulteriore scatto in avanti (o indietro?) nella costruzione del discorso pubblico²⁹, può essere utile far riferimento ad una recente ricerca del Censis, il 19° Rapporto sulla Comunicazione, pubblicata nel marzo del 2024 e guardare ai dati certamente meritevoli di attenzione che essa restituisce.

In base alle rilevazioni effettuate, il Rapporto riferisce che «Nel 2023 non assistiamo solo ad un calo dell'utilizzo delle fonti d'informazione tradizionali a favore di quelle digitali tout court, ma si è evidenziato un nuovo trend dovuto all'ingresso, in certi casi dirompente, di alcuni social network nella categoria delle fonti d'informazione, che ha determinato una diluizione dell'utenza dei media digitali, andata anche a scapito di quelli più maturi»³⁰.

I numeri sembrano essere particolarmente eloquenti di un trend che vira sempre di più verso le nuove tecnologie quali fonti di informazione. Riporta, infatti, il Rapporto che «i telegiornali, pur mantenendo la posizione di testa della graduatoria dei media attraverso i quali gli italiani si informano, passano dal 51,2% al 48,3% dell'utenza (con una perdita nell'ultimo anno di quasi 3 punti percentuali e il 10,8% in meno rispetto al 2019)»³¹.

I dati riportati sul versante dei media digitali sono molto interessanti. Se non stupisce, infatti, l'ulteriore calo di Facebook che passa dal 35,2% del 2022 al 29,7% (-5,5%), deve invece attirare l'attenzione l'ascesa dei motori di ricerca, «il mezzo d'informazione più cresciuto nell'ultimo anno (+6,2%) con il 29,6% delle preferenze e una crescita positiva sin dal 2019 (8,9%)»³².

Ancora più degno di nota è quello che il Rapporto definisce come un vero e proprio «exploit di YouTube» come fonte d'informazione: la piattaforma dal 2019 al 2023 ha registrato un incremento del 6,6%, per assestarsi nell'ultimo anno su un'utenza pari al 18,5%. Allo stesso modo rimarchevoli sono i dati riguardanti l'«ingresso trionfale» dell'*enfant prodige* dei social network, Instagram, che – come riporta il Rapporto – «è considerato dal 15,3% degli utenti una fonte d'informazione a tutti gli effetti»³³.

Pare, dunque, evidente che l'informazione ha perso i connotati classici, non solo nel senso che il mezzo attraverso cui passa è cambiato (non più la carta stampata o l'etere, bensì la rete), ma è cambiato proprio il modo di comunicare. La controprova di questo è data dal fatto che i siti di informazione sono scesi nell'ultimo anno del 3,1% e gli stessi quotidiani digitali, dopo la relativa stabilità degli anni passati, hanno visto una diminuzione dei lettori nell'ultimo anno pari al 2,5%, essendo passati dal 14,3% all'11,8%. La tipologia «articolo di giornale» è, dunque, evidentemente recessiva rispetto alla sintesi data dall'immagine (Instagram) o alla dinamicità del video (YouTube).

Come detto, questi dati confermano che la fase attuale è certamente diversa non solo da quella descritta da Karl Popper nel 1994, ma anche da quella di un passato più recente. Nel

²⁹ Parla di «un ulteriore passo verso un altro “modello” patologico di organizzazione socio-politica, che il diritto – anche il diritto costituzionale – fa fatica a controllare e regolare» A. SPADARO, *Libertà, pluralismo e limiti nel discorso pubblico*, in *Rivista AIC*, n. 1, 2025, p. 129.

³⁰ Censis, *Il vero e il falso. Diciannovesimo rapporto sulla comunicazione*, 11 marzo 2024, p. 13, consultabile [qui](#).

³¹ *Ibid.*, p. 13.

³² *Ibid.*, p. 13.

³³ *Ibid.*, p. 13.

momento in cui la piattaforma YouTube non è più vista solamente come il luogo in cui andare a cercare il video divertente o la canzone preferita, ma viene interpretata come fonte di informazione, ecco che allora il tema della “qualità” e dell’ “autenticità” della notizia diventa centrale, se è vero, come è vero, che *Sora*, algoritmo di intelligenza artificiale generativa, è in grado oggi di generare video e filmati del tutto artificiali, che andranno ad alimentare tra gli altri le fila di quei contenuti, materia prima dell’informazione³⁴.

La profetica intuizione di Giovanni Sartori, che nel 1997 ha sottolineato come l’avvento della televisione abbia comportato il passaggio culturale ed antropologico dall’*homo sapiens* all’*homo videns*, oggi è massimamente confermata: l’immagine (potenzialmente anche falsa) prevale sul testo.

Ma questa constatazione ne trascina con sé una ancora più pregnante, di ordine politologico, sintetizzata da Gianfranco Pasquino in questi termini: «Si passa dall’uomo cartesiano “cogito ergo sum” all’uomo insipiens “video ergo sum”. Questo ostacola i ragionamenti, quando invece la politica è un mondo dove le persone si scambiano opinioni che hanno costruito magari attraverso letture e lo studio, è un mondo dove c’è un confronto razionale che però richiede appunto un pensiero. *Se invece ci limitiamo a scambiare delle immagini allora entriamo in una situazione che rende difficile la vita della e nella democrazia*» (corsivo nostro)³⁵.

È esattamente per questa ragione che, come detto in apertura, più ancora delle regole, o comunque accanto ad esse, occorre occuparsi del cambio di paradigma: il rischio, contro il quale ammoniva già Sartori nel 1997, è che «mentre ci preoccupiamo di chi controlla i media, non ci avvediamo che è lo strumento in sé e per sé che è scappato di mano»³⁶.

I due piani, quello regolatorio e quello dell’analisi socio-politologica, non sono peraltro tra di loro affatto in contrapposizione: come sempre, quando si ragiona di diritto costituzionale e pubblico, non ci si può fermare alla sola analisi normativo-regolatoria, se non a rischio di perdere, in termini di comprensione, un pezzo significativo del problema. Dunque, *law in the book* certamente, ma anche *law in the context*.

3. La comunicazione in ambiente digitale: disintermediata, rapida, polarizzante

Occorre allora descrivere quale è il contesto nel quale opera l’informazione digitalizzata e quali sono le caratteristiche sue proprie.

³⁴ Molto significativi i dati che emergono dalla banca dati di Newsguard dedicata alla raccolta e catalogazione di narrative false (e virali) in rete, riportati in O. POLLICINO, P. DUNN, *Intelligenza artificiale e democrazia*, Bocconi University Press, Milano, 2024, p. 140: «Nel periodo tra il 1° gennaio 2021 e il 30 maggio 2024, il database contiene 930 voci di false narrative: di queste 930 voci, 51 (ovverosia il 5,48%) sono catalogate come notizie generate attraverso l’uso dell’IA (AI-Generated Media) o, comunque, come media manipolati o artificiosamente fabbricati (manipulated or Fabricated Media). È tuttavia da notare come la percentuale di tali categorie di contenuti generati attraverso l’uso di AI o comunque manipolati o fabbricati, sulla quantità di “bufale” raccolte, sia andata crescendo in modo alquanto significativo nel (breve) lasso di tempo considerato: 1 su 127 (0,78%) nel 2021; 6 su 253 (2,37%) nel 2022; 22 su 293 (7,5%) nel 2023; 22 su 257 (8,5%) nella prima parte del 2024».

³⁵ Così G. PASQUINO nell’intervista resa in G. GIACOMINI, *Potere digitale...* cit., p. 58.

³⁶ G. SARTORI, *Homo videns. Televisione e post-pensiero*, Laterza, Roma-Bari, 1997, p. XI.

Anche in questo caso, si tratta di una ricerca già molto battuta³⁷. Volendo provare a sintetizzare gli studi sul punto, ci si potrebbe concentrare su tre elementi tipici della comunicazione in ambiente digitale.

Il primo è senza dubbio incarnato dalla cosiddetta disintermediazione.

A ben vedere, ci sono due diverse prospettive da cui guardare la disintermediazione: di nuovo, una che attiene al *mezzo* e l'altra che attiene al *modo*.

Riguardo al mezzo, per disintermediazione, almeno nella prima fase di riflessione sull'informazione digitale, si è generalmente inteso il fatto che, essendo il mezzo accessibile direttamente da chiunque abbia un device, la rete consente a tutti di esprimere il proprio pensiero, la propria opinione, senza il bisogno di passare dalle strettoie di un giornale, del suo direttore responsabile, di una tv, di una casa editrice. Questa "fase dell'oro" della disintermediazione – che vedeva la rete come un Hyde park corner sviluppato all'ennesima potenza – è, in verità, durata assai poco, non fosse altro perché ci si è accorti ben presto che l'uso della rete, per necessità tecnologica, esige degli intermediari. Come giustamente è stato rilevato: nonostante l'accessibilità immediata (e a tutti) della rete, «in realtà e paradossalmente, la presenza di intermediari è consustanziale al mezzo»³⁸.

In secondo luogo, è stato ben presto evidente come, alla strettoia rappresentata dal giornalista, si sia sostituita la strettoia data dal potere di governare il flusso delle informazioni. Il meccanismo non è, al fondo, molto diverso: il giornalista sceglie ciò di cui parlare, il direttore di un telegiornale sceglie con che notizia aprire il notiziario, l'algoritmo di Facebook sceglie l'ordine dei post. Ma *scegliere* è operazione peculiarmente *politica*.

Luciano Floridi ha descritto questo meccanismo in modo perfetto, evidenziandone anche la pervasiva incidenza: «E' come se noi offrissimo le lettere dell'alfabeto, le a, le b, le c, e se tutto quello che facesse Facebook fosse quello di mettere le lettere in un certo ordine. Ma questa operazione si chiama scrittura»³⁹.

Ecco che allora la libertà di espressione si ritrova così «nuovamente – ancorché diversamente – "intermediata"»⁴⁰: non è disintermediazione ma, come scrive Luciano Violante, è *reintermediazione*⁴¹.

Di questo, peraltro, si sono resi conto tanto i giudici della Corte di giustizia dell'Unione, quanto il legislatore europeo (basti vedere le previsioni del DSA)⁴².

³⁷ Tra i contributi più risalenti, considerabile già dei classici, v. almeno C. R. SUNSTEIN, *#RePublic. La democrazia nell'epoca dei social media*, Bologna, 2017 (traduzione di A. Asioli); F. PASQUALE, *The Black Box Society. The Secret Algorithms That Control Money and Information*, Harvard University Press, 2015; L. FLORIDI, *La quarta rivoluzione*, Milano, 2017.

³⁸ M. A. MORETÒN TOQUERO, *Entre Scilla y Caribdis: los intermediarios digitales y la moderación de contenidos*, in *Rivista AIC*, n. 4/2023, p. 326, citato da A. SPADARO, *Libertà, pluralismo e limiti nel discorso pubblico*, in *Rivista AIC*, n. 1, 2025, p. 141.

³⁹ Così L. FLORIDI nell'intervista resa in G. GIACOMINI, *Potere digitale... cit.*, p. 252.

⁴⁰ G. E. VIGEVANI, *Potere politico e mezzi...*, cit., p. 14.

⁴¹ L. VIOLANTE, *Diritto e potere nell'era digitale. Cybersociety, cybercommunity, cyberstate, cyberspace: tredici tesi*, in *BioLaw Journal*, n. 1, 2022, p. 147 e ora anche nella prefazione a O. POLLICINO, P. DUNN, *Intelligenza artificiale...*, cit., p. 2.

⁴² L. ALBERTINI, *Sulla responsabilità civile degli internet service provider per i materiali caricati dagli utenti (con qualche considerazione generale sul loro ruolo di gatekeepers della comunicazione)*, in *Medialaws*, n. 4, 2020; G. AFFERNI, *Gli obblighi dei gatekeeper*, in L. BOLOGNINI, E. PELINO, M. SCIALDONE (a cura di), *Digital Services Act e Digital Markets Act*.

Accanto, e consustanziale, alla prospettiva appena trattata, ve n'è anche un'altra, quella che attiene al *modo* di comunicare.

Sotto questo profilo, per disintermediazione si intende quel fenomeno per cui sui media digitali il rapporto tra comunicatore (volendo in questa fase non dare connotazioni) e destinatario è diretto, senza mediatori, senza filtri. Ciò vale per il *quisque de populo*, ma vale anche per l'*opinion leader*.

Nello specifico campo della comunicazione politica, questo si traduce nel fatto che i politici – ovviamente per il tramite dei loro staff, sempre più ferrati in materia – si offrono direttamente all'elettorato e la coltivazione dell'empatia con i potenziali elettori non riguarda più (solamente) il messaggio politico, ma passa anche dalle immagini della cena, del gatto, della gita fuori porta, tutto in presa diretta e senza apparente intermediazione o editing professionale. Tutto con il fine ultimo di abbattere (apparentemente, è evidente) le distanze e creare prossimità con l'elettore.

Il rapporto diretto che si crea tra politico-comunicatore e il suo elettorato-audience ha conseguenze indiscutibili che si traducono anche in questioni che attingono al livello istituzionale e costituzionale. Non occorre spiegare quanto ci sia di disintermediazione totale, ad esempio, nella richiesta di scrivere sulla scheda elettorale il solo nome proprio "Giorgia": come è stato efficacemente commentato «mi faccio chiamare per nome, come i Papi e i Re»⁴³.

E seppure non è compito del costituzionalista addentrarsi in valutazioni di ordine politologico, è del tutto evidente che nel momento in cui salta ogni mediazione e si costruisce un discorso imperniato sul rapporto diretto leader-popolo, si è pienamente dentro un meccanismo che si discosta molto dal concetto di rappresentanza politica in senso tradizionale. E diventa certamente compito del costituzionalista interessarsi di questo aspetto quando ciò si traduce in termini di proposte di riforme al sistema elettorale o di modifiche della forma di governo⁴⁴.

Allo stesso modo, è certamente compito del costituzionalista interrogarsi sull'inquadramento giuridico dei *social media*, domandarsi se siano servizi pubblici, che possono pertanto essere assoggettati a una regolamentazione più stringente o se siano, invece, soggetti privati i cui rapporti con gli utenti sono regolati dalla normativa contrattuale⁴⁵.

Ha fatto, come noto, molto discutere la posizione assunta dal Tribunale di Roma che ordinava a Facebook di riattivare la pagina di Casapound e il profilo di un suo dirigente, evidenziando «il rilievo preminente assunto dal servizio di Facebook (o di altri social network ad esso collegati) con riferimento all'attuazione di principi cardine essenziali dell'ordinamento

Definizioni e prime applicazioni dei nuovi regolamenti europei, Milano, 2023, p. 315 e ss.; M. OROFINO, *Il Digital Service Act tra continuità (solo apparente) ed innovazione*, in S. CALZOLAIO, A. IANNUZZI, E. LONGO, M. OROFINO, F. PIZZETTI, *La regolazione europea...*, cit., p. 174 e ss.

⁴³ A dimostrare pienamente quanto si sta scrivendo circa i nuovi modi di comunicare, il commento è di Carlo Cunegato, consigliere comunale che ha scritto queste parole in...un post di Instagram!

⁴⁴ Ci si riferisce, ovviamente, ai lavori sul cosiddetto "premierato" ed al disegno di legge A.S. 935.

⁴⁵ Per una esaustiva ricostruzione delle possibili soluzioni v. G. E. VIGEVANI, *Dal "caso Casapound" del 2019 alla "sentenza Casapound" del 2002: piattaforme digitali, libertà di espressione e odio on line nella giurisprudenza italiana*, in *Rivista di diritto dei media*, n.2, 2023, p. 143 e ss.

come quello del pluralismo dei partiti politici (49 Cost.), al punto che il soggetto che non è presente su Facebook è di fatto escluso (o fortemente limitato) dal dibattito politico italiano»⁴⁶.

Al di là della problematica dell'inquadramento della piattaforma, è tuttavia un altro l'aspetto che qui si vuole sottolineare: nella vicenda Casa Pound quanto meno in gioco c'era un soggetto riconducibile esplicitamente ad una formazione politica. Oggi questa esplicita qualificazione è sempre meno evidente o comunque diventa più sfumata.

Il fenomeno del politico che nasce tale e poi si fa social non è più classificabile come una novità (sebbene alcuni casi recenti, come quello del francese Jordan Bardella, siano davvero sintomatici di un trend che impressiona); al contrario, una qualche attenzione maggiore andrebbe forse dedicata anche alla dinamica inversa, ossia all'emergere di figure in grado di condizionare il comportamento del pubblico in ambiti diversi, che si tratti di moda, di letteratura, musica o altro e che trasformano questa loro influenza in voti.

L'influencer, a ben vedere, non è altro che un *content creator* che diventa *opinion leader*; il suo ascendente sul pubblico va decisamente oltre la mera vendita di prodotti – ed in ragione di questo convincono solo fino ad un certo punto le linee guida dettate dall' AGCOM⁴⁷ – influenzando i valori, gli stili di vita e perfino l'identità di intere comunità online⁴⁸.

L'influencer è, infatti, in grado di modellare norme sociali, di indicare valori, di indirizzare il consenso. Lo fa appoggiandosi su di un meccanismo psicologico di identificazione che non è affatto nuovo (in rete si trovano delle bellissime classifiche dei più grandi influencer della storia, da Petronio, *arbiter elegantiarum* secondo la definizione che ne diede Tacito, a Martin Lutero, alla Principessa Sissi), ma che è incredibilmente amplificato dal mezzo tecnologico. L'Accademia della Crusca, nel definire l'influencer, dice esattamente: «Personaggio popolare soprattutto in rete che è in grado di influenzare l'opinione pubblica riguardo a un certo argomento»⁴⁹.

Quello che accade è che gli utenti, spesso disinteressati alla cosa pubblica, sviluppano una connessione con i *content creator* che «somiglia sempre di più a un'affiliazione politica»⁵⁰. Ed

⁴⁶ Posizione che è rimasta, peraltro, isolata e che è stata superata, se non proprio smentita, nella fase di merito quando il tribunale di Roma ha ricostruito il *thema decidendum* della controversia intorno al diritto alla libertà d'espressione e non a quello, connesso ma pur sempre distinto, di partecipazione politica. La vicenda è ricostruita in G. E. VIGEVANI, *Dal "caso Casapound"...*, cit., ed è stata oggetto di numerosi commenti in dottrina, tra i quali si segnalano, senza pretesa di esaustività, B. MAZZOLAI, *La censura su piattaforme digitali private: il caso "Casa Pound c. Facebook"*, in *Il Diritto dell'informazione e dell'informatica*, n. 3, 2022, p. 19 e ss.; S. PIVA, *Facebook è un servizio pubblico? La controversia su CasaPound risolve la quaestio dell'inquadramento giuridico dei social network*, in *Dirittifondamentali.it*, n. 2, 2022; F. PALLANTE, *La propaganda nazifascista via social network e la Costituzione democratica antifascista*, in *Questione Giustizia*, 2 gennaio 22; P. VILLASCHI, *Facebook come la RAI?: note a margine dell'ordinanza del Tribunale di Roma del 12.12.2019 sul caso CasaPound c. Facebook*, in *Osservatorio Costituzionale*, n. 2, 2020, p. 430 e ss. e da C. CARUSO, *I custodi di silenzio. Protezione della democrazia e libertà di espressione nell'era dei social network*, in *Consulta Online*, 17 marzo 2020.

⁴⁷ Delibera n. 7 del 2024, Linee-guida volte a garantire il rispetto delle disposizioni del Testo unico da parte degli influencer e istituzione di un apposito Tavolo tecnico, consultabile *qui*.

⁴⁸ Esempi recenti se ne posso fare diversi: dalla notissima Taylor Swift, al fenomeno dell'eurodeputato cipriota Fidas Panagiotou, youtuber con 2,62 milioni di iscritti al suo canale, eletto a giugno scorso al Parlamento europeo.

⁴⁹ V. *qui*.

⁵⁰ F. DI MURO, *Così i followers si possono trasformare facilmente in consenso elettorale*, in www.linkiesta.it.

infatti i social media vengo definiti come “political pipelines”, condutture per l’educazione politica, soprattutto per la fascia di età che va dai 16 ai 25 anni.

Anche questo ha ovviamente delle conseguenze. C’è una commistione di piani che porta ad una società dello spettacolo elevata alla massima potenza (con uno scivolamento da cittadini a followers sempre più marcato) e che conduce anche ad una estrema volatilità del consenso: è lo stesso schema che alimenta e viene alimentato da social e pubblicità, a prevedere un ciclo fisiologico fatto di ascesa, successo e declino rapido. Vale per la Chiara Ferragni di turno, ma vale anche per il politico di turno.

La parabola può essere anche velocissima, perché la rapidità è consustanziale al *modo* di comunicare e «la memoria diventa una pallida eco»⁵¹.

L’elemento della volatilità è peraltro, tra i tanti, quello che contribuisce in modo forse più significativo ad inquinare il sistema nel profondo. Gli analisti più attenti osservano, infatti, che il meccanismo indotto dall’ambiente digitale è tale per cui la cosa importante è dare informazioni, anche a prescindere dalla loro veridicità.

Il tema della Verità, in un ambiente caratterizzato dal cosiddetto *information disorder*⁵², diventa allora cruciale. Sempre che di Verità si possa ancora parlare⁵³.

Nel descrivere l’*Infocrazia* in cui saremmo immersi, il filosofo Byung-Chul Han con riferimento alla disinformazione afferma che «le informazioni hanno una propria dignità al di là di verità e menzogna. Anche le fake news sono prima di tutto informazioni. Esse hanno esercitato il loro pieno effetto già prima che abbia inizio un processo di verifica. Le informazioni sfrecciano davanti alla verità e non vengono più raggiunte da questa»⁵⁴.

Tutti i tentativi di regolare e di moderare i contenuti sarebbero, secondo questa visione, fallaci in radice, tanto quello di stampo europeo (“*more rules*”) quanto quello di stampo statunitense (“*more speech*”): il processo di verifica di un’informazione ha bisogno di tempo e di argomenti e la comunicazione digitale non dà tempo e non permette di argomentare.

La comunicazione digitale, in altre parole, non è confronto, non è dialogo ma polarizzazione.

Di nuovo, nulla di particolarmente nuovo: il fenomeno della polarizzazione esiste già da prima del digitale e si basa sul meccanismo psicologico per il quale all’essere umano piace maledettamente avere ragione ed essere esposto a opinioni che rafforzano la propria opinione. Anche in questo caso, tuttavia, il modo di funzionare delle piattaforme digitali non fa altro che amplificare questo meccanismo: i sistemi di raccomandazione e gli algoritmi tendono, come noto, a rafforzare i pregiudizi, in un continuo processo di *confirmation bias* che si autoalimenta.

⁵¹ JIANWEI XUN, *Ipnocrazia. Trump, Musk e la nuova architettura della realtà*, TLON, Roma, 2025, p. 12

⁵² Il termine indica le diverse tipologie attraverso le quali si manifesta la disinformazione. Scrive, a questo proposito, A. RUFFO, *Il disordine informativo e l’Intelligenza Artificiale; tra insidie e possibili strumenti di contrasto*, in *Medialaws*, n. speciale I-2024, p. 413: «la tassonomia giuridica più aggiornata sussume sotto il fenomeno del disordine informativo diverse condotte, a volte non necessariamente volontarie e dolose, che possono essere, escludendo il *genus* dei “*rumors*”, nelle cinque macro-categorie di: disinformazione, misinformazione, informazione malevola, malinformazione, informazione improvvida o coperta da recentismo». Sui profili definitivi anche O. POLLICINO, P. DUNN, *Intelligenza artificiale...*, cit., p. 124.

⁵³ C. PINELLI, “*Postverità*”, *verità e libertà di manifestazione del pensiero*, in *Medialaws*, n. 1, 2017, p. 42.

⁵⁴ B-C. HAN, *Infocrazia*, Milano, Einaudi (traduzione italiana), 2023, p. 33.

I fenomeni delle *echo chambers* e delle *filter bubbles* sono già stati ampiamente studiati⁵⁵ così come la profilazione degli utenti, che è il presupposto per mantenere, appunto, gli utenti stessi nell'angolo in cui da soli sono andati ad infilarsi.

Correttamente è stato fatto notare che «l'idea di un libero mercato delle idee, nel quale la concorrenza aiuta a selezionare la migliore, è sicuramente suggestiva, ma certo suona un po' inadeguata all'interno di una ipotetica wordcloud in cui figurino termini come "profilazione", "targetizzazione" o "filter bubble"»⁵⁶.

Dunque, non *free marketplace of ideas*, ma reintermediazione, volatilità e polarizzazione: con quali conseguenze?

4. La discussione pubblica, oggi

Già nel 2020 Michele Sorice parlava di «piattaformizzazione della sfera pubblica»⁵⁷, mettendo molto bene in evidenza la commistione (nel testo l'autore parla di «equivoco»⁵⁸) fra le finalità commerciali delle piattaforme e il loro ruolo sociale come nuovo spazio di condivisione e proiezione della sfera pubblica. Quello che si verifica è, a suo parere, «un corto circuito logico: si chiede alle piattaforme di garantire il pluralismo e la democrazia dimenticando che esse sono prioritariamente aziende commerciali; al tempo stesso, però, esse si muovono come portatrici di una sorta di "ideologia" della partecipazione, della quale intendono avere il monopolio; i cittadini si trovano così ad avere "spazi di libertà" che sono "concessi" e non realmente garantiti, senza che le istituzioni possano avere un ruolo significativo»⁵⁹.

Alla luce di quanto descritto nelle pagine precedenti, sembra di poter dire che, a fronte di una illusione di maggiore interazione e di maggiore libertà, la comunicazione digitale, in realtà, intrappola in quella che è stata definita una «caverna digitale»⁶⁰.

Il mezzo ed il modo spingono ad un sempre maggiore isolamento e l'orizzontalità della comunicazione ha perso la sua connotazione positiva originaria, si è «smarrita a favore di un conflitto eterodiretto tra opposte, inconciliabili tifoserie che accentuano la *disruption* della sfera pubblica»⁶¹.

⁵⁵ Peraltro, accanto agli studi che hanno evidenziato i problemi sottesi al fenomeno, merita di essere segnalato che la teoria della camera dell'eco è stata sottoposta anche a revisione critica: come segnala C. CARUSO, *Il tempo delle istituzioni di libertà...*, cit., p. 551 «alcuni sociologi della comunicazione hanno evidenziato come, nell'ambito dei *social network*, i c.d. *weak ties* (i «legami deboli», e cioè contatti che operano nei nostri ecosistemi digitali ma a noi affettivamente lontani) contribuiscono a portare alla nostra attenzione messaggi che interrompono l'uniformità contenutistica dell'ecosistema digitale».

⁵⁶ P. PASSAGLIA, *Fake news e fake democracy...*, cit., p. 136.

⁵⁷ M. SORICE, *La piattaforma della sfera pubblica*, in *Comunicazione politica*, n. 3, 2020, p. 371 e ss.

⁵⁸ *Ibid.*, p. 379.

⁵⁹ *Ibid.*, p. 379.

⁶⁰ Scrive B.-C. HAN, *Infocrazia...*, cit., p. 77: «Mentre pensiamo di essere liberi, oggi siamo intrappolati in una caverna digitale».

⁶¹ C. CARUSO, *Il tempo delle istituzioni di libertà. Piattaforme digitali, disinformazione e discorso pubblico europeo*, in *Quaderni costituzionali*, n. 3, 2023, p. 551.

Così l'idea romantica della "grande piazza digitale" se non è da confutare, è certamente da ridimensionare: dal punto di vista quantitativo aumentano la possibilità di esprimere la propria voce, ma in termini qualitativi aumenta anche la distanza fra queste voci. Quello che si realizza assomiglia molto ad un sistema caratterizzato da un "non-dialogo tra sordi" e non è un caso che per descrivere questa modalità si sia richiamato il fenomeno dell'incastellamento⁶²: non una società, ma singoli individui che non scendono in piazza bensì restano chiusi dentro le proprie mura.

L'allarme lanciato è evidente: è lo spazio di discussione pubblica a venire meno.

Scriva Han: «La comunicazione digitale provoca un'inversione nel flusso delle informazioni, che ha effetti distruttivi sul processo democratico. Le informazioni si diffondono senza passare dallo spazio pubblico. I social media rafforzano questa *comunicazione senza comunità*. Nessuna sfera politica pubblica è costruita a partire da influencer e followers»⁶³.

Naturalmente esiste un rapporto molto stretto tra l'insorgenza della comunicazione politica della post-verità, della quale si alimentano i populismi, e la frammentazione comunicativa connessa allo sviluppo dei social media; il dubbio su quale fenomeno sia qualificabile come causa e quale come effetto, su cosa sia venuto prima e cosa dopo – se il populismo a causa del nuovo modo di comunicare o il nuovo modo di comunicare a causa del populismo – è forse inutile che sia sciolto.

Resta il fatto che «i populismi contemporanei si configurano come sostanzialmente antitetici alla conservazione di uno spazio comunicativo condiviso [...] o, meglio, di una sfera pubblica come luogo unitario di discorso sociale»⁶⁴.

L'ottimismo della prima ora, che aveva portato a vedere nei nuovi media una potenziale soluzione al fallimento della democrazia, che ha visto nella cosiddetta e-democracy il rimedio all'astensionismo ed all'assenza di partecipazione, che ha enfatizzato la neutralità della rete come realizzazione piena di un sistema non discriminatorio, è decisamente scemato.

Nel 1984 Norberto Bobbio definiva l'idea di esercitare la democrazia diretta trasmettendo il proprio voto a un cervello elettronico (la «computercrazia») «puerile» perché, tecnicamente, presupporrebbe un cittadino costantemente *on line*, intento a fornire quotidianamente le sue opinioni e le sue preferenze; oggi questa obiezione potrebbe essere facilmente smentita dai fatti (la dimensione è quella dell'*onlife*), ma rimarrebbe comunque in piedi l'altra osservazione di Bobbio per cui un tale «eccesso di partecipazione» sarebbe fatalmente destinato a produrre sazietà e apatia⁶⁵.

E sarebbe anche viziato dal tipo di decisione che si prende, dal momento che la tecnologia metterebbe a disposizione una forma di democrazia diretta che in realtà somiglia a una forma di plebiscito.

È la differenza che passa tra un decidere-votare, che è preceduto e orientato da una *enlightened discussion*, e un decidere-votare che è soltanto espressione di preferenza, soltanto atto

⁶² Cfr. G. GIACOMINI, *Potere digitale... cit.*, p. 138.

⁶³ B.-C. HAN, *Infocrazia... cit.*, p. 36.

⁶⁴ M. SORICE, *La piattaformaformizzazione... cit.*, p. 374-375.

⁶⁵ Mi sono soffermata su questo profilo in F. FABRIZZI, *Il Parlamento nella «democrazia decidente». Il ruolo delle Camere oggi*, Bologna, Il Mulino, 2024, p. 30.

di volontà, come ha spiegato da Sartori; il quale ha specificato altresì che «questo contrasto si può tradurre, tecnicamente, nella differenza tra decisioni a somma positiva e decisioni a somma nulla (o anche a somma negativa). Una decisione è a somma positiva quando tutte le parti in contesa vincono o ottengono qualcosa; ed è abbastanza evidente che questo esito si collega con il governo per discussione (la *deliberation* inglese). Per contro, in una decisione a somma nulla chi vince vince tutto e chi perde perde tutto»⁶⁶.

Ma la democrazia si nutre anche del principio contro-maggioritario e non vi è, dunque, democrazia dove c'è solo la superiorità dei numeri⁶⁷.

L'istituto della rappresentanza politica ha sempre trovato la sua giustificazione nella constatazione per cui, non potendosi realizzare una democrazia diretta in cui tutti e ciascuno possano esprimersi senza intermediazioni, occorre far ricorso a dei rappresentanti, capaci di «rendere presente ciò che è assente»⁶⁸. Non vi è chi non veda che tale assunto, dal punto di vista tecnico, potrebbe forse oggi essere agevolmente superato.

D'altra parte, nel video *Gaia. The Future of Politics*, prodotto nel 2008 dalla Casaleggio Associati, si profetizza che il 14 agosto 2054 nascerà un nuovo ordine mondiale nel quale scompariranno i conflitti ideologici e politici, perché internet avrà diffuso il sapere a livello planetario e ogni singolo cittadino, in virtù della Rete, potrà partecipare all'elezione diretta di un Governo globale.

L'auspicio lì era il superamento del conflitto ideologico e politico, ma è esattamente il conflitto e il confronto che non può essere superato, né deve essere superato. Nella procedimentalizzazione del conflitto risiede, al contrario, la ragione per la quale continua a essere preferibile la democrazia rappresentativa rispetto alla democrazia diretta: perché nella prima si incarna l'idea stessa del confronto, della discussione, della sintesi, che la seconda azzera.

Ma se «la democrazia è una comunità di ascoltatori» – scrive Han – «la comunicazione digitale, in quanto comunicazione senza comunità, annienta la politica dell'ascolto»⁶⁹.

5. Le nuove tecnologie nelle istituzioni: *Parliament in the loop*

Non è intenzione di chi scrive cedere a posizioni di tecnopessimismo.

Giustamente, attenti commentatori hanno fatto notare come esistano recenti ricerche che non negano in sé gli effetti polarizzanti dell'algoritmo insieme ad altre tendenze negative accelerate dalle nuove tecnologie, ma tendono a contestualizzarle, soprattutto sottolineando come questi effetti (la chiusura in una bolla, la polarizzazione crescente, le tendenze omofiliache, etc.) avrebbero limiti operativi, non fosse altro perché sarebbero in contrasto con la natura fondamentalmente dialettica dell'essere umano. Non si dovrebbe, in altre parole, cadere nell'errore di scambiare «dei fatti accertati [...] con delle tendenze inarrestabili»⁷⁰.

⁶⁶ G. SARTORI, *Homo videns...*, cit., p. 117.

⁶⁷ Cfr. M. BARBERIS, *Dal populismo digitale si guarisce? Tre possibili rimedi*, in *Ragion pratica*, n. 1, 2020, p. 11 e ss.

⁶⁸ Così N. ZANON, *La seconda giovinezza dell'art. 67 della Costituzione*, in *Quaderni costituzionali*, n. 2, 2014, p. 2.

⁶⁹ B.-C. HAN, *Infocrazia...*, cit., p. 46.

⁷⁰ M. PLUTINO, *Verità e opinione pubblica. Preservare la democrazia costituzionale «onlife»*, Rubbettino, Soveria Mannelli, 2024, p. 181-182.

Proprio nella convinzione che ci si trovi al cospetto di fenomeni non necessariamente inarrestabili, sarebbe però quanto mai necessario non implementare in alcun modo meccanismi di isolamento, e questo anche e soprattutto nei processi decisionali e nella rappresentanza.

Le battute finali di questa riflessione saranno, allora, dedicate al tema dell'utilizzo delle nuove tecnologie nel processo deliberativo delle Assemblee legislative, tema che con l'avvento dell'intelligenza artificiale – e la narrazione che questa si porta dietro, come tecnologia rivoluzionaria capace di impattare in tutti gli ambiti della vita – è divenuto di grande attualità.

Solo nel corso del 2024 si sono moltiplicati gli scritti ed i documenti volti ad esaminare l'utilizzo di sistemi AI a supporto del lavoro parlamentare, sono state stilate anche delle Linee guida (*Ai guidelines for parliaments*) da parte di un gruppo di esperti raccolti dalla Westminster Foundation for Democracy e alla stesura di un documento analogo stanno lavorando anche le strutture amministrative di Camera e Senato.

I numeri, d'altra parte, dicono che in diversi parlamenti nel mondo l'utilizzo di sistemi di AI e di AI Generativa è già una realtà, soprattutto nell'ambito della trascrizione, traduzione e sicurezza informatica, che non sono, tuttavia, gli unici ambiti nei quali si ragiona di un utilizzo dell'algoritmo.

Nel Rapporto prodotto nel febbraio 2024 dalla Camera dei deputati ed intitolato *Utilizzare l'intelligenza artificiale a supporto del lavoro parlamentare*⁷¹ sono offerti elementi e spunti molto interessanti, sia sul piano comparato che sul piano interno; vi si legge, ad esempio, che sistemi di AI sono utilizzati dai parlamenti per il drafting legislativo, per la raccolta e gestione dei dati a supporto dell'attività dei parlamentari, per il miglioramento della qualità e dell'accuratezza dei resoconti sia scritti che in video, per il rapporto con i cittadini.

Leggendo uno dei contributi degli esperti, la sintesi dei vantaggi sembra soverchiare qualsiasi tipo di dubbio: «L'uso dell'IA rappresenterà una preziosa opportunità per migliorare i processi decisionali e legislativi in termini di economicità, potenzialità, scala e agilità. Più specificamente, l'uso di sistemi di IA potrà fornire un valido aiuto nell'identificazione di modelli, nella creazione di scenari, nella deduzione di nuovi risultati, nel miglioramento della comunicazione, nell'ottimizzazione delle operazioni, nell'utilizzo di dati passati e presenti per evitare di ripetere errori e nella rilevazione automatica a scopo di monitoraggio»⁷².

Una descrizione salvifica che dovrebbe tranquillizzare circa la possibilità che la via tracciata riesca a superare tutti i limiti contro i quali ci si imbatte e che invece suscita, almeno in chi scrive, una certa orwelliana inquietudine. E risuonano le parole di Han: «i dataisti credono che i Big Data e l'Intelligenza Artificiale ci garantiscano uno sguardo divino, onnicomprensivo, che rilevi con precisione tutti i processi sociali e li ottimizzi nel bene di tutti»⁷³. Su che cosa questo comporta, si dirà in conclusione.

Tornando, invece, all'AI nei parlamenti, i benefici in termini di efficienza del lavoro sono indubitabili là dove i sistemi vengono utilizzati come potenziamento dell'attività umana: l'esempio fornito dall'uso di algoritmi di intelligenza artificiale per la creazione e l'ordinamento

⁷¹ COMITATO DI VIGILANZA SULL'ATTIVITÀ DI DOCUMENTAZIONE DELLA CAMERA DEI DEPUTATI, *Utilizzare l'intelligenza artificiale a supporto del lavoro parlamentare*, febbraio 2024, consultabile [qui](#).

⁷² *Ibid.*, p. 70.

⁷³ B.-C. HAN, *Infocrazia...*, cit., p. 50.

dei fascicoli degli emendamenti, giustamente valorizzato nel Rapporto, chiarisce bene quale possa essere l'efficientamento dato da un processo di completa digitalizzazione.

Tale sistema, peraltro, non è il solo: il lungo elenco riportato da Di Porto e Marchetti in un lavoro pubblicato su *Rassegna Parlamentare*, in cui si citano, ad esempio, il supporto alla classificazione dei disegni di legge, la classificazione degli atti di sindacato ispettivo, l'identificazione e la marcatura dei riferimenti legislativi, la trascrizione automatica delle sedute, i chatbot di orientamento, etc. è testimonianza di come le amministrazioni di Camera e Senato si siano egregiamente attivate da tempo⁷⁴.

Nello scritto gli autori avvertono che «nella maggior parte dei progetti menzionati, i sistemi funzionano a supporto di decisioni assunte da personale informato e addestrato, che conosce bene gli effetti delle proprie azioni sulle fasi successive dell'attività»⁷⁵ e richiamano più volte la necessità di un utilizzo sorvegliato dei sistemi di AI. D'altra parte, il principio di non esclusività, con la previsione dell'intervento umano nel processo, che è costantemente richiamato in dottrina ma anche nella normativa europea, si applica anche nel caso dei lavori istruttori dei parlamenti.

Fintanto che si parla di migliorare l'attività a supporto, ben vengano tutte quelle soluzioni in grado di fare un lavoro più accurato, quali ad esempio l'estrazione di porzioni di testo che soddisfano specifici criteri (per esempio isolando da un testo di legge o di progetto di legge le previsioni di oneri finanziari o di provvedimenti attuativi); la redazione assistita di sintesi schematiche riguardanti un insieme di provvedimenti, come ad esempio le tabelle del bollettino AIR; l'individuazione di similitudini testuali all'interno di corpora di testi normativi, ad esempio per la valutazione di accorpamenti, discussioni in testo unificato, e altre possibili razionalizzazioni; il supporto alla redazione di una bozza di resoconto sommario a partire dallo stenografico oppure anche di versioni preliminari di quest'ultimo tipo di documento a partire dalla trascrizione dell'audio; il "calcolo" del testo risultante dall'approvazione di un insieme di modifiche (novelle) o emendamenti di un testo base, ovvero anche del testo a fronte tra testi appartenenti, ad esempio, a fasi diverse dell'iter di un dato progetto di legge⁷⁶.

Sono tutti ambiti di applicazione che non comportano particolari accortezze se non quella richiamata anche nel documento *Using generative AI in parliaments* pubblicato ad aprile 2024 dalla Inter-Parliamentary Union, del "Keep humans in the loop": «Where GenAI is implemented

⁷⁴ V. DI PORTO, C. MARCHETTI, *L'intelligenza artificiale in Parlamento tra politica e amministrazione*, in *Rassegna Parlamentare*, n. 2, 2024, p. 391-496.

⁷⁵ Così V. DI PORTO, C. MARCHETTI, *L'intelligenza artificiale in Parlamento...*, cit., p. 408. Gli Autori aggiungono: «Inoltre, molti di questi sistemi possono offrire, se opportunamente interrogati, delle motivazioni alla base delle loro scelte. Ad esempio, il sistema a supporto della classificazione dei disegni di legge del Senato evidenzia con appositi indicatori le parole di un testo che hanno maggiormente influito ai fini della selezione di un classificatore proposto per un dato testo, offrendo all'utente una sorta di giustificazione delle proprie scelte».

Diversamente accade laddove il personale non sia sufficientemente "informato e addestrato". La motivazione algoritmica non è sufficiente se chi utilizza il sistema non ne governa i processi: il rischio è che il *nudge effect* del prodotto di IA generativa orienti le scelte e finisca per sostituire la scelta del sistema alla non-scelta dell'utente. Su questo v. C. ARRUZZOLI, *Intelligenza artificiale e nudging: riflessioni intorno al principio di non esclusività della decisione algoritmica*, in F. FABRIZZI, L. DURST, *Controllo e predittività...*, cit., p. 69-85.

⁷⁶ Gli esempi riportati sono tutti tratti da V. DI PORTO, C. MARCHETTI, *L'intelligenza artificiale in Parlamento...*, cit., p. 411-412.

in core parliamentary systems, such as those used for legislative drafting, parliaments will need to exercise caution, control and oversight in order to ensure reliability and accuracy. Internally, GenAI projects will involve a range of stakeholders, potentially including ICT and cybersecurity specialists, legal officers, and those responsible for data protection. At this stage of GenAI maturity, it is vital to maintain human scrutiny and control of all the processes a parliament introduces the technology into. Any outputs must be explainable and subject to expert validation, and the entire system must be auditable⁷⁷.

Fin qui, però, si sta dicendo semplicemente che l'amministrazione Parlamento va trattata come qualsiasi altra amministrazione.

Ma i parlamenti non sono semplici amministrazioni.

Anche alla luce delle considerazioni che si sono svolte nelle pagine precedenti, una qualche perplessità non può non nascere quando, nel citato Rapporto prodotto dalla Camera dei deputati, si legge ad esempio che: «gli strumenti basati sull'IA possono raccogliere, analizzare e interpretare il feedback di cittadini, esperti e altri stakeholder, fornendo ai responsabili politici una comprensione più approfondita del sentimento, delle esigenze e delle preferenze del pubblico»⁷⁸ o che «l'IA (essenzialmente in forma LLM) può fornire un supporto nella preparazione degli atti propedeutici allo svolgimento delle funzioni [del singolo parlamentare]: ad esempio, mediante sistemi da utilizzare nell'ambito della predisposizione di un'iniziativa legislativa o di uno strumento di indirizzo o di controllo sul Governo»⁷⁹, o ancora che «l'IA può sfruttare i dati passati e presenti per evitare di ripetere gli errori. Analizzando i dati storici, l'IA può identificare modelli di errori o fallimenti, fornendo ai decisori informazioni su come prevenire errori simili in futuro»⁸⁰.

Facendo un esercizio di estrapolazione, non sembra esagerato giungere ad immaginare, in un lasso di tempo assai breve come è quello proprio delle nuove tecnologie, un processo di creazione della legge che 1) nasce dall'input dei cittadini, magari fornito votando su piattaforma (dopo essersi informati sui social), 2) viene elaborata dall'algoritmo che la scrive in modo perfetto, abrogando espressamente tutto ciò che è superato dalla nuova formulazione adottata e peraltro 3) sapendo già quali saranno i risultati nella sua applicazione.

Una visione distopica in cui il Parlamento non serve più.

Nelle *Ai guidelines for parliaments* si legge: «Over time, more and more parliaments have embraced digital tools and services. The rise of AI is expected to further accelerate this trend and play a significant role in transforming legislatures from *paper-driven organisations* into *data-driven institutions*»⁸¹ (corsivo nostro).

Di nuovo, un brivido corre lungo la schiena: «nell'universo dataista – scrive Han – la democrazia lascia il posto a una infocrazia basata sui dati, che si cura di ottimizzare lo scambio

⁷⁷ Il documento è consultabile *qui*.

⁷⁸ COMITATO DI VIGILANZA SULL'ATTIVITÀ DI DOCUMENTAZIONE DELLA CAMERA DEI DEPUTATI, *Utilizzare l'intelligenza artificiale...*, cit., p. 73.

⁷⁹ *Ibid.*, p. 70.

⁸⁰ *Ibid.*, p. 70.

⁸¹ Il documento è consultabile *qui*.

di informazioni. La sfera del discorso pubblico è sostituita dall'analisi dei dati per mezzo dell'Intelligenza Artificiale, il che significa la fine della democrazia»⁸².

Quando si esaltano le capacità dell'intelligenza artificiale lo si fa mettendola a confronto con l'intelligenza umana del singolo: da questa prospettiva, certamente quello che è in grado di fare l'algoritmo è infinitamente più efficiente di quello che può fare l'intelligenza umana.

Dovremmo forse domandarci anche, però, che cosa sono in grado di fare due (o più) intelligenze umane e se il processo di crescita che si sviluppa dal confronto di due (o più) intelligenze umane è confrontabile con quello messo in atto da un algoritmo che riconoscere dei *patterns*, ma non crea nulla.

Nelle scienze cognitive si fa riferimento al ragionamento abduttivo per indicare quello tendenzialmente proprio degli esseri umani e non dei sistemi di AI: gli esseri umani ragionano sulle ipotesi spesso avvalendosi di dati incompleti e aggiungendo, tramite un mix di logica e creatività, la parte mancante.

Nel diritto costituzionale, Augusto Barbera ha ricordato come «la collegialità è condizione necessaria (anche se non sufficiente) della rappresentanza politica per due motivi: perché solo essa consente di rispecchiare una pluralità e perché solo essa può consentire l'assunzione di decisioni "in pubblico" (*Öffentlichkeit*) e attraverso un discorrere razionale (*government by discussion*)»⁸³.

Nella convinzione che l'*ubi consistam* del Parlamento sia esattamente la procedimentalizzazione del conflitto, del confronto e della discussione pubblica⁸⁴, se una qualche conclusione si può tirare, questa è che vanno preservati tutti quegli ambiti in cui si sviluppa il discorso pubblico, che va preservato l'argomentare, il discorrere razionale, che vanno evitati tutti gli automatismi che impediscono il confronto, il solo in grado di far crescere, nel senso di far progredire.

Che ci deve essere, in altri termini, un *Parliament in the loop*.

⁸² B-C. HAN, *Infocrazia...*, cit., p. 57.

⁸³ A. BARBERA, *La rappresentanza politica: un mito in declino?*, in *Quaderni costituzionali*, n. 4, 2008, p. 853.

⁸⁴ Su questo sia consentito il rinvio a F. FABRIZZI, *Il Parlamento nella «democrazia decidente»...*, cit., *passim*.