

INTERVENTO

La diffusione con Facebook fa i conti con l'aggravante

IL PUNTO

La Cassazione ha scelto una linea ma sarebbero possibili anche altre interpretazioni

di **Carlo Melzi d'Eril**
e **Giulio Enea Vigevani**

Con sentenza n. 24431 del 2015 (si veda *Il Sole 24 Ore* del 9 giugno), la Prima sezione penale della Cassazione ha deciso che delle offese via Facebook si deve occupare il tribunale e non il giudice di pace, poiché la fattispecie di reato in astratto configurabile è la diffamazione aggravata da un mezzo di pubblicità. Una simile affermazione, così tranchante, merita forse qualche riflessione. Infatti, le modalità di utilizzo della rete come strumento di diffusione del pensiero sono molte e trovare la disciplina corretta non è facile. Ad esempio, nel caso in esame, l'offesa era avvenuta attraverso l'inserimento di un commento nella pagina Facebook del querelante.

Per capire quale reato si può configurare, sintetizziamo le disposizioni oggi vigenti e la logica sottostante al sistema così congegnato. Il codice ritiene l'ingiuria meno grave della diffamazione poiché l'offeso, presente, si può difendere. La diffamazione, a sua volta, è aggravata se compiuta con un qualunque mezzo di pubblicità, con ciò intendendosi uno strumento che consente di raggiungere un numero tendenzialmente indeterminato di persone. La maggiore entità della pena è giustificata dalla capacità di estensione dell'offesa.

In questo contesto normativo, la sentenza in questione si limita a sottolineare come l'attività di scrivere sulla bacheca di un utente integri in ogni occasione la fattispecie di diffamazione aggravata. La Corte sembra cogliere nella diffusione, meramente potenziale, a un numero ampio di soggetti, la circostanza che determina

l'applicazione dell'aggravante. E, dunque, ai principali mezzi di comunicazione, viene equiparato il comizio, le e-mail inviate in copia a molte persone, e anche la diffusione di un testo tramite inserimento del medesimo sulla pagina di Facebook.

In verità, una simile soluzione sembra peccare di un certo "semplicismo" e una maggiore attenzione al caso concreto, forse, suggerirebbe di operare qualche distinzione. Anzitutto una ipotesi come quella in esame, in cui il messaggio offensivo è diretto anche alla persona offesa dovrebbe configurare il reato di ingiuria oltre a quello di diffamazione. Così come è stato stabilito dalla Cassazione nell'ipotesi in cui il messaggio lesivo per il destinatario è contenuto in una lettera "aperta", inviata per conoscenza anche a diversi altri soggetti.

Per quanto riguarda la tipologia di diffamazione astrattamente configurabile, una giurisprudenza non troppo recente ma che ci pare colga nel segno, collega la sussistenza dell'aggravante del mezzo di pubblicità all'utilizzo di una modalità di diffusione che consentisse di raggiungere un numero alto e imprecisato di persone. Seguendo questo indirizzo, la diffusione tramite una pagina del social network sembra poter essere ricondotta alla fattispecie di cui all'articolo 595 comma 3 Codice penale solo se coloro che hanno accesso a tali contenuti sono in numero assai cospicuo oppure se si tratta di una pagina "aperta", senza barriere a protezione della privacy. Diversamente, qualora il messaggio possa essere visionato solo da pochi soggetti, fermare stando la sussistenza della diffamazione (per cui bastano due persone) non pare però potersi applicare la circostanza aggravante.

La strada percorsa dalla Corte è, come detto, un'altra. E, come ammoniva Mark Twain, «non è bello che tutti si debba pensare allo stesso modo; è la differenza di opinione che rende possibili le corse dei cavalli».

