



## **Pubblicazione immagini da Facebook a corredo di notizie giornalistiche.**

Il Garante ha ricevuto alcuni reclami con cui è stato lamentato che in taluni casi giornali e emittenti televisive, a corredo di notizie di cronaca, hanno pubblicato fotografie acquisite direttamente da uno dei più frequentati *social networks*, "Facebook", attribuendole per pura omonimia alle persone protagoniste delle predette notizie.

L'Autorità è intervenuta al riguardo rilevando in siffatta pubblicazione una violazione delle disposizioni a tutela del diritto alla protezione dei dati personali e dell'identità personale, essendo state raccolte informazioni non adeguatamente verificate e diffusi dati personali errati. In particolare, l'Autorità ritiene che tale attività abbia determinato l'inosservanza di alcuni principi generali che sono alla base di qualunque tipo di trattamento di dati personali e che si traducono nel dovere di trattare i dati personali in modo corretto, verificando innanzitutto la loro esattezza (art. 11, comma 1, lett. a) e c) del Codice in materia di protezione dei dati personali - D. lgs. 30 giugno 2003, n. 196).

Il Garante ritiene d'altra parte che una simile condotta rivela dei profili in contrasto con principi che, prima ancora dell'entrata in vigore della disciplina in materia di protezione dei dati personali, erano già affermati nelle leggi e nelle carte deontologiche che da tempo disciplinano il settore (l. 8 febbraio 1948, n. 47 e 3 febbraio 1963, n. 69; carta dei doveri del giornalista - Documento CNOG - FNSI 8 luglio 1993), nonché consolidati attraverso una copiosa giurisprudenza. Principi che costituiscono l'essenza di una corretta e professionale attività giornalistica.

È innegabile che la rete Internet costituisca oggi per i giornalisti una nuova e ricca fonte di dati. Tuttavia la facile accessibilità agli stessi non ne può consentire un uso indiscriminato, senza adeguate verifiche sulla loro esattezza e completezza, oltre che sulla loro pertinenza rispetto ai fatti narrati.

Tali considerazioni appaiono oltremodo necessarie in relazione alle informazioni (comprese le fotografie) presenti sui *social networks*, spesso rese accessibili a un pubblico indeterminato attraverso la loro indicizzazione sui motori di ricerca, talvolta senza una piena consapevolezza degli utenti. Molte di queste informazioni rivelano aspetti della vita di una persona, ne integrano e ne definiscono l'identità e un eventuale loro riutilizzo al di fuori del contesto nel quale sono state immesse richiede particolari cautele e senso di responsabilità da parte dei giornalisti.

Le riflessioni qui espone non rappresentano peraltro un caso isolato avendo, ad esempio, anche la *Press Complaints Commission* inglese richiamato l'attenzione dei mass media su questi aspetti (cfr. PCC 08 The Review, p.22).

E', dunque, opportuno condividere quanto qui rappresentato con l'Ordine nazionale dei giornalisti e la FIEG, auspicando da parte di codesti organi un'opera di sensibilizzazione nei confronti dei direttori responsabili di testata e dei giornalisti riguardo ai principi sopra richiamati.