

## Il maxi-processo contro i social è davvero uguale a quello contro Big Tobacco avvenuto negli anni Novanta? di Velia Alvich

Le somiglianze fra i due casi sono tante, ma anche le differenze. A proteggere le Big Tech fino a questo momento è stato un emendamento conosciuto come Sezione 230 e che toglie alle aziende la responsabilità dei contenuti pubblicati sui social

(Fonte: <https://www.corriere.it/> 1° aprile 2026)



Quando si parla della [condanna a Meta e Google](#) nella causa intentata da [Kaley G.M.](#) – la giovane donna che ha accusato le aziende di averla resa **dipendente dai social** – un paragone molto comune nei media statunitensi è quello con il processo a **Big Tobacco**, cioè le quattro più importanti aziende del tabacco. Si è svolto negli anni Novanta, ha visto 46 Stati americani (su 50) schierati dal lato dell'accusa e, soprattutto, ha portato a una **vittoria storica dei consumatori contro una potente lobby**. Il risultato non è molto diverso da quello che abbiamo visto con il primo successo di una class action enorme (i querelanti sono circa 1.600) contro le **Big Tech**. Anche questa vittoria, giustamente, è stata definita storica.

Rimane il dubbio, però, che le **conseguenze a lungo termine** del processo siano davvero paragonabili al caso Big Tobacco. Le premesse non sono le stesse, a lottare in tribunale ci sono singoli individui o organizzazioni relativamente piccole, ma soprattutto la percezione nei confronti del problema – cioè la capacità dell'algoritmo di raccomandazione di creare dipendenza – potrebbe non essere uguale a quella che ha portato all'impopolarità delle sigarette negli Usa.

## **Big Tech e Big Tobacco: in cosa sono simili i due processi?**

Il motivo principale del paragone fra i due maxi-processi sta nella sostanza dell'accusa. In entrambi i casi, le "Big" della tecnologia e del tabacco sono state accusate di **conoscere le conseguenze nefaste** dei propri prodotti, ma di **averlo consapevolmente nascosto ai consumatori** per massimizzare i profitti. D'altronde, chi comprerebbe un prodotto che fa male?

Nel caso del fumo, per arrivare a formulare quest'accusa ci sono voluti decenni. A metà degli anni Cinquanta sono arrivate le **prime 800 richieste di risarcimento**. Secondo i querelanti, le compagnie del tabacco si erano macchiate di pratiche commerciali e pubblicitarie fraudolente. Di queste cause, solo due sono terminate in condanne. Ribaltate poi in appello. Ci sono voluti molti altri anni di ricerche per dimostrare la **correlazione fra il fumo e l'insorgere di alcuni problemi di salute** prima di poter tornare in tribunale, questa volta con dei risultati.

Anche per le Big Tech non è il primo rodeo. Significativo è il caso del 2021 quando un'ex dipendente, [Frances Haugen](#), aveva puntato il dito contro Facebook (come si chiamava allora) dimostrando, tramite la pubblicazione di documenti sensibili, che l'azienda era consapevole dei **danni che Instagram aveva causato negli adolescenti**, ma che aveva insabbiato gli studi interni.

Da allora si sono moltiplicati gli studi che hanno dimostrato gli effetti degli algoritmi sui giovani utenti in fase di sviluppo, ma la vittoria di Kaley G.M. ha sancito l'esistenza del problema.

## **Il risarcimento è stato importante per il processo contro Big Tobacco? E lo sarà anche per le Big Tech?**

Anni di studi e di cause andate a vuoto prima di ottenere una sentenza che farà scuola. Così il processo alle Big Tech ricorda quello a Big Tobacco. Ma sulle **conseguenze a lungo termine** è ancora tutto da vedere.

La sentenza del processo contro l'industria delle sigarette aveva stabilito innanzitutto dei **risarcimenti perpetui a favore dei sistemi sanitari statali**, perché questi hanno dovuto gestire un numero maggiore di casi legato proprio alla diffusione del fumo. La cifra del risarcimento è stata calcolata sulla base delle sigarette vendute annualmente in ognuno degli Stati.

In maniera non troppo diversa, anche Meta e Google sono state chiamate a risarcire – in questo caso, *una tantum* – Kaley per i danni psicologici subiti (altre aziende come TikTok e Snap hanno patteggiato all'inizio del processo).

La cifra stabilita fino a ora – **3 milioni di dollari per il caso di Kaley** – è solo una frazione di quella che, con ogni probabilità, dovranno pagare alla fine di tutti i processi. Stiamo parlando di cifre che possono fare la differenza per le vite dei singoli querelanti, ma che probabilmente non intaccheranno le finanze di aziende che possono vantare su "portafogli" capienti. Attaccare le tasche di queste aziende, dunque, non sarà la risposta al problema.

Le conseguenze del processo ai social saranno simili a quelle subite dall'industria del fumo?

Ci sono altri aspetti da considerare nella storica condanna a Big Tobacco. Innanzitutto, la sentenza prevedeva il **divieto nei confronti di qualsiasi pubblicità rivolta ai più giovani**. I minori sono diventati così una categoria proibita per quest'industria. Qualcosa di simile sta già accadendo anche per gli algoritmi di raccomandazione. Ma in questo caso non si tratta di una decisione presa in sede di tribunale, bensì di un processo partito dall'iniziativa di singoli Paesi. Il [caso australiano](#) è il più conosciuto – a dicembre **Canberra ha vietato i social ai minori di 16 anni** – ma adesso [tante altre nazioni](#) si stanno muovendo nella stessa direzione.

La vittoria contro l'industria delle sigarette ha portato anche a una diffusa **campagna per sensibilizzare** i consumatori in merito al rischio del fumo. Qualcosa che gli europei sanno bene visto che da anni la pericolosità delle sigarette è segnalata con immagini e frasi d'impatto direttamente impresse sui pacchetti. La campagna, insieme ai sempre più numerosi studi in merito all'impatto sulla salute, hanno creato una consapevolezza di massa sul tema del fumo che prima non esisteva.

Per ora è difficile pensare che vedremo qualcosa di simile anche quando usiamo un social, una sorta di etichetta per segnalare che «**gli algoritmi di raccomandazione nuociono gravemente alla salute**». Nel caso di Big Tobacco, però, il danno reputazionale post-sentenza è stato significativo e secondo alcuni avrebbe portato a una diminuzione nel numero complessivo di fumatori negli Usa. Se anche il processo alle Big Tech e la nuova consapevolezza porterà a un **danno reputazionale** e, quindi, un uso più consapevole degli algoritmi di raccomandazione, sarà solo il tempo a dirlo.

### **Cosa cambia rispetto alle altre cause intentate fino a ora contro i social?**

Quella contro le Big Tech è stata definita una sentenza storica proprio perché è la prima del suo genere nel settore della tecnologia. Prima di ora, infatti, le cause si sono scontrate con uno scoglio giurisprudenziale enorme, cioè la cosiddetta **Sezione 230**. Si tratta di un emendamento a una legge, il **Communications Decency Act**, introdotto negli anni Novanta dopo alcune sentenze che hanno fatto (altrettanto) storia relativamente alla responsabilità degli internet provider in merito ai contenuti pubblicati sulle piattaforme. Con la Sezione 230, insomma, gli internet provider (e quindi poi i social) sono stati definiti come semplici **distributori di contenuti**. E per questo motivo sono rimasti intoccabili fino a oggi quando si è trattato di cause sui contenuti pubblicati online. Per questo, anche in altri casi si è scelto di puntare su un'altra strategia legale. Su tutt'altro tema, l'associazione [«Everytown for Gun Safety»](#), per esempio, per dimostrare la responsabilità dei social in tema di radicalizzazione dei giovani, ha scelto la strada di dimostrare che l'algoritmo è un **prodotto commerciale difettoso**. Che, per questo motivo, deve essere trattato come potenziale danno ai consumatori.

La strategia adottata nel recente processo contro i social è simile perché vuole aggirare proprio lo "**scudo**" della Sezione 230, anche se si differenzia dall'altro caso perché implica la **scelta**

**consapevole** da parte delle aziende di creare un prodotto (l'algoritmo, appunto) progettato deliberatamente per creare dipendenza.

### **Cosa succede ora dopo la sentenza contro Meta e Google?**

Intanto, Meta e Google hanno già annunciato di essere pronte a **presentare ricorso**. Il maxi-processo alle Big Tech – fra processi ancora da celebrare e l'eventuale ricorso – durerà ancora a lungo. E non è detto neanche che un processo d'appello confermi quanto stabilito in primo grado. Cecilia Kang, corrispondente tech del *New York Times*, in conversazione con Katrin Bennhold nella newsletter *The World*, ha spiegato che la decisione nel caso di Kaley G.M. è stata **presa da una giuria** composta da "persone comuni", che storicamente tendono a favorire le posizioni dei querelanti. Ma **in caso di appello, la palla passerebbe in mano a un giudice**, che potrebbe essere più sensibile alla posizione delle aziende, cioè che a prevalere dovrebbe essere la libertà di parola visto che si tratta di piattaforme che ospitano le opinioni degli utenti, e che per questo motivo non dovrebbero essere punite.

Insomma, prima di fare un paragone certo con il processo contro Big Tobacco bisogna assicurarsi innanzitutto che i risultati sul lungo periodo siano simili a quelli raggiunti alla fine degli anni Novanta.

### **Leggi anche**

[L'età sbagliata dei social: come venne stabilito il limite dei 13 anni, la prima volta \(e perché fu un errore\)? «Lo sapevo benissimo che erano troppo pochi»](#) di Riccardo Luna

[L'età sbagliata dei social e l'errore storico di Bruxelles: alzare i limiti, lasciare entrare i bambini](#) di Riccardo Luna

[Social vietati ai minori? Quando provammo a tenerli fuori dal web \(e non finì bene\): da Blair a Starmer, cosa fa la politica](#) di Riccardo Luna

[«Date un computer a ogni bambino»: la proposta che ha sedotto governi e genitori \(e cosa è andato storto\)](#) di Riccardo Luna

[Nel 2010 la scienza ci disse che stare online faceva bene ai bambini. Poi ha cambiato idea. Perché?](#) di Riccardo Luna