



UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI ROMA TOR VERGATA

***European Digital Law of the Person, of the Contract
and of the Technological Marketplace - EUDILA***
Cattedra Jean Monnet del Progetto ERASMUS +

***L'immagine digitale: un bene giuridico da
tutelare nell'era di internet***

Roberta Simeone

0340351

Anno accademico 2023/2024

Abstract

Questa tesina si propone di elaborare i principi giuridici che, in materia di diritto all'immagine, proteggono gli individui nello spazio digitale.

Il diritto all'immagine trova il suo fondamento nei diritti della personalità, enfatizzando il diritto degli individui di tutelare la propria identità, dignità e sfera privata.

Nell'elaborato vengono analizzati i principi fondamentali del Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR) relativi al trattamento delle immagini come dati personali, evidenziando gli obblighi del titolare del trattamento e l'importanza del consenso informato. La tesina esplora come il GDPR imponga limiti rigorosi sul trattamento delle immagini e il diritto degli individui di revocare il consenso in qualsiasi momento.

Vengono discusse anche le implicazioni legali della pubblicazione non autorizzata di immagini sui *social media*, comprese le sanzioni previste per le violazioni e le possibili tutele legali a disposizione degli individui per proteggere i propri diritti. Questa sezione approfondisce un caso reale in cui un centro estetico ha subito ripercussioni per aver pubblicato su *Instagram* il video di un paziente senza il suo consenso. Il caso evidenzia l'importanza del consenso informato e del rispetto della *privacy* dei dati personali in ambito medico e digitale.

Sommario

| | |
|---|----|
| Introduzione..... | 1 |
| 1 Diritto all'immagine..... | 3 |
| 1.1 I diritti della personalità: cosa sono e la loro origine | 3 |
| 1.2 Il diritto all'immagine quale diritto alla personalità | 4 |
| 1.3 La pubblicazione dell'immagine sui <i>social network</i> : rischi | 5 |
| 1.4 Lo sfruttamento commerciale dell'immagine..... | 7 |
| 2 Tutela del diritto all'immagine nella normativa europea..... | 10 |
| 2.1 Il trattamento dei dati personali e immagine: GDPR e principi | 10 |
| 2.2 Gli obblighi del titolare del trattamento..... | 15 |
| 2.3 Il consenso informato al trattamento dell'immagine: limiti e revoca | 16 |
| 2.4 La tutela civilistica del diritto all'immagine nel <i>web</i> | 18 |
| 3 La violazione della <i>privacy</i> in medicina estetica | 20 |
| 3.1 La fattispecie: divulgazione dell'immagine di un paziente durante una procedura di medicina estetica | 20 |
| 3.2 L'attività istruttoria | 20 |
| 3.3 Il provvedimento del Garante della <i>privacy</i> n.9983210 dell'11 gennaio 2024 | 23 |
| Conclusioni | 25 |
| Bibliografia | 26 |

Introduzione

Nel panorama giuridico attuale, la tutela della *privacy* rappresenta un tema di crescente importanza e complessità. Con l'avvento dei *social network*, delle piattaforme di condivisione e delle tecnologie avanzate di manipolazione delle immagini, la diffusione non autorizzata di foto e video può avvenire con una rapidità e una portata senza precedenti. La diffusione capillare di internet porta ad uno scenario di circolazione di dati personali, che pone sfide significative per la tutela dei diritti individuali, perché espone gli individui a rischi crescenti di violazione della loro sfera privata.

A questo proposito, è essenziale un quadro giuridico robusto e aggiornato, in quanto ci si domanda come sia possibile proteggere la propria immagine nell'era digitale e quali sono i rischi e le tutele a cui prestare attenzione.

In questo elaborato, analizzeremo in maniera approfondita il complesso tema della tutela dell'immagine nell'era digitale, esplorando le sue origine, le sfide e le opportunità che si presentano nel mondo *online*. Attraverso un'analisi della normativa vigente, di casi di studio e di riflessioni critiche, cercheremo di comprendere come tutelare la nostra immagine *online* e di navigare in modo sicuro e consapevole nel mare di informazioni e contenuti digitali.

Il diritto all'immagine non è soltanto una questione di proprietà intellettuale, ma si intreccia con la protezione della dignità personale, dell'identità e della *privacy*. La capacità di controllare l'uso della propria immagine è fondamentale per prevenire abusi, lesioni della reputazione e danni morali e materiali. La normativa deve, quindi, rispondere efficacemente a questi rischi, bilanciando la libertà di espressione con il rispetto dei diritti individuali.

In particolare, esamineremo come la legislazione esistente, come il Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR) in Europa, affronta il tema della tutela dell'immagine e della *privacy* online. Valuteremo inoltre i limiti e le potenzialità delle leggi attuali nel contesto dinamico e in continua evoluzione del mondo digitale. Attraverso l'analisi di un caso concreto, metteremo in luce come le violazioni della *privacy* possano avere conseguenze profonde sulla vita degli individui e sull'importanza di una regolamentazione adeguata e tempestiva.

Infine, discuteremo le possibili soluzioni e le migliori pratiche che possono essere adottate da individui, aziende e legislatori per garantire una protezione efficace dell'immagine personale nel contesto digitale.

L'obiettivo di questa tesina è fornire una panoramica completa e critica della tutela dell'immagine nell'era digitale, offrendo spunti di riflessione e strumenti pratici per affrontare le sfide attuali e future.

1 Diritto all'immagine

1.1 I diritti della personalità: cosa sono e la loro origine

Al centro del nostro ordinamento vi è la persona con i suoi diritti inviolabili, diritti soggettivi assoluti di cui siamo titolari dalla nascita e che, quindi, preesistono nel nostro ordinamento.

I diritti della personalità nascono da un'esigenza profonda di tutelare la persona umana nella sua completezza, riconoscendone la dignità e il valore inalienabile. Il loro sviluppo è frutto di un lungo percorso storico, filosofico e giuridico, intrecciato con le lotte sociali per la libertà e la giustizia a partire dal XVII secolo con il Giusnaturalismo.

L'art. 2 della Costituzione riconosce e garantisce i diritti inviolabili dell'uomo, sia come singolo, sia nelle formazioni sociali, ove si svolge la sua personalità.

I diritti della personalità si distinguono dai diritti patrimoniali, che tutelano gli interessi economici dell'individuo, in quanto questi attengono alla sfera intima e personale dell'essere umano, proteggendo gli aspetti essenziali.

Le caratteristiche dei diritti della personalità sono:

- *Assolutezza*: possono essere fatti valere "erga omnes", contro chiunque ne leda la sfera di protezione;
- *Inalienabilità*: non possono essere alienati o trasferiti ad altri soggetti;
- *Imprescrittibilità*: non possono essere soggetti a prescrizione, ossia non si estinguono con il tempo;
- *Irrinunciabili*: non possono essere oggetto di rinuncia;
- *Atipici*: non sono previsti in modo specifico dalla legge, ma nascono dalla natura della stessa persona e si evolvono nel tempo in base a mutamenti sociali e culturali.

I principali diritti della personalità sono:

- **Diritto all'immagine**: protegge la rappresentazione fisica di una persona, impedendo la sua diffusione senza consenso.
- **Diritto all'onore e alla reputazione**: tutela la dignità e il decoro della persona, impedendo affermazioni lesive della sua stima sociale.
- **Diritto alla riservatezza**: protegge la sfera privata della persona, impedendo la divulgazione di informazioni personali senza consenso.

- Diritto all'identità personale: tutela l'esatta rappresentazione dei dati identificativi di una persona, impedendone l'usurpazione o l'alterazione.
- Diritto all'integrità fisica e psichica: protegge il corpo e la mente della persona da lesioni o sofferenze.

1.2 Il diritto all'immagine quale diritto alla personalità

Il diritto all'immagine è considerato un diritto della personalità per diverse ragioni fondamentali, legate alla protezione dell'identità, della dignità e della *privacy* dell'individuo.

L'immagine di una persona è un elemento distintivo della sua identità. Proprio per questo, la protezione dell'immagine è essenziale per salvaguardare la personalità individuale, evitando che questa venga sfruttata o manipolata senza il consenso del soggetto interessato.

Il diritto all'immagine esprime il diritto delle persone di controllare le informazioni che le riguardano. Questo diritto permette agli individui di decidere come e quando la loro immagine può essere utilizzata, prevenendo abusi e assicurando un controllo diretto sulla propria rappresentazione pubblica. L'uso non autorizzato può causare danni materiali (perdita di opportunità lavorative) e danni morali (stress, ansia e sofferenza psicologica) e rilevare aspetti intimi e personali della vita di una persona, violando la sua *privacy*.

Un punto di svolta fondamentale nella tutela dei diritti della personalità in Italia è dato dalla sentenza della Cassazione del caso Soraya: nel 1968, durante un soggiorno in Italia, Soraya fu fotografata in atteggiamenti intimi con l'attore Franco Ressel all'interno della sua villa a Roma. Le foto, pubblicate senza il suo consenso dal settimanale tedesco "Kristall", ebbero un grande clamore mediatico e provocarono un forte turbamento nella Principessa, la quale decise di intraprendere un'azione legale contro il settimanale e il fotografo. Il caso si concluse con una sentenza storica della Corte di Cassazione italiana nel 1975, stabilendo che la pubblicazione delle foto violava il diritto all'immagine di Soraya, in quanto le immagini ritraevano la Principessa in momenti privati della sua vita e ne esponevano la sfera intima all'attenzione del pubblico senza il suo consenso. La Corte condannò il settimanale e il fotografo al risarcimento del danno in favore di Soraya.

Ancora oggi, il caso Soraya viene citato come un precedente importante nelle discussioni sul diritto alla riservatezza e alla tutela dell'immagine nell'era digitale.

1.3 La pubblicazione dell'immagine sui *social network*: rischi

Il diritto all'immagine è un aspetto cruciale che bilancia la libertà di informazione e di espressione con la necessità di proteggere la *privacy* e la dignità degli individui.

In un'epoca in cui la diffusione delle immagini è facilitata dalla tecnologia digitale e dai *social media*, la consapevolezza e la protezione di questo diritto sono più importanti che mai. La normativa italiana fornisce strumenti adeguati per la tutela dell'immagine, consentendo agli individui di agire legalmente contro gli abusi e le violazioni del loro diritto.

La **Policy dei *social network*** ha due aspetti essenziali:

- Termini di servizio e condizioni d'uso: ogni *social network* ha i propri termini di servizio e condizioni d'uso che disciplinano l'utilizzo della piattaforma. È importante leggere attentamente tali termini per assicurarsi che la pubblicazione delle immagini sia conforme alle regole del *social network* utilizzato.
- Copyright e proprietà intellettuale: i *social network* hanno delle procedure per la gestione delle segnalazioni di violazione del *copyright* e della proprietà intellettuale. Se un'immagine viene segnalata come abusiva, potrebbe essere rimossa dalla piattaforma.

È importante essere consapevoli dei rischi legali che la pubblicazione di immagini sui *social* può comportare.

Uno dei principale rischi è la diffusione di contenuti illeciti, come *incitamento all'odio, violenza o pornografia* che possono avere conseguenze penali; *danno alla reputazione* con immagini imbarazzanti o offensive; *cyberbullismo* con la pubblicazioni di immagini con l'intento di danneggiare o umiliare una persona.

I rischi connessi all'utilizzo dei *social network* vengono trattati dall'Autorità Garante per la protezione dei dati personali, con riferimento all'episodio di una signora americana che aveva pubblicato su Facebook le proprie foto ritrovandole, manipolate, sui siti pornografici. Oppure, anche tutti i casi di giovani adolescenti che, per vergogna dopo che le loro foto e/o video sono stati pubblicati dal loro ex-partner sui *social*, tentano il suicidio. L'art 17 del GDPR sancisce il diritto all'oblio, diritto di ogni persona di ottenere la cancellazione di informazioni personali, quindi anche immagini che la riguardano, in maniera rafforzata, quando queste risultano irrilevanti, obsolete e non più pertinenti

rispetto alle finalità per le quali sono state raccolte. L'oblio sussiste quando l'interessato si oppone al trattamento delle proprie immagini.

Questo diritto si può esercitare attraverso la deindicizzazione dei contenuti. Nonostante ciò, è difficile eliminare definitivamente le immagini che sono state pubblicate su internet. Gli hosting provider, in questo scenario, ricoprono un ruolo specifico, ma le loro capacità di azione sono limitate, perché non hanno un controllo su copie esterne su altri *social network*. I motori di ricerca potrebbero conservare copie cache¹ delle immagini anche dopo la loro rimozione dall'hosting provider.

Tecnologie come la *blockchain* potrebbero rendere ancora più difficile la rimozione definitiva delle immagini dal *web*, data la loro immutabilità, salvo i casi in cui la piattaforma della *blockchain* non venga disattivata, ma è molto improbabile. Inoltre, la *blockchain* non è gestita da un'autorità centrale, ma piuttosto da una rete distribuita di controllo, questo significa che non esiste un singolo punto di controllo che possa ordinare la rimozione dell'immagine.

Nel 2018, la piattaforma *blockchain* per la pubblicazione di immagini *TheObvious* è stata oggetto di controversie a causa della pubblicazione di immagini di abusi su minori. Nonostante gli sforzi della piattaforma per rimuovere i contenuti offensivi, la loro natura immutabile sulla *blockchain* ha reso difficile l'eliminazione definitiva. Questo caso ha evidenziato la necessità di protocolli di rimozione più efficaci per le piattaforme *blockchain*.

OpenSea, il più grande mercato *NFT*² per immagini digitali, ha dovuto affrontare diverse sfide legate alla pubblicazione di immagini protette da *copyright* e contenuti offensivi. La piattaforma ha implementato diverse misure, come la verifica dei proprietari e la collaborazione con le forze dell'ordine per contrastare questi problemi.

Tuttavia, la rimozione definitiva di contenuti illegali dalla *blockchain* rimane una sfida in corso.

La gravità delle conseguenze legali della pubblicazione dipende da diversi fattori come la natura dell'immagine, il contesto in cui viene pubblicata e il numero di utenti che la visualizzano.

¹ La copia cache è un'istantanea immagazzinata da Google che conserva all'interno dei propri server.

² *NFT* è l'acronimo di *Token Non Fungibile* (le immagini possono essere scambiate).

Una realtà preoccupante che colpisce sempre più giovani con conseguenze psicologiche devastanti è il *cyberbullismo*. Già nel 2017, secondo una ricerca condotta da “Save The Children”, le statistiche sono allarmanti: 3 ragazzi su 10 assistono a tali episodi, il 72% degli adolescenti lo considera il “fenomeno sociale più pericoloso al momento”, il 34% del bullismo avviene *online*.

Per rispondere a tale esigenza di grande importanza, il Parlamento Italiano ha approvato la legge 71/2017, la c.d. “Legge anti- *Cyberbullismo*”.

La Legge offre, per la tutela dei minori, strumenti concreti che consistono nella richiesta al *social media* o al titolare del trattamento di oscurare/rimuovere immagini, video e contenuti offensivi diffusi nella rete internet.

L’era digitale ha portato nuove sfide e opportunità anche per i giornalisti, per questo motivo il Codice Deontologico³ del 2018 include specifiche linee guida per il giornalismo in rete: la pubblicazione di immagini di persone deve avvenire secondo il consenso libero e informato; le immagini dei minori devono essere trattate con particolare tutela; la pubblicazione di immagini che ledono la *privacy* o la dignità delle persone è vietata.

In caso di violazione del Codice, l’Ordine dei Giornalisti può applicare sanzioni disciplinari a carico del giornalista colpevole, come la censura, la sospensione dall’esercizio della professione e la radiazione dall’albo professionale.

1.4 Lo sfruttamento commerciale dell’immagine

L’art. 96 della Legge sulla Protezione del diritto d’autore recita: “il ritratto di una persona non può essere esposto, riprodotto o messo in commercio senza il consenso di questa”.

Per tale motivo, uno sfruttamento dell’immagine altrui è consentito solo a seguito del consenso dell’interessato.

Per l’utilizzo commerciale il consenso deve essere esplicito e specifico e deve includere i dettagli relativi alle modalità e all’estensione dello sfruttamento.

Lo sfruttamento dell’immagine altrui non è mai consentito quando avviene per fini illeciti, come la pubblicità e la promozione non autorizzata.

Infatti, l’immagine di una persona nota non può essere pubblicata senza la sua autorizzazione per fini di sfruttamento economico, ciò significa che è vietato utilizzare

³ Insieme di principi etici e regole di comportamento che definiscono i doveri e le responsabilità dei professionisti dell’informazione.

l'immagine di un personaggio famoso per pubblicizzare un prodotto o un servizio senza il suo consenso.

Inoltre, anche l'utilizzo di sosia di personaggi famosi per fini pubblicitari è una tematica delicata che ha sollevato diverse questioni giuridiche relative al diritto all'immagine e alla concorrenza sleale. In linea generale, la giurisprudenza italiana tende a ritenere illecito l'utilizzo di sosia di personaggi famosi in campagne pubblicitarie, quando tale utilizzo crea una confusione nel pubblico e induce a ritenere che il sosia sia effettivamente il personaggio famoso.

Lo sfruttamento commerciale può comportare il risarcimento del danno e la cessazione dell'abuso, essendo la violazione di un diritto personale.

Ad oggi esistono due interessanti casi giurisprudenziali italiani che affrontano la questione dello sfruttamento illecito dell'immagine altrui senza la riproduzione dei tratti somatici della persona.

Caso Lucio Dalla:

Nel 1984, la ditta "Fiera di Milano" utilizzò a fini pubblicitari un'immagine raffigurante uno zucchetto di lana ed un paio di occhiali a binocolo, elementi distintivi del *look* di Lucio Dalla. Il cantautore non aveva autorizzato l'utilizzo della sua immagine.

La Pretura di Roma, con l'ordinamento del 18 aprile 1984, in Foro it., 1984, I, 2030, ritenne che l'utilizzo dello zucchetto e degli occhiali, pur non riproducendo direttamente i tratti somatici di Dalla, fosse comunque lesivo del suo diritto all'immagine. I giudici motivarono la loro decisione rilevando che la combinazione di questi due elementi era talmente evocativa dell'immagine di Dalla da renderlo immediatamente riconoscibile al pubblico.

Caso Audrey Hepburn:

Nel 2015, la società "Caleffi" utilizzò per la campagna pubblicitaria di promozione del concorso a premi denominato "Il Diamante dei Sogni" pubblicitari un'immagine raffigurante una donna con la stessa acconciatura, lo stesso abito nero, i lunghi guanti neri, gli occhiali scuri e i gioielli indossati da Audrey Hepburn nel film "Colazione da Tiffany". I tratti somatici della modella non erano riconoscibili. L'erede di Audrey Hepburn non aveva autorizzato l'utilizzo dell'immagine.

Il Tribunale di Milano, con sentenza del 21 gennaio 2015 n. 766, ritenne che l'utilizzo di questi elementi, pur non riproducendo direttamente l'immagine di Audrey Hepburn, fosse comunque lesivo del suo diritto all'immagine.

I due casi sono esempi di come la giurisprudenza italiana stia ampliando la tutela del diritto all'immagine, riconoscendo che la stessa può essere lesa anche attraverso elementi evocativi dell'immagine di una persona, anche se non è possibile un riconoscimento immediato.

Lo sfruttamento commerciale dell'immagine altrui configura il c.d. "*Right of publicity*": le immagini, i marchi vengono utilizzati per campagne pubblicitarie o per la produzione di prodotti, ad esempio il marchio "Ferrari" per la produzione di accendini, ombrelli, borse da viaggio.

Per regolare lo sfruttamento commerciale dell'immagine, si stipulano appositi contratti di *merchandising*, che disciplinano i termini e le condizioni per l'utilizzo delle immagini e gli ambiti di utilizzo consentiti.

In caso di violazione del "*Right of publicity*", il titolare dei diritti può tutelarsi attraverso *azione risarcitoria* per ottenere il risarcimento del danno, *azione inibitoria* per far cessare l'utilizzo illecito dell'immagine e *azione di rimozione* per ottenere la rimozione di immagini o contenuti che ledono la propria personalità.

Ai sensi dell'art. 167 del D. Lgs n. 196/2003, chiunque pubblica immagini altrui senza autorizzazione con l'intento di trarne profitto, recare danni o disturbare l'interessato può essere punito con la reclusione fino a tre anni.

Oltre al danno, l'autore di pubblicazioni illecite di foto, può essere accusato del **reato di diffamazione aggravata**, previsto all'art. 595 del Cod. Penale Italiano.

Questo, se l'offesa è recata col mezzo della stampa (art. 57-58bis del Cod. Penale)⁴ o con qualsiasi altro mezzo di pubblicità (art. 2699 del Cod. Civile)⁵, comporta la pena della reclusione da sei mesi a tre anni o il pagamento di un'ammenda non inferiore a cinquecentosedici euro.

⁴ L'art.57 del Cod. Penale stabilisce che chiunque pubblica diffamazioni o ingiurie attraverso la stampa è punito con la reclusione fino ad un anno o con l'ammenda.

L'art. 58 bis estende la responsabilità penale anche al direttore responsabile della pubblicazione periodica, punito con la stessa pena.

⁵ Il Dispositivo dell'art.2699 del Codice Civile è un documento redatto da un notaio o da un altro pubblico ufficiale autorizzato ad attribuirgli buona fede (attestazione della veridicità dei fatti che si svolgono in sua presenza).

2 Tutela del diritto all'immagine nella normativa europea

2.1 Il trattamento dei dati personali e immagine: GDPR e principi

Nell'ordinamento italiano, il diritto all'immagine è parte del diritto alla riservatezza, che protegge la sfera privata di una persona dalle intrusioni non desiderate.

Questo diritto consente ad ogni individuo di controllare quali aspetti della propria vita personale e intima non debbano essere divulgati e interferiti da terzi.

In Italia, la tutela giuridica dell'immagine è principalmente regolata sia dal Codice Civile (art. 10) che dal Codice Privacy⁶.

Il Codice *Privacy* Italiano, inizialmente istituito con il D.lgs. n. 196/2003, è stato aggiornato dal D.lgs. n. 101/2018 per adeguarsi al Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati⁷ (GDPR) dell'Unione Europea, Regolamento UE n. 679/2016.

Già dal 1996, il Codice associava l'immagine personale al dato personale, definito come una "qualunque informazione relativa a persona fisica, identificata o identificabile, anche indirettamente, mediante riferimento a qualsiasi altra informazione".

Nonostante questa definizione è stata abrogata con l'introduzione del D. Lgs 101/2018, il GDPR ha continuato e ampliato tale definizione. Il recente art.4 ha introdotto l'ampliamento del concetto di "dato identificativo": il GDPR non si limita a includere nella definizione elementi classici come nome e cognome, ma menziona esplicitamente anche dati come un identificativo *online*, elementi caratteristici riguardanti identità fisica, genetica, psichica, sociale, economica e culturale.

In virtù di ciò, l'immagine personale, essendo in grado di identificare una persona, rientra quindi a pieno titolo nella categoria di dato personale e, pertanto, deve essere trattata in conformità con le disposizioni normative relative al trattamento corretto e lecito dei dati personali.

⁶ Testo unico italiano che raccoglie le norme nazionali relative alla tutela dei dati personali per tutelare le persone fisiche in relazione al trattamento dei loro dati personali.

⁷ Regolamento dell'UE adottato il 27 aprile 2016 ed entrato in vigore il 25 maggio 2018 che disciplina il modo in cui le aziende e le altre organizzazioni trattano i dati personali.

È importante sottolineare che l'immagine personale rappresenta un dato sensibile⁸, ai sensi dell'art. 9 del GDPR, in quanto rivela informazioni relative all'aspetto fisico o alla vita privata di un individuo. Per tale ragione, il trattamento di tale tipologia di dati è vietato salvo alcune eccezioni:

- Quando vi è un consenso esplicito dell'interessato;
- Quando il trattamento serve per finalità specifiche (ad es. ricerca scientifica, storica, interesse pubblico, medicina preventiva, interesse vitale).

Con l'introduzione del c.d. GDPR, i *social media* devono rispettare rigide norme di sicurezza per proteggere i dati personali degli utenti e garantire il rispetto della loro *privacy*.

Ai sensi delle Definizioni preliminari disposte nell'art. 4 n.14 del GDPR, il Regolamento europeo chiarisce che l'immagine può rientrare nella misura più stringente di "dato biometrico"⁹ se trattata tecnicamente per identificare una persona in modo univoco.

L'immagine può contenere, ai sensi dell'art. 4 n. 15 del GDPR, anche "dati relativi alla salute", cioè dati personali che attengono alla salute fisica o mentale di una persona, comprese le prestazioni di servizi di assistenza sanitaria, che rivelano informazioni sullo stato di salute.

Pertanto, le immagini devono essere sottoposte ad un consenso valido ai sensi del GDPR e Codice *Privacy*.

Il duplice consenso viene utilizzato in materie di trattamento dei dati, perché l'utente debba essere informato in modo chiaro e trasparente sull'utilizzo dei propri dati.

In ogni caso, il trattamento di immagini personali deve essere sempre effettuato nel rispetto dei principi generali del GDPR.

PRINCIPI GENERALI DEL GDPR

Il GDPR stabilisce un quadro normativo completo per la tutela dei dati personali nell'Unione Europea.

⁸ Dati personali che rivelano l'origine razziale o etnica, le opinioni politiche, le convinzioni religiose o filosofiche, l'appartenenza ad un sindacato, dati genetici, biometrici, dati relativi alla salute, alla vita sessuale.

⁹ "Dati biometrici": dati personali ottenuti da un trattamento tecnico specifico relativi alle caratteristiche fisiche, fisiologiche o comportamentali di una persona fisica che ne consentono o confermano l'identificazione univoca, quali facciale o i dati dattiloscopici.

All'interno di questo quadro, i principi generali del trattamento dei dati personali rappresentano i pilastri fondamentali su cui si basa l'intera disciplina.

Questi principi enunciati all'art. 5 del GDPR, si applicano a qualsiasi trattamento di dati personali, indipendentemente dalla natura, dal contesto o dalle finalità del trattamento stesso. Essi sono:

1. **Liceità:** il trattamento dei dati deve essere lecito, ossia effettuato in conformità alle disposizioni di liceità del GDPR indicate all'art. 6.

Per le **“categorie particolari di dati personali”**¹⁰, l'art. 6, comma 1, prevede un trattamento lecito se presente almeno una delle condizioni correnti:

- a) L'interessato esprime il consenso per una o più finalità specifiche;
- b) Il trattamento è necessario per l'esecuzione di un contratto o per l'esecuzione di misure precontrattuali adottate su richiesta dall'interessato;
- c) Obbligo legale: quando è necessario assolvere ad un obbligo previsto da disposizioni legali (rilascio della carta d'identità, pubblicazione di foto di persone ricercate dalle forze dell'ordine, utilizzo di immagini ai fini probatori in sede giudiziaria);
- d) Salvaguardia di interessi vitali dell'interessato (foto per emergenza clinica);
- e) Esecuzione di un compito di interesse pubblico o connesso all'esercizio di pubblici poteri (le autorità locali installano un sistema di video sorveglianza in un'area pubblica per prevenire reati e aumentare la sicurezza dei cittadini, in questo caso le telecamere registrano immagini di persone che si muovono nell'area.
- f) Perseguimento del legittimo interesse del titolare del trattamento¹¹, salvo i casi in cui l'interessato è un minore. (Per identificare individui in contesti di sicurezza, come la prevenzione di furti in negozi)

¹⁰ Si tratta dei dati c.d. “sensibili”, cioè quelli che rivelano l'origine razziale od etnica, le convinzioni religiose, filosofiche, le opinioni politiche, l'appartenenza sindacale, dati relativi alla salute o alla vita sessuale.

¹¹ Persona fisica o giuridica, autorità pubblica o altro organismo che, singolarmente o insieme agli altri, determina le finalità e i mezzi del trattamento dei dati.

2. **Correttezza:** i dati personali di immagine devono essere trattati nel rispetto dei diritti degli interessati e del titolare;
3. **Trasparenza:** il trattamento dei dati di immagine deve essere comprensibile e trasparente verso l'interessato, attraverso l'uso di un linguaggio semplice e chiaro, affinché egli possa legittimamente fondare il proprio consenso.

Il GDPR prevede che il titolare del trattamento dei dati debba comunicare agli interessati le informazioni richieste dalle norme, attraverso l'informativa.

L'informativa è un documento che disciplina come raccogliere, utilizzare, conservare e proteggere dati personali delle persone, prima che queste diventano interessati. L'informativa è dovuta ogni qual volta vi sia un trattamento dei dati e deve avvenire prima della raccolta dei dati da parte dell'interessato (art. 13 del Regolamento), nel caso in cui i dati vengano acquisiti da terzi, l'informativa deve essere fornita entro 1 mese dalla raccolta (art. 14 del Regolamento).

Non vi è obbligo d'informativa se si tratta di dati anonimi (foto o video con occultamento dei volti, rimozione dei dettagli identificativi), se il trattamento è esclusivo alle attività personali, cioè tutte le volte in cui non vi è un collegamento ad un'attività professionale o commerciale, ad esempio le fotografie di famiglia e amici.

Non è necessaria l'informativa quando l'interessato ha già tutte le informazioni, quando i dati personali devono rimanere riservati per obbligo di segreto professionale (fotografie di persone che ricoprono ruoli di sicurezza nazionale).

L'informativa deve contenere, secondo gli art. 13 e 14 del Regolamento, la natura obbligatoria o facoltativa del conferimento dei dati e le conseguenze del rifiuto. Ad esempio, un sito *web* di *e-commerce* può richiedere il conferimento di una fotografia all'utente per la profilazione di un *account*. In questo caso, l'informativa *privacy* dovrà specificare che la fotografia sarà trattata per identificare l'utente e verificarne l'identità.

Il GDPR non impone una modalità specifica per la consegna dell'informativa, ciò significa che il titolare del trattamento dei dati ha la libertà di scegliere la modalità

più idonea in base alle esigenze del caso concreto¹², purchè garantisca che le informazioni siano effettivamente ricevute e comprese dall'interessato.

In linea di principio, l'informativa viene fornita per iscritto e preferibilmente in formato elettronico, soprattutto quando si tratta di servizi *online* (art. 12, paragrafo 1 del GDPR). Se richiesto dall'interessato, le informazioni possono essere fornite anche oralmente, ma nel rispetto delle caratteristiche¹³ previste all'art. 12, paragrafo 1.

Un'informativa scritta, riportata su un supporto cartaceo/digitale e inviata e consegnata all'interessato con evidenza della ricezione, costituisce una prova obiettiva dell'assolvimento dell'obbligo da parte del titolare, in altri termini rappresenta la modalità più solida per dimostrare che il titolare del trattamento ha rispettato l'obbligo di informativa, in quanto risulta essere una prova tangibile, una tutela in caso di contestazioni e una riduzione del rischio di fraintendimenti.

Inoltre, l'informativa scritta può essere facilmente archiviata.

Ai sensi dell'art. 15 del GDPR, l'interessato ha il diritto di richiedere una copia dell'informativa in qualsiasi momento.

Inoltre, si può pubblicare l'informativa sui siti *web*, fornendo all'interessato il link ad essa collegato.

L'informativa deve essere fornita gratuitamente in una lingua che l'interessato possa comprendere.

4. **Limitazione delle finalità:** i dati vengono raccolti per finalità determinate, esplicite e legittime.
5. **Minimizzazione dei dati:** i dati raccolti devono essere in quantità limitata allo stretto necessario rispetto alle finalità per cui vengono trattati. (Un sistema di videosorveglianza deve registrare solo le aree di interesse e per un periodo di tempo limitato);
6. **Esattezza e aggiornamento dei dati:** i dati raccolti devono essere esatti e aggiornati (se necessario). È necessario adottare misure per cancellare o rettificare dati

¹² Il titolare del trattamento dei dati deve valutare qual è il metodo più efficace per garantire che l'informativa sia compresa dall'interessato, tenendo conto della natura del dato trattato, canale di comunicazione utilizzato, contesto in cui avviene la raccolta dei dati (evento pubblico o online).

¹³ È fondamentale che la comunicazione mantenga le caratteristiche di chiarezza, trasparenza e accessibilità richieste dalla normativa.

inesatti rispetto alle finalità per le quali sono trattati (un'app di messaggistica istantanea che consente agli utenti di condividere immagini deve implementare misure per prevenire la diffusione di immagini false o ingannevoli);

7. **Limitazione della conservazione:** i dati personali devono essere conservati in una forma che consente l'identificazione degli interessati per un arco di tempo non superiore al conseguimento delle finalità per cui vengono trattati, a condizione che non vengano trattati ai fini di archiviazione nel pubblico interesse, ricerca scientifica, storica o a fini statistici (per esempio, in un negozio c'è un sistema di videosorveglianza per monitorare e prevenire i furti. Le immagini sono utili per identificare i potenziali ladri per un periodo di 7 giorni. Dopo non hanno più valore significativo per la prevenzione dei furti);
8. **Integrità:** i dati non devono essere sottoposti a trattamenti illeciti e dalla perdita o distruzione;

2.2 Gli obblighi del titolare del trattamento

Il Titolare del Trattamento dei Dati, figura chiave nel panorama della *privacy* e della tutela delle immagini, ricopre un ruolo di **massima responsabilità** nel determinare le modalità e le finalità con cui i dati vengono trattati.

Egli ha l'obbligo di stabilire i mezzi del trattamento dei dati, stabilire le misure per la tutela dei dati e garantire la conformità rispetto alle leggi nel tempo. (Art. 24, paragrafo 1).

Di seguito sono elencati i suoi obblighi:

- Ottenere il consenso;
- Fornire agli interessati informazioni chiare e trasparenti su come le loro immagini/video verranno trattati;
- Garantire i diritti degli interessati (diritto di revoca);
- Adottare misure tecniche e organizzative per proteggere le foto da accessi non autorizzati o divulgazioni;
- Notificare all'autorità di controllo (Garante) la violazione dei dati personali: vengono notificate tutte le violazioni che potrebbero avere effetti avversi che causano la perdita del controllo sui dati, il furto d'identità, un danno alla reputazione;

- Nominare il *Data Protection Officer* (DPO) o Responsabile per la Protezione dei Dati (RPD) se necessario.

Secondo l'art. 82, il mancato rispetto degli obblighi previsti dal DGPR comporta che il titolare del trattamento è responsabile in maniera diretta dei danni causati all'interessato. Se il trattamento dei dati coinvolge più titolari o responsabili, l'interessato può chiedere il risarcimento a ciascuno di essi individualmente o a tutti insieme, in quanto tutti sono ugualmente obbligati a risarcire il danno.

Tuttavia, il titolare e il responsabile possono essere esonerati dalla responsabilità se dimostrano che:

- Il danno non è stato causato dalla loro condotta, ma da un fattore esterno fuori dal loro controllo.
- Hanno preso tutte le misure ragionevolmente possibili per prevenire il danno.

Ai sensi dell'art.83 del GDPR, al titolare del trattamento viene inflitta una sanzione amministrativa pecuniaria solo se la violazione è stata commessa in modo illecito, cioè volontariamente (doloso) o per negligenza (colposo). L'ammontare della sanzione è determinata in base a diversi criteri, tra cui la gravità della violazione, la durata dell'inadempimento e può arrivare fino a 20 milioni di euro.

2.3 Il consenso informato al trattamento dell'immagine: limiti e revoca

Il consenso è la prima delle sei condizioni di liceità del trattamento, così come sancito all'art. 6 co.1 lettera a) del GDPR. È il presupposto indispensabile per l'esposizione o la pubblicazione dell'altrui ritratto. È la c.d. Liberatoria.

Il titolare del diritto può permettere a terzi l'uso della propria immagine sia a titolo gratuito che oneroso.

Da una parte è l'autorizzazione al trattamento dei dati, mentre dall'altra è un consenso negoziale di contratti che hanno ad oggetto la circolazione dei dati personali, rappresenta quindi uno strumento di scambio di utilità. In questo caso, questi contratti richiedono la forma scritta *ad probationem*, perché la trasmissione dei diritti di utilizzazione deve essere provata per iscritto. Il consenso resta comunque distinto ed autonomo dal contratto che lo contiene.

Il consenso costituisce un negozio unilaterale e deve essere:

- Volontario: la persona deve esprimere il proprio consenso liberamente, senza pressioni (comma 4);
- Esplicito: deve essere espresso in modo chiaro
- Inequivocabile: non ci devono essere dubbi sul fatto che l'interessato accetti il trattamento proposto;
- Specifico: il consenso deve riguardare un trattamento ben definito;
- Informato: la persona deve essere informata sulle finalità del trattamento delle proprie immagini/video tramite l'informativa.

A questi requisiti generali, ci sono alcuni limiti specifici: il consenso è intrasmissibile e irrinunciabile (l'interessato non può rinunciare al diritto di revocare il consenso).¹⁴

Il consenso non può divulgare l'immagine per fini diversi da quelli in funzione o scopi sconosciuti dei quali la persona ha prestato il consenso.

Le immagini possono essere protette dal diritto d'autore se presentano i requisiti di originalità e creatività. Ciò significa che non è possibile pubblicare le immagini coperte da diritto d'autore senza il consenso del titolare dei diritti.

Il consenso non è soggetto a requisiti di forma e può essere reso sia in forma espressa sia tacita.

Se il consenso è in forma espressa (scritta o orale), bisogna specificare i limiti di tempo e luogo della divulgazione consentita.

Se il consenso è tacito, dedotto da un comportamento concludente dell'interessato, si lascia intendere di acconsentire alla divulgazione della propria immagine.

Il consenso non ha ad oggetto il diritto che è personalissimo, ma solo l'esercizio dello stesso, cioè l'interessato può consentire lo sfruttamento della propria immagine e questo consenso è sempre revocabile in qualsiasi momento senza penalità (comma 3), perché coerente con la natura personale del diritto (diritto inerente alla persona e quindi assoluto): non si può precludere il divieto di divulgazione dell'immagine, nemmeno da un consenso precedente, per cui il titolare del trattamento non può opporsi ad un successivo divieto posto dalla persona. Se il consenso viene ceduto a titolo oneroso, in caso di revoca l'altra parte è tenuta al risarcimento del danno.

¹⁴ A. De Cupis, voce "immagine" (diritto alla), Enc. Giur. Treccani, XV/2, pag.2.

Il consenso alla divulgazione dell'immagine non è sempre necessario. La legge prevede alcune eccezioni, ad esempio, durante gli *avvenimenti di interesse pubblico*, come gare sportive; se *l'immagine è parte di un'opera d'arte figurativa* (pittura, scultura) e se utilizzata per uno *scopo scientifico o didattico* (necessaria per lo svolgimento dell'attività di ricerca o di insegnamento).

L'immagine di una persona nota può essere divulgata senza consenso se per scopi di cronaca, critica o cultura.

Il consenso vale solo ed esclusivamente a favore di colui cui è prestato.

2.4 La tutela civilistica del diritto all'immagine nel web

Nell'era della digitalizzazione, le nostre immagini e identità *online* rappresentano degli asset preziosi. È necessario tutelare la dignità e l'identità personale.

L'art. 10 del Cod. Civile recita "ciascuno ha diritto al rispetto della propria personalità morale, compresa la riservatezza della vita privata e l'immagine". Questa tutela è accompagnata dagli art. 96 e 97 della Legge sul Diritto d'Autore, che non si applicano solo alle immagini fisiche, ma anche a quelle digitali. Per cui, nessuno ha la possibilità di utilizzare un'immagine altrui postata su un *social network*.

Può succedere che le nostre immagini vengano trattate per scopi differenti da quelli per cui è stato dato il consenso. In questo caso ci sono due possibili soluzioni:

1. Azione inibitoria, che comporta la cessazione del comportamento illecito che lede il diritto all'immagine. Il soggetto leso può chiedere al giudice di emettere un ordine di inibizione che impone la cessazione del comportamento lesivo di rimuovere l'immagine dal *web*.
2. Risarcimento del danno, a cui è obbligata la persona che ha sfruttato impropriamente l'immagine. Si parla di risarcimento:
 - del *danno non patrimoniale* (stati psichici subiti a seguito dell'illecito);
 - del *danno patrimoniale* (danno economico subito a seguito dell'illecito).

Su *Internet* è difficile conoscere l'identità della persona a causa della presenza di profili *fake*. Tuttavia, questo non significa che sia impossibile tutelare il proprio diritto all'immagine.

In primo luogo, è importante sottolineare che i profili *fake* possono essere identificati e perseguiti (le piattaforme *online* hanno messo a punto strumenti per contrastare il

fenomeno degli *account* falsi). In secondo luogo, anche se non si può identificare la persona che ha pubblicato le immagini, è comunque possibile agire contro l'*hosting provider*. Questo significa che l'*hosting provider* non è responsabile in via diretta per i contenuti illegali pubblicati dai suoi utenti, ma è comunque tenuto a rimuoverli una volta che ne è a conoscenza. (Art.46 della Direttiva 2000/31/CE)

Fotografare è diverso da diffondere: in luogo pubblico è sempre consentito fotografare o filmare chiunque, ma è vietata la diffusione senza il consenso espresso della persona ripresa.

3 La violazione della *privacy* in medicina estetica

3.1 La fattispecie: divulgazione dell'immagine di un paziente durante una procedura di medicina estetica

Un esempio significativo della tutela del diritto all'immagine è rappresentato dal caso esaminato dall'Autorità Garante per la Protezione dei Dati Personali nel marzo 2023.

L'Autorità ha ricevuto un reclamo relativo alla diffusione non autorizzata di un video su *Instagram*. Il video, pubblicato sul profilo pubblico "DvoraAncona" della Società David S.r.l., mostrava il volto del paziente durante una procedura di medicina estetica (rinoplastica non chirurgica) effettuata dalla dott.ssa Ancona, rappresentante legale della Società.

3.2 L'attività istruttoria

Secondo l'interessato, la diffusione del video era avvenuta senza un valido presupposto giuridico, poiché l'informativa fornita e il consenso sottoscritto non erano conformi alle normative sulla protezione dei dati personali.

A supporto del reclamo, l'interessato ha presentato la documentazione relativa al video in questione.

Successivamente, il video è stato, su richiesta, rimosso da *Instagram* dopo 45 giorni *online* con poche visualizzazioni.

In risposta al reclamo, l'Ufficio ha avviato un'istruttoria preliminare¹⁵, ma la Società dichiara che l'interessato aveva firmato un documento in cui esprimeva il proprio libero consenso al trattamento dei suoi dati e tale consenso (in forma scritta) includeva un avvertimento esplicito ad una chiara previsione che i dati e le immagini acquisiti durante i trattamenti sarebbero stati utilizzati anche per la pubblicazione sui *social network* a scopi divulgativi, scientifici e pubblicitari.

Inoltre, la Società comunica che durante il trattamento erano installate due lampade da video ripresa in cui si salutavano esplicitamente le persone connesse in live, per cui

¹⁵ Procedimento amministrativo svolto da un'amministrazione pubblica prima del rilascio del provvedimento.

l'interessato era consapevole che il trattamento fosse in corso di videoregistrazione e trasmissione diretta sulla piattaforma di *social*.

La Società ha chiarito che il trattamento effettuato sull'interessato era una mera applicazione estetica per il trattamento dei pori dilatati del naso dal costo di 350,00 euro, e non riguardava dati sanitari. La presenza di pori dilatati è una condizione comune che non rivela nulla sullo stato di salute del soggetto.

Nonostante queste contestazioni, l'Ufficio ha riscontrato che la società ha trattato dati personali in modo non conforme ai principi di "liceità, correttezza e trasparenza", violando gli artt. 5, par. 1, lett. a), 12 e 13 del Regolamento.

In base alle definizioni fornite dal Regolamento, i dati personali includono "qualsiasi informazione che riguardi una persona fisica identificata o identificabile". Questi possono includere dati relativi alla salute, che comprendono informazioni raccolte durante la registrazione per servizi sanitari.

Come indicato nel capitolo 2, ai sensi dell'art.4 del Regolamento, si considerano "dati relativi alla salute" tutte le informazioni personali riguardanti la salute fisica e mentale, comprese quelle relative alla ricezione dei servizi sanitari.

Per i dati relativi alla salute è necessario un consenso attraverso un atto esplicito, libero, specifico, informato ed inequivocabile, in aggiunta di ulteriori limitazioni previste all'art.166, comma 2, del Codice, che stabiliscono che le informazioni sulla salute non possono essere diffuse, ma solo comunicate con una base giuridica adeguata o su indicazione dell'interessato con una delega scritta.

L'Autorità ha stabilito fin dal 2014, in base all'articolo 22, comma 8 del Codice che è vietata la pubblicazione di informazioni che possano rivelare lo stato di salute.

Se tali dati vengono inclusi negli atti o nei documenti destinati alla pubblicazione è necessario oscurarli, rispettando il principio di adeguata motivazione.

Il Codice di deontologia medica stabilisce che i medici devono garantire che i soggetti coinvolti nelle pubblicazioni o divulgazioni scientifiche di dati e studi clinici non siano identificabili. Questo assicura la riservatezza e la *privacy* dei pazienti.

Il Codice di condotta per l'utilizzo dei dati sulla salute a fini didattici e di pubblicazione scientifica, approvato dal Garante per la protezione dei dati personali, stabilisce che se non è possibile rendere anonimi i dati sulla salute, il responsabile del trattamento deve ottenere un consenso specifico dagli interessati. Inoltre, anche se viene raccolto il

consenso, i dati devono comunque essere sottoposti a pseudonimizzazione¹⁶ per garantire una maggiore protezione della *privacy* dei soggetti interessati.

L'informativa fornita dal titolare del trattamento non specificava in modo adeguato la finalità della pubblicazione dei dati sulla salute dell'interessato sul profilo pubblico di *Instagram* della Società, senza alcuna pseudonimizzazione. Inoltre, non è possibile considerare valido il consenso prestato dall'interessato in quanto non era esplicito, specifico e informato riguardo alla finalità specifica in questione, come richiesto dal Regolamento. La registrazione della prestazione sanitaria non equivale automaticamente a un consenso informato, specifico ed esplicito riguardo al trattamento e alla diffusione dei dati su un canale *social*.

La Società ha fornito un'informativa non conforme alle disposizioni del Regolamento previste all'art.13 per diversi motivi:

1. Erronea indicazione del titolare del trattamento, attribuendo erroneamente tale ruolo alla dott.ssa Ancona anziché alla società David S.r.l., di cui la dott.ssa Ancona è il legale rappresentante.
2. Contraddittoria esposizione delle finalità del trattamento, che da un lato indicavano l'utilizzo dei dati per l'organizzazione di eventi e la pubblicazione su *social media*, mentre dall'altro sottolineavano che i trattamenti erano finalizzati esclusivamente all'erogazione di servizi medici.
3. Mancanza di specificazione di tutte le finalità del trattamento, in particolare la diffusione del video su *Instagram*, la quale non risulta ammessa nei limiti indicati.
4. Assenza di indicazione delle basi giuridiche dei trattamenti effettuati.
5. Erronea previsione del consenso dell'interessato come base giuridica per il trattamento dei dati per finalità di cura.
6. Mancanza di specificazione del diritto di revocare il consenso in qualsiasi momento.

In base alle valutazioni espresse e alle dichiarazioni fornite dal titolare, si conclude che il trattamento dei dati personali effettuato dalla Società è stato considerato illegale, in quanto la Società ha apportato documenti falsi.

L'art. 58, par.2 prevede che il Garante possa adottare misure correttive e sanzionatorie in caso di trattamento illecito di dati personali.

¹⁶ Processo attraverso il quale i dati personali vengono modificati in modo tale da non poter essere attribuiti a un individuo specifico senza l'uso di ulteriori informazioni.

Le misure correttive consistono nel *rielaborare il documento “Informativa sul trattamento dei dati personali”* ai sensi degli art.13 e 14 del Regolamento; *specificare che i dati inerenti allo stato di salute del paziente non verranno diffusi; modificare la sezione “Obbligatorietà del consenso”*, perché contraddittoria in quanto da una parte implica che fornire i dati personali non è obbligatorio, a meno che tali dati non siano essenziali per il servizio in questione, per cui il consenso è stato fornito dal paziente, ma dall’altra “il mancato consenso non permetterà l’utilizzo delle immagini e/o delle riprese audiovisive del soggetto interessato”, perché il paziente per ricevere il servizio ha dovuto dare il consenso, ma questo è ben diverso dal consenso per l’uso delle immagini.

3.3 Il provvedimento del Garante della *privacy* n.9983210 dell’11 gennaio 2024

La Società ha mostrato un atteggiamento collaborativo durante l’indagine dell’Autorità e ha implementato diverse misure per adeguarsi alle norme sulla protezione dei dati personali.

La Società ha organizzato corsi di formazione per i dipendenti, ha nominato un *Data Protection Officer*, ha aggiornato i documenti per richiedere il consenso al trattamento dei dati, aggiungendo disposizioni specifiche sull’uso dei dati sanitari per scopi scientifici e divulgativi.

È stata determinata una sanzione pecuniaria di 8.000 euro per le violazioni degli articoli specificati del Regolamento GDPR e del Codice della *Privacy*. Questa sanzione è considerata effettiva, proporzionata e dissuasiva secondo quanto previsto dalla normativa.

Effettiva, poiché le sanzioni devono essere effettivamente applicate e devono avere un impatto concreto sul soggetto che ha commesso la violazione. Ciò significa che le sanzioni non devono essere solo teoriche, ma devono essere effettivamente irrogate e riscosse.

Dissuasiva, in quanto la sanzione deve essere sufficientemente severa da scoraggiare i soggetti dal commettere violazione del diritto all’immagine.

Proporzionata, perché la gravità della sanzione deve essere commisurata alla gravità della violazione commessa.

Inoltre, è stata applicata la sanzione accessoria della pubblicazione del provvedimento sul sito del Garante, data la natura sensibile dei dati personali coinvolti nel trattamento illecito.

Infine, sono stati rispettati i requisiti delle procedure interne esternamente rilevanti, come previsto dal Regolamento del Garante, necessarie per il corretto esercizio dei poteri conferiti al Garante per la protezione dei dati personali.

Conclusioni

In questa tesina, abbiamo esplorato le complesse questioni giuridiche che circondano il diritto all'immagine nell'era digitale. Abbiamo analizzato i principi cardine che tutelano questo diritto, ma l'evoluzione continua delle tecnologie digitali e l'aumento dei metodi di condivisione di dati e immagini *online* pongono nuove sfide per la tutela dell'immagine.

L'utilizzo sempre più diffuso dell'intelligenza artificiale e delle tecniche di *deepfake* per creare o manipolare immagini e video realistici, la diffusione di disinformazione e *fake news online* rappresentano una minaccia significativa per la reputazione e la *privacy* degli individui.

Affrontare queste sfide complesse richiede un impegno costante da parte di tutti. È necessario un approccio multiforme che coinvolga la legge, la tecnologia, l'educazione e la consapevolezza sociale. Solo attraverso un'azione congiunta e un cambiamento culturale sarà possibile garantire che questo diritto fondamentale sia rispettato e tutelato in un mondo sempre più connesso.

Bibliografia

Tutela dell'immagine: nozione estensiva del Tribunale di Milano”, Giurisprudenza dell'immagine, 21 gennaio 2014

<https://www.canellacamaiora.it/come-tutelare-diritto-immagine-2/#indice-3>

[REVIEWING THE rELATIONSHIP bETWEEN blockchain and NFT With World Famous NFT Market Places,2023](#)

<https://www.uniba.it/it/ricerca/dipartimenti/lex/didattica/iscriversi/orientamento/orientamento-consapevole/edizioni-precedenti/2023/2-professoressa-genovese.pdf/@@download/file/2%20-%20professoressa%20Genovese.pdf>

<https://www.seospecial.it/google-cache/>

<https://protezionedatipersonali.it/informativa>

<https://www.brocardi.it/legge-diritto-autore/titolo-ii/capo-vi/sezione-ii/art96.html>

<https://iusletter.com/oggi-sulla-stampa/immagine-tutela-anche-per-sola-evocazione-del-personaggio/>

<https://www.altalex.com/documents/news/2013/05/09/il-diritto-allo-sfruttamento-dell-immagine-altrui>

<https://studiosiculiana.com/diritto-all-immagine-ritratto-contenuti-patrimoniali-economici/>

<https://www.forensicnews.it/violazione-della-privacy-cosa-rischio-se-pubblico-una-foto-senza-consenso/#>

<https://www.dandi.media/sfruttamento-immagine/>