DIRITTO ALL'OBLIO IN RETE: UNA FORMA DI CENSURA?

A cura di Stefano Caruso, Consultant di HSPI

Lo scorso 13 maggio i giudici spagnoli hanno ritenuto valide le ragioni avanzate da un cittadino che ha richiesto la rimozione dal web di notizie riguardanti fatti risalenti a 16 anni prima poiché non più attuali ed infamanti, nonché invasive della sua privacy. E' stata quindi pronunciata una sentenza che impone a Google, ritenuto responsabile del trattamento dei dati personali dell'utente, la rimozione di quelle notizie dai suoi motori di ricerca.
Da allora il dibattito sul *diritto all'oblio* in rete è stato molto intenso: è giusto, è lecito limitare l'esposizione pubblica di fatti e notizie riguardanti un accadimento passato, già diffuso pubblicamente, ma che ormai non ha più rilevanza o motivo di essere accessibile da chiunque? Quando il diritto all'oblio prevale sul diritto all'informazione o viceversa? Dal punto di vista mediatico, il diritto all'oblio è una sorta di censura su informazioni che da qualcuno potrebbero essere considerate molto importanti (ad esempio, la cattiva condotta pubblica di funzionari statali oppure episodi di negligenza professionale). Per ora il suo ambito di applicazione riguarda solo le informazioni personali.
Da tempo in Italia il diritto all'oblio è considerato inviolabile e, qualora venga rivendicato, è il "Garante per la protezione dei dati personali" che si occupa di farlo rispettare.
Lo scopo del diritto all'oblio non è quello di nascondere informazioni utili all'opinione pubblica (ad esempio fatti giudiziari), come molti opinano, ma principalmente di restituire la riservatezza a chi subisce danni alla propria reputazione e al proprio onore. In questo senso, il diritto all'oblio, nel caso di una condanna penale, è coerente con l'intenzione di favorire la rieducazione di un condannato per reintegrarlo nella società civile, oppure di proteggere una persona che in passato ha subìto delle violenze. Tuttavia, anche a distanza di parecchi anni, le notizie ritenute pertinenti con un nuovo fatto di cronaca possono essere riesposte in maniera diffusa.

Il diritto all'oblio è stato oggetto di discussione anche nell'Unione Europea (UE): il dibattito al riguardo si è focalizzato sul web. La UE ha avanzato una proposta per la quale, entro il 2015, tutti gli stati membri dovranno emanare una legge unitaria sulla privacy che tuteli la divulgazione in rete dei dati personali del cittadino.
Ai sensi della direttiva 95/46/CE e delle singole legislazioni nazionali sulla privacy, i motori di ricerca sono ritenuti responsabili del trattamento dati dei loro utenti. Pertanto, a seguito di quanto esplicitamente stabilito dalla UE, dal momento in cui una notizia non sia più di pubblico interesse, l'utente che ritiene le informazioni riportate nei siti web diffamanti e lesive può richiedere al motore di ricerca in questione di rimuovere il link alla pagina web che danneggia la sua integrità sociale. I singoli siti web possono invece conservare i dati in oggetto nei loro archivi elettronici, a patto che non siano reperibili dai risultati delle ricerche online.
Non è così semplice cancellare un dato dalla rete! Anche se il link viene rimosso dall'elenco dei risultati di ricerca di Google, rimane comunque pubblicato sui siti web e può essere ripescato tramite altri motori di ricerca. Pertanto, il cittadino, contestualmente alla richiesta di eliminazione dei link inviata a Google, dovrà agire allo stesso modo con tutti gli altri motori di ricerca, oltre che con ogni webmaster che ha pubblicato le informazioni che lo riguardano e che intende far cancellare.

In Italia, come nel resto d'Europa, è Google il motore di ricerca più comunemente utilizzato, il leader tra i *search engine* in Europa con oltre il 90% di copertura delle ricerche online. La decisione dell'UE riguardo alla protezione della privacy non ha di certo lasciato in silenzio il colosso della Silicon Valley. I vertici Google infatti, hanno protestato affermando che in tal modo si danneggia il diritto alla libera informazione, un controsenso in un'era in cui si inneggia alla trasparenza e agli "Open Data". Una direttiva UE che per Google ha il retrogusto di censura alla libertà in rete: perché occultare degli articoli che riportano fatti veritieri e reali ai quali tutti hanno il diritto di accedere?
La linea di condotta stabilita dall'UE a seguito del caso

Google avvenuto in Spagna non è da sottovalutare, al contrario. Essa ha un forte impatto sulla governance della rete. Così, da un lato si ribadisce il diritto di tutti ad essere informati su fatti ed avvenimenti reali, dall'altro si tende a proteggere la privacy di un individuo da informazioni diffamanti e lesive.

Osservando questi fatti da un'altra prospettiva, l'interpretazione potrebbe essere che la UE ha voluto mandare un chiaro messaggio a Google Inc. Pur essendo il principale operatore globale e dunque il colosso del web, in Europa dovrà tassativamente essere soggetto alle normative dell'Unione e a quelle di ogni singolo Stato membro nel quale opera. Larry Page, co-fondatore di Google, si è dimostrato più disponibile a collaborare con la Comunità Europea rispetto al passato, quando aveva utilizzato un approccio più rigido sui temi riguardanti la trasparenza dell'informazione. A tal riguardo, infatti, ha dichiarato: "*Stiamo cercando ora di essere più europei e pensare di più in un contesto europeo*".
In merito a questa vicenda, Stefano Rodotà, presidente dell'Autorità garante per la protezione della privacy dei dati personali, ha affermato: "*la decisione della Corte Ue non ha cambiato le carte in tavola, era prevedibile, quello che sta accadendo a livello globale è un processo di costituzionalizzazione della governance di Internet, che molti avevano ritenuto improponibile*".

In ogni caso, è già pronto il **modulo online** con cui inviare direttamente a Google le segnalazioni per la rimozione dei link considerati lesivi dell'onore e della dignità della persona interessata. A soli quattro giorni dalla pubblicazione del modulo, secondo i dati del Financial Times, sono pervenute oltre 41.000 richieste da tutti i paesi europei. Nel caso Google dovesse ritenere non opportuno cancellare i riferimenti indicati, il richiedente potrà adire a vie legali. "*Esamineremo ogni richiesta manualmente, non attraverso algoritmi, cercando di bilanciare il diritto alla privacy con quello all'informazione*", ha affermato un portavoce della società.
Per non incorrere in costi, multe e condanne legali derivanti da lunghi e macchinosi iter burocratici in ambito giuridico-forense, è molto probabile che Google conceda facilmente la rimozione dei collegamenti richiesti.
Il management di Google, tuttavia, ha un problema: non vede fattibile nell'immediato la gestione di tutte le richieste che si aggiungeranno a quelle già ricevute. Si pone dunque alcune domande cruciali: come strutturare dall'oggi al domani un'armata di "esperti della rimozione" su 28 Paesi europei? Con quali criteri individuare chi potrà avvalersi del diritto all'oblio? Chi controlla gli addetti alla rimozione dei link? Quali saranno i costi da sostenere per affrontare le richieste in maniera che la notizia venga cancellata da tutti i collegamenti ai diversi siti web che la riportano?

Trovare un'efficiente ed efficace soluzione per proteggere la privacy degli utenti non è immediato ed è lecito nutrire dubbi sulla fattibilità tecnica ed economica del diritto all'oblio. Questo per diverse ragioni. In primis, le informazioni sul web tendono a essere duplicate. Inoltre, si deve cancellare un'informazione contenuta in un testo che non potrà essere rimosso in toto.
Un indicatore dell'ostilità di Google verso il diritto all'oblio si è riscontrato quando dalla Silicon Valley hanno fatto sapere che non hanno intenzione di rimuovere le informazioni dal motore di ricerca negli USA. Di conseguenza i cittadini europei che vedessero soddisfatte le loro richieste di cancellazione potrebbero comunque ritrovare quelle informazioni sul sito statunitense.
Google potrebbe però riuscire ad adeguarsi alle direttive sovrane dell'Europa partendo da uno strumento automatizzato utilizzato su Youtube (proprietà di Google) che, con un sistema ContentID, permette di rimuovere i video con contenuti che violano il diritto di copyright. La sfida consisterà nell'adattare questo know-how di base alle implicazioni dettate dall'applicazione del diritto all'oblio, oppure fare riferimento ai meccanismi già esistenti utilizzati per la rimozione di materiale pedopornografico.
Facebook applica già da tempo il diritto all'oblio. Se una persona viene citata in un commento o sono "postate" foto che l'utente ritiene lesive della sua persona, si può effettuare una segnalazione a Facebook che deciderà se procedere alla cancellazione di quanto segnalato.

Volendo essere molto pessimisti, qualcuno dice che l'esercizio sistematico da parte di tutti gli utenti della rete del diritto all'oblio potrebbe portare ad un paradosso: solo il profilo che ciascuno **vuole** sia conosciuto sarebbe pubblicamente disponibile (ad es. il profilo su Facebook o su LinkedIn).
Naturalmente, questo rischio non sussiste quando

si tratta di personaggi che rivestono ruoli pubblici. In questo caso la libertà d'informazione prevarrà sul diritto all'oblio e le notizie sui questi soggetti resteranno disponibili sul web.
Ma anche le persone comuni potrebbero vedersi respinta la richiesta di cancellare alcune informazioni (come ad esempio interventi chirurgici mal eseguiti), che non sarebbero eliminate da Google in quanto fatti di pubblico interesse.

Per queste ragioni, in conclusione, bisogna porsi alcune domande:

- Chi, e su quali parametri, stabilisce che un'informazione sia lesiva e/o non più attuale?
- Chi controlla il processo di rimozione delle informazioni? Come?
- Come stabilire quale sia il confine tra informazione libera e tutela della privacy, soprattutto in rete?
- Sarà possibile uniformare questo diritto a livello internazionale?
- Quali sono i costi che i motori di ricerca dovranno sostenere per cancellare le informazioni "scomode"?
- Le informazioni potranno essere cancellate in via definitiva?
- Il diritto all'oblio potrà essere rivendicato anche dalle aziende?

Senza dubbio il tema è molto dibattuto e coinvolgente, poiché riguarda più ambiti: personale, mediatico, professionale. Più in generale tocca da vicino le trasformazioni sociali in corso, fortemente accelerate dalla rete e da tutto ciò che comporta la sua divulgazione senza filtri di fatti e notizie on-line.

HSPI SpA - Consulenti di Direzione
Viale Aldo Moro 16 - 40127 Bologna (Italy)
P.IVA 02355801206

Tel. +39 051 509861 | Fax. +39 051 509737
BOLOGNA | MILANO | ROMA
www.hspi.it | e-mail: info@hspi.it