

EFFETTI DEI MOTORI DI RICERCA SUL PLURALISMO DELL'INFORMAZIONE

Aspetti giuridici e di analisi econometrica

Roma, 26 novembre 2014

Uno studio dell'Istituto Italiano per la Privacy e la Valorizzazione dei Dati
www.istitutoitalianoprivacy.it/it

a cura di Luca Bolognini e Giuseppe Ragusa

Co-autori:

Luca Bolognini, Giuseppe Ragusa, Camilla Bistolfi, Francesco Corea, Lucio Scudiero



Indice

1. La libertà di informazione e la tutela internazionale	3
2. Il bilanciamento tra l'articolo 10 della CEDU e gli altri diritti secondo la Corte Europea	7
3. L'impatto di internet sul pluralismo dell'informazione e il ruolo dei motori di ricerca.....	10
4. <i>Search engines responsibility</i> ed estensibilità del concetto di “editore” al motore di ricerca	14
5. <i>Search engines</i> : un'analisi econometrica*.....	17
6. Diritto di accesso, pluralismo e motori di ricerca a seguito della recente giurisprudenza della Corte di Giustizia dell'Unione Europea sul diritto all'oblio: potenziale contrasto con l'articolo 10 della CEDU	32

* Capitolo di Giuseppe Ragusa e Francesco Corea

1. La libertà di informazione e la tutela internazionale

Il concetto di “libertà di informazione” porta con sé moltissime questioni ancora parzialmente irrisolte, sia in termini sociali sia in termini giuridici ed economici.

Già di prim’acchito, appare evidente come non si tratti soltanto del diritto di produrre/pubblicare/diffondere/condividere i dati (profilo attivo), ma anche di poter essere informati da coloro che si occupano di elaborare e diffondere le notizie di interesse pubblico (profilo passivo) e di poter accedere alle informazioni stesse. Già se si considerano questi tre profili di base, è chiaro che siffatta libertà si fonda anche sul diritto alla ricerca dei dati e delle fonti e sulle garanzie di pluralismo, che però necessitano di essere, entrambi, mediati con gli altri interessi o diritti dei soggetti di volta in volta coinvolti. Un tema attualmente molto dibattuto, a mero titolo di esempio, è quello del costante conflitto e del necessario bilanciamento tra due principi cardine: da un lato il diritto degli individui ad essere protetti rispetto all’uso dei dati che li riguardano (*protezione dei dati personali*); dall’altro, il diritto della persona, intesa come membro della società civile, di poter accedere alle informazioni e di poterle ricevere oltretutto trasmettere/condividere (*libertà d’informazione*). La protezione dei dati personali e la trasparenza delle notizie chiamano continuamente in causa il parallelo – o spesso confliggente – riconoscimento del diritto alla privacy rispetto all’interesse pubblico, per esempio quello perseguito dalla stampa libera e da chiunque eserciti il diritto di cronaca e/o di critica, che gode di pieno riconoscimento in quanto estrinsecazione della libertà di espressione.

Altrettanto rilevante, in tema di diritti individuali, è poi la questione della responsabilità editoriale, i cui caratteri costitutivi – in primis l’esercizio di un controllo effettivo su contenuti - ne rendono problematica l’imputazione ai diversi *providers* che forniscono servizi o contenuti nel web.

Ma per comprendere appieno i confini fondamentali della libertà di informazione, ricordiamo innanzitutto – e prima di addentrarci nelle problematiche di relazione tra tale libertà e altre libertà o diritti fondamentali degli individui – che essa viene protetta dai principali trattati internazionali sui diritti umani, prima ancora che dalle Costituzioni e dalle leggi dei singoli Stati.

La Dichiarazione Universale dei Diritti dell’Uomo, promossa dall’ONU nel 1948, fa riferimento alla suddetta libertà nell’articolo 19, ove si stabilisce che: «*Ogni individuo ha il diritto alla libertà di opinione e di espressione, incluso il diritto di non essere molestato per la propria opinione e quello di cercare, ricevere e diffondere informazioni e idee attraverso ogni mezzo e senza riguardo a frontiere*». Queste previsioni sono riprese dall’ONU nel 1966, nella *International Covenant on Civil and Political Rights* che, sempre all’articolo 19, ribadisce quanto stabilito nella Dichiarazione Universale, inserendo la precisazione che la circolazione delle informazioni deve comunque rispettare i diritti e la reputazione

altrui nonché la sicurezza nazionale, l'ordine pubblico, la salute pubblica o la morale. Dunque, come si accennava poc'anzi, anche in tale testo il soddisfacimento dell'interesse a ricevere, a far circolare e ad avere accesso alle notizie viene bilanciato con la tutela di altri diritti fondamentali, che ovviamente non possono essere trascurati.

Sulla stessa direttrice si muove la *Convention Against Corruption* redatta dall'ONU nel 2003, il cui articolo 13 fa riferimento alla libertà di informazione intesa come "*Participation of society*", sottoposta agli stessi limiti di cui sopra.

Restringendo il campo, è impossibile non fare riferimento alla Carta dei Diritti Fondamentali dell'Unione Europea, che all'articolo 11 fissa la "Libertà di espressione e d'informazione" stabilendo che:

«1. Ogni individuo ha diritto alla libertà di espressione. Tale diritto include la libertà di opinione e la libertà di ricevere o di comunicare informazioni o idee senza che vi possa essere ingerenza da parte delle autorità pubbliche e senza limiti di frontiera.

2. La libertà dei media e il loro pluralismo sono rispettati».

In questo caso, dunque, non si introduce soltanto una libertà attiva (comunicare) e passiva (ricevere), ma si stabilisce l'impossibilità per le autorità pubbliche di ostacolare tali diritti e l'obbligo di garantire che i media rispondano alle esigenze di un'informazione democratica e plurale. La differenza rispetto alle previsioni dell'ONU risiede nella mancanza, nelle disposizioni della Carta, di un termine che indichi il diritto di accesso all'informazione, valorizzato espressamente, invece, nella Dichiarazione Universale.

Il tema, peraltro, non si pone in Europa solo con riferimento alla libertà di informazione intesa come diritto di cronaca e critica, ma anche da un punto di vista di accesso alle informazioni generate e/o possedute da istituzioni pubbliche (dati *in re ipsa* di interesse pubblico). Già nel Trattato di Maastricht del 1992, la dichiarazione numero 17 recitava – con un'ottica al diritto di accesso alle informazioni pubbliche:

DECLARATION on the right of access to information

The Conference considers that transparency of the decision-making process strengthens the democratic nature of the institutions and the public's confidence in the administration. The Conference accordingly recommends that the Commission submit to the Council no later than 1993 a report on measures designed to improve public access to the information available to the institutions.

Nel 2008 è stata anche redatta a Budapest da un gruppo di esperti internazionali la *Declaration on the Right of Access to Information*, finalizzata al riconoscimento del diritto di accesso all'informazione come diritto umano fondamentale.

L'accento è stato posto anche sul problema di considerare le implicazioni giuridiche e pratiche di questa libertà, proprio perché, come si diceva poc'anzi, possono esservi delle eccezioni al suo esercizio, come la tutela dei dati personali o il diritto all'oblio, cui si farà riferimento più avanti.

Rimanendo sempre in ottica eurocentrica, il Consiglio d'Europa con la Convenzione Europea dei Diritti dell'Uomo, all'art. 10 stabilisce che:

«1. Ogni persona ha diritto alla libertà d'espressione. Tale diritto include la libertà d'opinione e la libertà di ricevere o di comunicare informazioni o idee senza che vi possa essere ingerenza da parte delle autorità pubbliche e senza limiti di frontiera. Il presente articolo non impedisce agli Stati di sottoporre a un regime di autorizzazione le imprese di radiodiffusione, cinematografiche o televisive.

2. L'esercizio di queste libertà, poiché comporta doveri e responsabilità, può essere sottoposto alle formalità, condizioni, restrizioni o sanzioni che sono previste dalla legge e che costituiscono misure necessarie, in una società democratica, alla sicurezza nazionale, all'integrità territoriale o alla pubblica sicurezza, alla difesa dell'ordine e alla prevenzione dei reati, alla protezione della salute o della morale, alla protezione della reputazione o dei diritti altrui, per impedire la divulgazione di informazioni riservate o per garantire l'autorità e l'imparzialità del potere giudiziario».

Ancora una volta, dunque, emerge la delicata questione del bilanciamento tra l'interesse pubblico all'informazione con altri diritti o interessi di pari rango, che la Corte Europea dei Diritti dell'Uomo si è trovata più volte ad effettuare nell'interpretazione del diritto previsto dall'articolo 10 della CEDU. Ad esso, infatti, fanno seguito delle eccezioni ritenute "necessarie" in una società democratica i cui fondamenti devono essere previsti con legge proprio a garanzia dell'esclusione di un'ingiustificata restrizione della libertà di informazione. Per queste ragioni, la Corte di Strasburgo ha disciplinato i diversi casi a partire dalla valutazione della legge nazionale, accessibile e conoscibile, per verificare che l'interferenza di quest'ultima sulla libertà di informazione sia proporzionata in relazione al fine per cui è stata adottata la norma.

Qualora le limitazioni alla libertà di cui all'articolo 10 della CEDU siano necessarie al mantenimento dei valori democratici, allora esse avrebbero ragione di compiersi nonostante la legge domestica possa sembrare in apparente contrasto con la Convenzione. Per inquadrare questo tipo di approccio, si può partire dalla celebre sentenza del 1976, *Handyside v. United Kingdom*, in cui la Corte ha ritenuto che la condanna del titolare di una casa editrice, che aveva pubblicato un manuale di educazione sessuale per studenti, costituisse una violazione delle libertà di cui all'art. 10 CEDU. Infatti, pur riconoscendo l'intento di proteggere la morale (ex art. 10 comma 2 CEDU), la Corte ravvisava l'assenza di uno standard europeo che configurasse proprio il concetto di "morale", spiegando che l'assenza

di un concetto uniforme di “morale” nello spazio giuridico di vigenza della Convenzione non legittimasse tuttavia lo Stato membro nel limitare il pluralismo informativo a priori, poiché una tale limitazione doveva comunque essere commisurata alle necessità della società democratica, che la stessa Corte interpretava nel modo che segue: «*La libertà di espressione costituisce uno dei fondamenti essenziali di una tale società, una delle condizioni fondamentali per il progresso e per lo sviluppo di ogni uomo [...] E' applicabile non solo alle "informazioni" o "idee" che sono ricevute con favore o considerate come inoffensive o con indifferenza, ma anche a quelle che offendono, creano shock o disturbano lo Stato o qualsiasi parte della popolazione. Tali sono le esigenze di pluralismo, tolleranza e apertura mentale, senza le quali non vi è "società democratica"»¹.*

Non è un caso, infatti, che alcuni dei verdetti più rilevanti in rapporto alla tutela dei diritti di cui all'articolo 10 della CEDU riguardino l'editoria – in particolare i giornali – rispetto alla libertà di informazione nel contesto della discussione delle questioni di interesse pubblico. Per esempio, nella causa *Sunday Times c. Regno Unito (n. 1)*² (1979) il ricorrente si accingeva a pubblicare un articolo scientifico sulle procedure compiute da una società farmaceutica prima di commerciare un sedativo, considerato da diversi cittadini la causa di difetti genetici di alcuni neonati. Ciò era confermato dal fatto che molte famiglie stavano negoziando con la società e vi erano altrettanti processi in corso. Per questo motivo, un tribunale britannico aveva accolto un'ingiunzione della casa farmaceutica con la quale giustificava il divieto di pubblicazione con il fatto che la diffusione dell'articolo avrebbe pregiudicato i procedimenti pendenti.

La Corte Europea, in proposito, pur riconoscendo che la sentenza nazionale era stata emessa al fine di garantire l'imparzialità del giudizio, in realtà costituiva una limitazione del diritto all'informazione che sarebbe andata ad inficiare l'interesse pubblico.

Al contrario, invece, nel caso *Du Roy e Malaurie c. Francia*,³ la Corte ha ritenuto legittima ai sensi dell'articolo 10 della CEDU la condanna civile di un editore e di un giornalista a seguito della pubblicazione su una rivista di un articolo contenente informazioni su un procedimento penale a carico di alcuni politici, che per la legge francese avrebbero dovuto rimanere riservate così da non violare il principio della presunzione d'innocenza. In questo caso, pur potendo rilevare a primo impatto un interesse pubblico nel venire a conoscenza di simili fatti, in realtà le disposizioni statali sarebbero state violate al trapelare delle notizie.

Come emerge dagli esempi riportati, nel caso di limitazioni, è indispensabile che vi sia un'esigenza legittima interpretata accuratamente e stabilita con certezza, che

¹ Handyside v. United Kingdom, N. 5493/72, §41, ECHR 1976 in hudoc.echr.coe.int.

² The Sunday Times v. The United Kingdom, N. 6538/74, §42, ECHR 1979 in hudoc.echr.coe.int.

³ Du Roy e Malaurie v. France, N. 34000/96, ECHR 2001 in hudoc.echr.coe.int.

giustifichi il blocco della circolazione delle notizie, come stabilito nel caso *Observer and Guardian v. The United Kingdom*⁴.

2. Il bilanciamento tra l'articolo 10 della CEDU e gli altri diritti secondo la Corte Europea dei Diritti dell'Uomo

Come si accennava poc'anzi, la Corte Europea dei Diritti dell'Uomo ha dovuto affrontare i diversi casi che le sono stati sottoposti, domandandosi molto spesso se effettivamente la tutela di altri diritti costituisca un'interferenza prevalente rispetto all'art. 10 della CEDU.

Per procedere alla gestione di una simile eventualità, si è interrogata su quale fosse la legge nazionale da considerare, analizzandone la sua accessibilità e conoscibilità. Inoltre, dal momento che solo un'esigenza legittima può limitare la libertà di informazione, la Corte ha analizzato la proporzionalità della suddetta restrizione ai fini prefissati dalla disposizione, domandandosi se tale contrasto fosse giustificabile in quanto necessario in una società democratica.

Il criterio della "necessità", comunque, non deve essere confuso con un giudizio arbitrario sull'utilità della limitazione poiché, per quanto le decisioni vengano prese caso per caso, l'interferenza deve sempre rispondere ad un urgente bisogno sociale, essere commisurata allo scopo perseguito nonché avere ragioni adeguate e rilevanti⁵.

Ad esempio, nel 2012, la sentenza *Von Hannover c. Germania*⁶ ha visto il tentativo di bilanciare la tutela della vita privata (art. 8 CEDU) con l'interesse pubblico a ricevere le notizie relative alla ricorrente e alla sua famiglia. Nel caso in esame, la principessa Carolina di Monaco e il marito Ernst von Hannover si erano rivolti a un tribunale tedesco per impedire che due settimanali pubblicassero un articolo e diverse fotografie della Principessa in vacanza con la famiglia. La Corte, partendo dalle disposizioni relative alla tutela della vita privata, ha sentenziato che la divulgazione del materiale non avrebbe comportato alcuna violazione dei diritti sanciti dall'art. 8 della CEDU, visto il ruolo pubblico dei ricorrenti e dal momento che le foto erano state scattate in un luogo pubblico. Anche in questo caso, il ragionamento giuridico della Corte è partito dall'individuazione della norma che tutela l'obbligo positivo, in capo agli Stati aderenti alla Convenzione, di assicurare la protezione della vita privata di ciascun individuo sotto la propria giurisdizione (art. 8 CEDU), effettuando in seguito un bilanciamento tra il diritto al rispetto della vita privata e la libertà di informazione garantita dall'articolo 10. Secondo

⁴ *Observer and Guardian v. The United Kingdom*, N. 13585/88, §45, ECHR 1991in hudoc.echr.coe.int.

⁵ Vedi Nota 2.

⁶ *Von Hannover c. Germania* (no. 2), N. 40660/08 & 60641/08, §73, ECHR 2012, in hudoc.echr.coe.int.

l'opinione della Corte, la libertà d'informazione, non si limita alla diffusione di notizie di natura politica, ma può anche esplicitarsi nella pubblicazione di notizie relative alla vita privata di personaggi pubblici. Nel caso di Carolina di Monaco, la liceità della pubblicazione delle foto che la ritraevano con la famiglia, era anche garantita dal fatto che la ricorrente fosse a conoscenza degli scatti, avvenuti in un luogo pubblico ancorché durante un momento privato.

Viceversa, nella causa *Axel Springer AG c. Germania*⁷ (n.2) del 2012, la Corte ha stabilito la colpevolezza dello Stato tedesco per violazione dell'articolo 10, condannandolo a risarcire i danni all'editore ricorrente. Nel caso in esame, la società editrice del quotidiano *Bild* si accingeva a pubblicare la vicenda di un attore televisivo, condannato in recidiva per consumo e possesso di una modica quantità di stupefacenti. L'uomo si era rivolto ai tribunali nazionali per ottenere il divieto di pubblicazione, accolto dalla corte domestica la quale aveva sentenziato la ridotta importanza del suo reato rispetto alla rilevanza data alla notizia dal giornale. Secondo il tribunale il caso aveva ricevuto più attenzione di quanta ne servisse per soddisfare l'interesse pubblico di mettere i cittadini a conoscenza dei fatti, considerata la scarsa fama dell'attore.

La Corte di Strasburgo, a seguito del ricorso, ha cercato di bilanciare la libertà di stampa con il diritto alla riservatezza, applicando i criteri relativi all'interesse generale in rapporto alla notorietà della persona e alla veridicità delle informazioni. Così, essa è giunta alla conclusione che l'attore aveva una notorietà sufficiente a considerarlo "personaggio pubblico" e che, per questo, il pubblico aveva interesse ad essere informato sui fatti, peraltro esposti in modo veritiero e senza conseguenze pregiudizievoli per l'uomo, giacché egli stesso aveva rilasciato numerose interviste sull'uso di stupefacenti.

In questo caso, dunque, lo Stato fu condannato al risarcimento dei danni al quotidiano ricorrente, utilizzando il criterio elaborato nella sentenza *von Hannover*, il cui esito era stato il prevalere della libertà di informazione sul diritto al rispetto della vita privata

A dimostrazione dell'importanza data all'articolo 10 della CEDU, vi è anche il celebre caso *Casado Coca c. Spagna*⁸ del 1994, nel quale la Corte ha dimostrato che la libertà di informazione non vale soltanto per le notizie di interesse pubblico, ma anche per quelle relative all'ambito commerciale.

In tale caso, infatti, un avvocato spagnolo aveva pubblicato annunci relativi alla sua professione, su alcuni giornali barcellonesi e sulla Rivista tedesca di Spagna, a seguito dei quali il Consiglio dell'Ordine Nazionale aveva comminato varie sanzioni e richiami, giacché le informazioni non ricadevano sotto la tutela

⁷ *Axel Springer AG v. Germany*, N. 39954/08, §47, ECHR 2012, in hudoc.echr.coe.int.

⁸ *Casado Coca v. Spain*, N. 15450/89, §32, ECHR 1994, in hudoc.echr.coe.int.

dell'articolo 20 della Costituzione spagnola⁹ che, pur tutelando la libertà di espressione, non considera la diffusione di pubblicità come un diritto fondamentale. Oltretutto, l'intento dell'uomo non era informativo ed andava contro il Regolamento dell'Ordine degli Avvocati di Barcellona poiché era da ritenersi una forma di concorrenza sleale nei confronti degli altri colleghi.

In seguito a ciò, dopo aver adito tutti i gradi di giudizio nazionali, l'uomo si era rivolto all'organo europeo, che però aveva confermato quanto stabilito dai tribunali domestici.

In effetti, nonostante la Corte ritenesse anche il “*commercial speech*” tutelabile ai sensi dell'articolo 10 della CEDU, nel caso di specie la pubblicità serviva un interesse privato, non pubblico, fuoriuscendo dall'ambito di applicazione delle disposizioni in esame. Per questo motivo, le attività di *advertising* possono essere limitate se il fine è quello di prevenire la concorrenza sleale e impedire la pubblicità ingannevole e, in tal senso, sia l'Ordine degli Avvocati sia il tribunale spagnolo avevano compiuto un corretto bilanciamento tra la libertà di informazione e i diritti degli altri avvocati stabiliti nel Regolamento.

In sostanza, dunque, se da un lato la libertà di cui all'articolo 10 si estende fino al punto da ricomprendere la diffusione al pubblico di informazioni che possono essere ritenute scomode o seccanti, dall'altro essa non può minare altri valori egualmente protetti dalla Convenzione, senza che vi sia un bilanciamento tra essi.

Un esempio di questa impostazione è rappresentato dal caso *Herczegfalvy c. Austria* (1992), in cui la Corte riscontrò una violazione del diritto di ricevere informazioni laddove ad un uomo in stato di detenzione psichiatrica era stato negato l'accesso a letture, radio e televisione, pur non essendoci alcuna legge nazionale che prevedeva siffatto diritto.

Parallelamente, anche nel caso di *Open Door e Dublin Well Woman c. Irlanda* (1992) è stato sanzionato lo Stato che ha impedito il rilascio da parte di due centri erogatori di servizi sanitari rivolti alle donne, di informazioni relative all'aborto negli altri stati. La decisione nazionale, per la Corte, andava contro le libertà di cui all'art. 10 CEDU in quanto tali informazioni non solo sarebbero state reperibili altrove, ma soprattutto non erano vietate da alcuna legge irlandese.

In conclusione, la libertà di espressione e la libertà di informazione vengono tutelate per garantire il mantenimento dei valori democratici e l'interesse pubblico alla notizia, che però non va confuso con l'interesse a soddisfare la curiosità del pubblico. Talvolta, tali libertà prevalgono perfino su interessi e diritti soggettivi perfetti come esemplificato, da un lato, dal caso *von Hannover*, in cui la Corte ha

⁹ Art. 20, Título I. De los derechos y deberes fundamentales - Capítulo segundo. Derechos y libertades, Sección 1.ª De los derechos fundamentales y de las libertades públicas, Constitución española de 1978.

fatto prevalere l'articolo 10 sull'articolo 8 della Convenzione, e dall'altro dal caso Casado Coca, nel quale l'interesse individuale del ricorrente a pubblicizzare la propria attività professionale ha dovuto cedere il passo a interessi pubblici nazionali confliggenti, come quello alla tutela della concorrenza.

3. L'impatto di internet sul pluralismo dell'informazione e il ruolo dei motori di ricerca

Quando si parla di interesse pubblico all'informazione, non si può prescindere dal considerarlo legato al pluralismo delle fonti, fondamentale per ogni stato democratico poiché direttamente connesso con il profilo passivo della libertà di informazione stessa, inteso come il diritto a ricevere le notizie da fonti il più possibile diversificate. Per garantire che i cittadini possano esercitare i loro diritti e le loro libertà di scelta e di giudizio, ad essi deve essere garantito il libero accesso alle informazioni che, non a caso, viene considerato un diritto fondamentale. Il controllo sui flussi di notizie e di dati, al contrario, preluderebbe alla manipolazione dell'opinione pubblica nonché alla concentrazione di potere cui hanno sempre aspirato i regimi autoritari attraverso la censura e il controllo delle reti di informazione.

Per questi motivi, il già citato articolo 11 della Carta dei Diritti Fondamentali dell'Unione europea afferma che la libertà e il pluralismo dei mezzi di comunicazione devono essere rispettati come elementi essenziali della democrazia promossa dall'Unione, mentre l'articolo 10 della CEDU esclude che «*vi possa essere ingerenza da parte delle autorità pubbliche*».

La tutela del pluralismo dell'informazione, inoltre, non può essere circoscritta alla questione del mantenimento di un mercato dei media concorrenziale, ovvero alla limitazione di concentrazioni proprietarie, ma necessariamente comprende una regolazione capace di perseguire finalità extra-giuridiche ed extra-economiche, quali la promozione e la protezione della libertà di stampa, della diversità culturale, della libertà di ricerca e dell'indipendenza editoriale. Per questo, lo sviluppo della società dell'informazione ha un forte legame con la questione del pluralismo dei mezzi di comunicazione: all'interno di essa i cittadini sono in grado di contribuire al dibattito democratico attraverso diversi canali che vanno ad aggiungersi a quelli tradizionali.

Questo tipo di *struttura organizzativa dell'informazione* e la nozione multidimensionale di pluralismo sono alla base della democrazia, la quale deve necessariamente affondare le sue radici in una sfera pubblica bene informata,

inclusiva e pluralista che riceva dai media informazioni di natura diversa ed indipendente dal potere politico.

Si può dire, dunque, che il pluralismo nel contesto europeo si è tradotto in un approccio normativo che tende a garantire che gli stati adottino politiche funzionali a promuovere la libertà di informazione sia dal punto di vista degli operatori sia da quello degli utenti. Infatti, i governi hanno un ruolo attivo nel garantire la circolazione e il reperimento di diversi punti di vista funzionali alla formazione dell'opinione pubblica (vedi ancora gli articoli 10 CEDU e 11 Carta dei Diritti Fondamentali dell'UE).

In tal senso, la nascita del web ha favorito l'incremento del pluralismo, poiché la Rete ha contribuito all'aumento quantitativo delle fonti e dei punti di vista consultabili nella valutazione delle notizie, grazie alla neutralità del mezzo rispetto alle informazioni veicolate e all'assenza di controllo da parte dei poteri pubblici o privati – almeno nei paesi democratici – favorita dall'a-territorialità del web. In questa ottica, il pluralismo dell'informazione ha conosciuto un incremento dato dalla possibilità per le nuove organizzazioni di entrare a far parte del panorama informativo, affiancandosi alle fonti tradizionali e consolidate.

Peraltro, secondo l'Indagine conoscitiva sul settore dei servizi internet e sulla pubblicità online dell'AGCOM,¹⁰ redatta nel 2013, in Italia il 42,1% degli individui si informa sulle notizie (locali, nazionali e internazionali) attraverso internet, che è la terza fonte più usata dopo televisione e quotidiani. Questo dato dimostra la primaria importanza che la rete sta assumendo nel soddisfare la ricerca di notizie sull'attualità, tant'è che nel rapporto dell'Indagine si afferma: «[...] occorre poi tenere conto della crescente rilevanza del mezzo di comunicazione sotto il profilo del pluralismo informativo, stante la diffusione tramite il web di nuovi modelli di informazione e nuovi servizi di erogazione delle news, con evidenti riflessi sugli assetti tradizionali e sulle dinamiche dei mercati della comunicazione»¹¹.

In effetti, tenendo conto del fatto che i contenuti informativi del web sono spesso gratuiti, ciò stimola l'interesse e il dibattito pubblico anche di coloro che non acquistano i quotidiani o che non ascoltano il telegiornale.

Questa estrema apertura di internet, però, ha spesso portato a riflettere sulla qualità delle notizie offerte, che molti considerano di scarsa qualità, poiché, logicamente, le fonti non sono sempre verificate o verificabili e costituiscono, in alcuni casi, opinioni del tutto arbitrarie. La multipolarità di internet è dunque la sua forza ma un po' anche il suo limite, dal momento che ogni utente può pubblicare contenuti

¹⁰ Allegato A alla Delibera n. 19/14/CONS, in www.agcom.it.

¹¹ Allegato A alla Delibera n. 19/14/CONS, pag. II, in www.agcom.it.

senza essere vincolato da norme giornalistiche o etica professionale, bensì agendo semplicemente sulla base del suo diritto alla libertà di espressione e informazione, garantito a partire dai trattati internazionali. L'estrema facilità di accesso alla rete internet e di generazione di contenuti per il suo tramite non va considerato in termini negativi, poiché siffatte possibilità hanno consentito di veicolare istanze di libertà di parola, come nel caso del *citizen journalism* da cui è in parte scaturita la Primavera araba tra il 2010 e il 2011.

E' chiaro che, in un contesto del genere, i motori di ricerca hanno un forte impatto sulla mediazione tra interessi così diversi, poiché essi si pongono come "intermediari digitali" che forniscono l'accesso all'informazione, aiutando il pluralismo inteso tanto come accesso quanto come scelta delle informazioni da parte degli utenti. In tal senso, infatti, i *search engines*, aumentano le fonti da cui attingere e garantiscono la totale personalizzazione dell'esperienza informativa, amplificando il surplus informativo tipico dell'*information society*.

Il loro servizio supporta orizzontalmente coloro che si avvicinano al web, aiutandoli a navigare tra le risorse disponibili in rete e orientandoli nel reperimento delle informazioni. Essi, infatti, contrariamente a quanto accade con i siti internet e i prodotti editoriali, non nascono per soddisfare bisogni specifici, bensì indirizzano l'utente verso il servizio che sta cercando. Ciò acquista maggior rilevanza se si tiene conto del fatto che, proprio grazie ai motori di ricerca, anche le persone più giovani hanno incrementato il loro interesse alle notizie, amplificando i caratteri originari di libertà informativa della società dell'informazione.

In ogni caso, si può sicuramente affermare che, nonostante anche nelle democrazie si sia storicamente abituati ad avere mezzi di informazione proprietari, internet ha consentito il decentramento e l'interconnessione, amplificata dalla capacità dei *search engines* di aggregare diverse fonti contribuendo all'informazione e alla formazione dell'opinione pubblica. Questi ultimi, infatti, come rilevato dall'Indagine dell'AGCOM, sono utilizzati da una gran parte della popolazione mondiale («In Italia pari al 12,4% della popolazione e al 21,6% degli utenti che navigano»¹²) per ricercare notizie di ogni genere e Google rappresenta il portale più utilizzato a questi fini, sia in Italia (21,5% degli utenti¹³) che nel mondo (76,6%¹⁴).

¹² Ibid. pag. XXI.

¹³ Ibid.

¹⁴ Indagine comScore, febbraio 2013, in www.comscore.com.

In proposito, però, si è criticata la capacità dei motori di ricerca di creare la cd. “*filter bubble*”,¹⁵ cioè quel meccanismo prodotto grazie ad un algoritmo che “indovina” selettivamente quali informazioni l’utente desidera ottenere in base alle informazioni di cui dispone su di esso. Ciò, se non gestito correttamente e con trasparenza, può comportare non soltanto l’allontanamento dell’individuo dalle informazioni contrarie al suo punto di vista, ma anche il suo isolamento in vere e proprie “bolle” culturali ed ideologiche.

A questa riflessione si affianca quella relativa alla questione del difficile bilanciamento tra l’interesse pubblico e la tutela di altri diritti, come la privacy, la reputazione, il diritto al controllo sui propri dati e l’accesso, accentuata proprio dalla pervasività del mezzo, il cui raggio di azione si estende oltre i confini nazionali e comporta la reperibilità del materiale ovunque ed in qualsiasi momento.

In questo senso, nel settembre del 2011, il Comitato dei Ministri del Consiglio d’Europa ha adottato la Dichiarazione sugli *Internet Governance Principles*, nella quale si è stabilito proprio come primo assunto che la rete debba assicurare la protezione di tutti i diritti e le libertà fondamentali, affermando la loro universalità in accordo con i diritti umani riconosciuti a livello internazionale, nella garanzia del rispetto delle leggi esistenti e della democrazia.¹⁶

Tornando ai motori di ricerca, in un simile contesto essi hanno l’importante funzione di mediare tra le fonti di informazione e il pubblico, mettendo a disposizione degli utenti uno strumento essenziale per il reperimento delle notizie che consente di aggregare diverse fonti, siano esse giornalistiche o meno. A ciò giova il fatto che il fenomeno del cd. “*filter bubble*” non sembra essersi affatto tradotto in una riduzione della varietà dell’offerta. Al contrario, i diversi *search engines* forniscono molte opportunità per scoprire fortuitamente nuovi risultati (ad esempio con funzione di ricerca casuale che estrae un link in modo aleatorio) oppure di incrementare il panorama di notizie a partire da suggerimenti a proposito di “ricerche correlate”. Inoltre, i meccanismi di semplificazione che aiutano l’utente a soddisfare le sue esigenze lo incoraggiano anche a confrontarsi con altri argomenti di cui può avere scarsa conoscenza, proprio perché stimolato dalle agevolazioni nella ricerca permesse dal servizio.

¹⁵ Eli Parisier, *The Filter Bubble: How the New Personalized Web Is Changing What We Read and How We Think*, The Penguin Press, New York, 2011.

¹⁶ Declaration by the Committee of Ministers on Internet governance principles, *Human rights, democracy and the rule of law*, Committee of Ministers, 21 September 2011, in wcd.coe.int.

Dunque, come sottolineato dallo *Study on liability of internet intermediaries*¹⁷, realizzato nel 2006 per verificare le modalità di recepimento da parte dei diversi Stati membri della direttiva sul commercio elettronico, i motori di ricerca soddisfano un bisogno sociale attraverso la facilitazione della navigazione per gli utenti.

Per tutte queste ragioni, si sono configurati due scenari di estrema rilevanza nella valutazione del ruolo dei *search engines*, che hanno trovato riscontro nelle più recenti decisioni europee. Da un lato, è sorta spontanea la riflessione sul ruolo dei provider di ricerca rispetto alla figura tradizionale dell'editore, che non pare essere sovrapponibile *sic et simpliciter* a quella dei *content e service providers*, *soprattutto in ragione della problematica attribuzione a questi ultimi soggetti della cd. responsabilità editoriale*. Dall'altro, invece, si è tentato di capire in che modo tutelare il diritto di accesso all'informazione rispettando altri diritti degli individui, eventualmente confliggenti col primo. Infatti, la pervasività di internet, cresciuta grazie ai motori di ricerca, fornisce un'ampia pubblicità alle notizie, aprendo il dibattito su tutta una serie di questioni, non ultima quella del diritto all'oblio correlata al soddisfacimento dell'interesse pubblico a ricevere informazioni.

4. *Search engines responsibility* ed estensibilità del concetto di “editore” al motore di ricerca

La società dell'informazione si fonda sui servizi erogati dalle tecnologie Internet e da quelle della telefonia mobile, e si è sviluppata entro il perimetro di politiche previste dal Titolo XIX del Trattato sul funzionamento dell'Unione europea (“Ricerca e Sviluppo Tecnologico e Spazio”)¹⁸. Nel quadro della *information society* è stata adottata la direttiva 2000/31/CE sul commercio elettronico, che «*mira a contribuire al buon funzionamento del mercato garantendo la libera circolazione dei servizi della società dell'informazione tra Stati membri*»¹⁹.

All'interno di questa cornice legale, gli intermediari dei servizi della società dell'informazione (*information society service providers*) sono stati genericamente definiti dalla direttiva come macrocategoria, a sua volta ricompresa sotto la figura dei “prestatori” di servizi della società dell'informazione, che racchiude diversi tipi di fornitori, poiché per “prestatore” si intende in generale «*la persona fisica o giuridica che presta un servizio della società dell'informazione*».²⁰

¹⁷ G. Spindler, G. M. Riccio, A. Van der Perre, *Study on liability of internet intermediaries*, Thibault Verbiest, 2007, in ec.europa.eu.

¹⁸ Titolo XIX – Ricerca e sviluppo tecnologico e spazio, Trattato sul funzionamento dell'Unione Europea, in eur-lex.europa.eu.

¹⁹ Direttiva 2000/31/CE, Art. 1 – Obiettivi e campo di applicazione, in eur-lex.europa.eu.

²⁰ Direttiva 2000/31/CE, Art. 2, punto b) – Definizioni, in eur-lex.europa.eu.

All'interno dell'insieme dei “prestatori”, dunque, si possono individuare sia gli editori – che immettono direttamente i contenuti – sia i *providers* di servizi intermediari quali *mere conduit*, *caching* e *hosting*, nonché quei prestatori che non si occupano di elaborare i contenuti, bensì di indicizzarli, come avviene nei motori di ricerca.

A tal proposito, la direttiva del 2000 si sofferma sull'individuazione delle responsabilità dei prestatori intermediari escludendo la possibilità di attribuire loro un obbligo generale di sorveglianza o di ricerca attiva degli illeciti. Infatti, all'art. 15 si afferma che: «*Nella prestazione dei servizi di [mere conduit, caching e hosting] gli Stati membri non impongono ai prestatori un obbligo generale di sorveglianza sulle informazioni che trasmettono o memorizzano né un obbligo generale di ricercare attivamente fatti o circostanze che indichino la presenza di attività illecite. Gli Stati membri possono stabilire che i prestatori di servizi della società dell'informazione siano tenuti ad informare senza indugio la pubblica autorità competente di presunte attività o informazioni illecite dei destinatari dei loro servizi o a comunicare alle autorità competenti, a loro richiesta, informazioni che consentano l'identificazione dei destinatari dei loro servizi con cui hanno accordi di memorizzazione dei dati*». Tutto ciò avviene fermo restando che, per i servizi di *mere conduit*, *caching* e *hosting*, gli artt. 12, 13 e 14 lasciano «*impregiudicata la possibilità, per un organo giurisdizionale o un'autorità amministrativa, in conformità agli ordinamenti giuridici degli Stati membri, di esigere che il prestatore ponga fine ad una violazione o la impedisca*». Chiaramente, vista la peculiarità dei servizi di *hosting*, coloro che li forniscono possono anche essere soggetti a «*procedure per la rimozione delle informazioni o la disabilitazione dell'accesso alle medesime*»²¹ definite dagli Stati membri.

All'interno di questo contesto e considerate le caratteristiche dei motori di ricerca, essi si identificano come un *internet service provider*, e non come un *editore*, proprio perché non hanno alcun potere di controllo sui contenuti e per questo è esclusa la loro responsabilità editoriale.

Queste posizioni vengono confermate dalla CGE nelle sentenze in cui essa ha escluso che i motori di ricerca potessero essere considerati responsabili di violazioni di diritti di proprietà industriale. Un esempio è costituito dalla causa Google c. Vuitton²², relativa alla visualizzazione tra i risultati di ricerca di link pubblicitari «a partire da parole chiave corrispondenti a marchi di impresa a prodotti o servizi identici a quelli per cui detto marchio è registrato»²³. In

²¹ Art. 14 comma 3, Direttiva 2000/31/CE, in eur-lex.europa.eu.

²² Procedimenti riuniti da C-236/08 a C-238/08, Corte di Giustizia Europea, Sezione Grande, 23 marzo 2010, in curia.europa.eu.

²³ Punto 2, Procedimenti riuniti da C-236/08 a C-238/08, Corte di Giustizia Europea, Sezione Grande, 23 marzo 2010, in curia.europa.eu.

proposito, la Corte ha affermato che «qualora la pubblicità di cui trattasi non consenta, o consenta soltanto difficilmente, all'utente medio di Internet di sapere se i prodotti o i servizi indicati nell'annuncio provengano dal titolare del marchio o da un'impresa economicamente connessa a quest'ultimo o invece da un terzo»²⁴, l'articolo 14 della direttiva sul commercio elettronico 200/31/CE «deve essere interpretato nel senso che la norma ivi contenuta si applica al prestatore di un servizio di posizionamento su Internet qualora detto prestatore non abbia svolto un ruolo attivo atto a conferirgli la conoscenza o il controllo dei dati memorizzati. Se non ha svolto un siffatto ruolo, detto prestatore non può essere ritenuto responsabile per i dati che egli ha memorizzato su richiesta di un inserzionista, salvo che, essendo venuto a conoscenza della natura illecita di tali dati o di attività di tale inserzionista, egli abbia omesso di prontamente rimuovere tali dati o disabilitare l'accesso agli stessi»²⁵. Dunque, la sentenza esclude la responsabilità del motore di ricerca proprio perché i dati che esso memorizza provengono da una richiesta dell'inserzionista e su di essi non può esercitare alcun tipo di controllo editoriale.

Per lo stesso principio, si può escludere la responsabilità editoriale dei *search engines* quando essi forniscono risultati di ricerca che costituiscono semplicemente un collegamento con le pagine dei *content providers*. Si tratta infatti di un'operazione che risponde a criteri di organizzazione automatica e dalla quale non consegue alcuna modifica dei contenuti, se non una loro citazione in ordine di rilevanza e di pertinenza. Volendo riprendere la sentenza di cui sopra, dunque, si può affermare che nel caso in cui un utente effettui una ricerca, i risultati proposti dal *service provider* derivano dalla scansione di tutti i contenuti già presenti nel web e sui quali il motore di ricerca non può esercitare alcun tipo di controllo editoriale.

Peraltro, il Considerando n. 42 della direttiva 2000/31/CE stabilisce che: «*Le deroghe alla responsabilità stabilita nella presente direttiva riguardano esclusivamente il caso in cui l'attività di prestatore di servizi della società dell'informazione si limiti al processo tecnico di attivare e fornire accesso ad una rete di comunicazione sulla quale sono trasmesse o temporaneamente memorizzate le informazioni messe a disposizione da terzi al solo scopo di rendere più efficiente la trasmissione. Siffatta attività è di ordine meramente tecnico, automatico e passivo, il che implica che il prestatore di servizi della società dell'informazione non conosce né controlla le informazioni trasmesse o memorizzate*».

All'interno di queste attività, ovviamente, ricade quella del *search engine*, poiché esso fornisce l'accesso ai contenuti della rete mediante l'indicizzazione dei

²⁴ Punto 121, Procedimenti riuniti da C-236/08 a C-238/08, Corte di Giustizia Europea, Sezione Grande, 23 marzo 2010, in curia.europa.eu.

²⁵ Punto 120, Procedimenti riuniti da C-236/08 a C-238/08, Corte di Giustizia Europea, Sezione Grande, 23 marzo 2010, in curia.europa.eu.

risultati di ricerca per renderne più facile il reperimento, nonché per garantire all'utente il diritto di accesso alle informazioni che circolano sul web.

Un altro aspetto rilevante dei servizi offerti dai motori di ricerca è quello di consentire la navigazione tra le risorse della rete attraverso l'inserimento di alcune parole chiave gestite da un algoritmo che indicizza i dati individuati. Attraverso la scansione del web, infatti, i *search engines* costruiscono un indice, calcolando l'attinenza rispetto alle parole chiave e ordinando i risultati in base alla popolarità delle pagine, in modo da poter fornire risposte utili ai criteri di ricerca dell'utente.

In questo senso, il *search engine* si serve di un software (cd. *spider*) che crea liste di parole trovate sui siti, sia nella pagina che in sequenza (cd. *web crawling*). A conclusione di questo processo, il motore di ricerca indicizza i risultati trovati ordinando le pagine sia per il numero di volte in cui compare la parola ricercata sia in funzione del numero di citazioni della pagina (popolarità).

Per tale motivo, la reperibilità di informazioni pone la delicata questione dell'impatto degli algoritmi sulla diffusione dei dati sia dal punto di vista degli operatori che da quello degli utenti, poiché in entrambi i casi la maggiore o minore rilevanza del risultato viene decisa da criteri automatici di selezione.

5. Search engine: un'analisi econometrica empirica

La conseguenza naturale di quanto precedentemente affermato era verificare il tipo di impatto che i motori di ricerca hanno avuto sui siti, sul numero di visite ricevute e quindi sulla rilevanza che i siti stessi ottengono grazie ai motori di ricerca.

L'avvento di motori di ricerca sempre più efficienti e numerosi ha sicuramente permesso la nascita di più siti internet, ed in particolare di siti di qualità superiore. Difatti, classificando i siti in base al numero assoluto di visite ricevute o secondo la numerosità di link esterni che rimandano al sito stesso, si ha la virtuale certezza che un sito con una informazione di migliore qualità sia più facilmente accessibile di altri aventi informazioni meno rigorose.

Purtroppo tale certezza è solo teorica dal momento che I) i più efficaci metodi di ranking garantiscono l'equivalenza informazione migliore uguale ranking più elevato solo nella quasi totalità dei casi, poiché potrebbero essere

soggetti ad errore, e II) gli algoritmi di classificazione potrebbero essere volutamente distorti al fine di garantire una visibilità più elevata ad alcuni siti specifici. Tali algoritmi non sono inoltre così semplici ma, anzi, tanto complicati da non essere pienamente compresi se non da un ristretto gruppo di persone tecnicamente molto qualificate. Il regolatore si trova quindi ad affrontare l'eterno dilemma del libero mercato: obbligare ogni agente a fornire una piena *disclosure* sul funzionamento della “*black box*”, ma erodendone così ogni fonte di vantaggio competitivo, o lasciare che il mercato si autoregoli con il rischio, però, che qualche manipolazione possa essere perpetuata da un singolo a danno di molti.

Esiste, tuttavia, una soluzione mediana che, invece di preoccuparsi della causa del problema (apparentemente irrisolvibile), ne cura perlopiù gli effetti. In questo scenario, ciò di cui un regolatore dovrebbe preoccuparsi non è effettivamente capire i meccanismi interni agli strumenti utilizzati, quanto piuttosto assicurarsi che gli effetti e le potenziali esternalità non si rivelino essere lesivi per il libero mercato.

Pertanto, ciò che quindi diventa rilevante per regolare i motori di ricerca da un punto di vista normativo, è verificare che il traffico derivante da tali motori non distorca in alcun modo la concorrenza e che non permetta ad alcuni siti di beneficiare sistematicamente di eventuali singolarità strutturali. In altri termini, un motore di ricerca non dovrebbe avere preferenze proprie, bensì esprimere le preferenze degli utenti della rete.

Più specificatamente, si è voluto constatare da un punto di vista empirico che i siti che dipendono maggiormente dal *traffico search*, ovvero dal traffico derivante dai motori di ricerca, crescono in modo rapido e sostanziale nel numero di visualizzazioni ricevute e nel ranking dei siti più visualizzati, sebbene ad una crescita percentuale del numero di visite non corrisponda una crescita della stessa intensità all'interno della classifica dei siti più visitati. Le implicazioni derivanti da questa analisi mostrerebbero che i motori di ricerca sono strumenti fondamentali per la visibilità di un sito poiché permettono ad una base di utenti più ampia di accedervi, ma che uno sbilanciamento eccessivo verso tali motori potrebbe essere controproducente a livello competitivo. In altre parole, un sito che si affida unicamente (o principalmente) ad un motore di ricerca come canale divulgativo diventa sì più popolare, ma non quanto, ad esempio, un suo competitor che si avvale in egual misura di motori di ricerca e social networks.

Inoltre, sebbene sia possibile verificare che siti dipendenti maggiormente dal *traffico search* crescono nel ranking (anche se non come siti con fonti di accesso multiple), è possibile anche osservare che siti che inizialmente si collocano negli ultimi percentili della distribuzione crescono invece più rapidamente, ovvero i siti che in principio occupano le posizioni più basse nella classifica scalano la graduatoria più rapidamente grazie al

traffico search rispetto a quelli che inizialmente erano posizionati più in alto nel ranking. Quindi, siti inizialmente meno visitati godono maggiormente degli effetti di una ricerca effettuata su un motore rispetto a siti molto più noti e conosciuti. Sembra infatti intuitivo che un utente non usi un motore di ricerca per cercare un sito di cui conosce esattamente l'URL perché estremamente famoso (come ad esempio la BBC), ma piuttosto utilizzi il motore per ricercare siti meno noti (come ad esempio "La gazzetta di Parma" o "Noz").

Ricapitolando, un sito che sfrutta intensamente i motori di ricerca come canali di accesso sembra ricevere un numero più elevato di visualizzazioni poiché essi sono oggi fondamentali e, tanto più piccolo è il sito, tanto maggiore è l'effetto positivo dei motori di ricerca. Tuttavia, non ci si dovrebbe concentrare unicamente su questo mezzo di comunicazione bensì avvantaggiarsi di un portafoglio variegato di fonti, come ad esempio social networks, mailing lists o pop-up pubblicitari.

Al fine di verificare le ipotesi sopra proposte, sono stati quindi raccolti dati riguardanti il traffico Internet da SimilarWeb.com, un sito che fornisce principalmente dati grezzi sull'audience di un sito, sulle sue fonti e sui reindirizzamenti dal sito verso altri siti e viceversa. I dati selezionati riguardano il settore *News and Media* in Italia e Germania, paesi ritenuti significativi per quanto riguarda il quadro legale e la diffusione dell'informazione. Per ogni paese, sono stati estratti i primi cento siti internet classificati in base al numero di visite ricevute e i relativi *Global ranking*, *Country ranking* e *Category ranking*, rispettivamente le posizioni nella classifica globale (rispetto, quindi, ad ogni altro sito), nel paese dove il sito è più utilizzato e all'interno della categoria *News and Media*. Per ogni sito è stato quindi calcolato il volume totale di visite ricevute e la relativa scomposizione delle fonti che l'utente ha utilizzato per accedere a tale sito. Nel dettaglio, sono state raccolte informazioni riguardo l'esatto numero di visite per i mesi di Giugno 2013 e Maggio 2014 (l'arco temporale è dunque annuale), derivanti da una ricerca diretta del sito stesso (*Direct*), da link forniti tramite email (*Mail*), da altri siti con click diretti verso il sito considerato (*Referrals*), da motori di ricerca (*Search*), da social networks (*Social*) ed infine da annunci pubblicitari (*Display ads*). I dati sono stati quindi inizialmente sottoposti ad una convalida incrociata intervistando casualmente alcune tra le maggiori testate giornalistiche italiane per verificare la veridicità delle informazioni fornite da SimilarWeb.com.

Infine, dati riguardanti il tempo trascorso in media sul sito internet cercato, le pagine del sito internet in media visualizzate durante ogni visita ed il *bounce rate*²⁶, sono stati usati in fase di preliminare per accertare la classifica fornita e controllare che fosse consistente non solo in base al numero complessivo di visite

²⁶ Il *Bounce Rate* è un indicatore della percentuale di utenti che abbandonano il sito solo dopo pochi secondi ed avendo visto solo la prima pagina del sito.

ricevute nel periodo considerato, ma anche rispetto a parametri qualitativi più robusti. In questo modo, si è avuta la certezza che nella classifica non ci fossero siti internet “sospetti”, ovvero siti internet che vengono cliccati molte volte anche solo casualmente o perché compaiono sotto forma di pubblicità o pop-up.

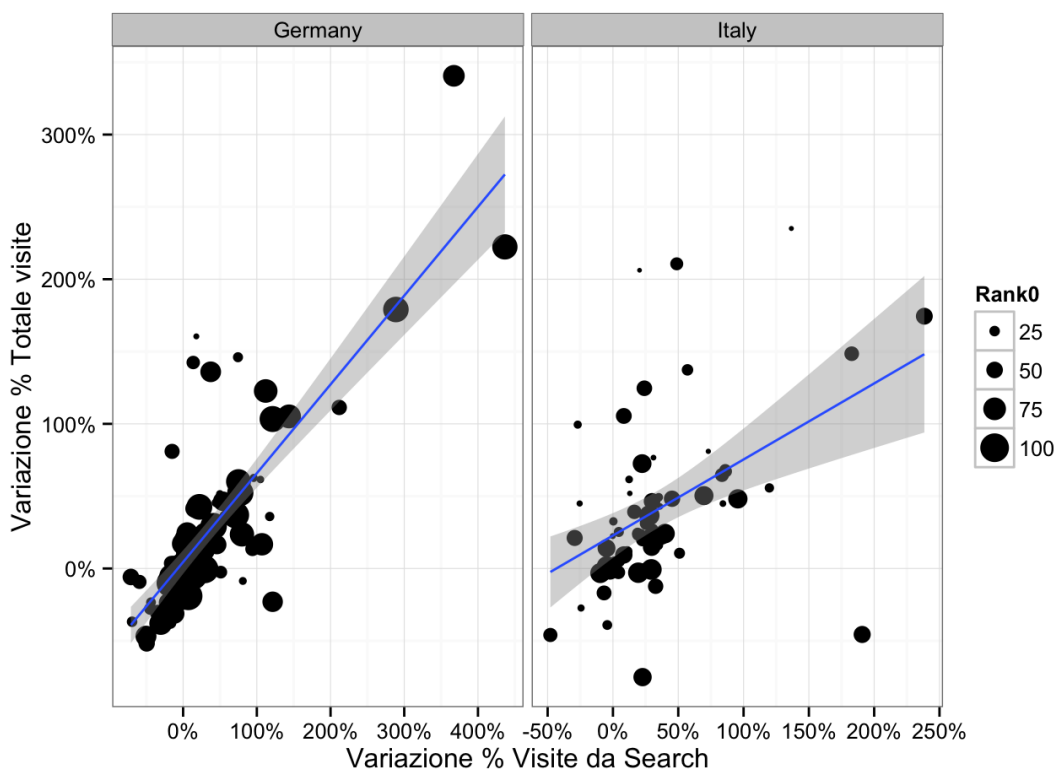
Le prime statistiche descrittive che risultano da un’analisi preliminare del dataset così costruito mostrano la crescita mensile dei singoli siti dovuta all’insieme di fonti di accesso utilizzate. **Quindi, grazie ai primi due grafici, è possibile rispondere alla seguente domanda: indipendentemente da quanto un sito sfrutti i social networks o i motori di ricerca, di quanto ha aumentato (diminuito) il numero di visite ricevute nel mese passato? Le figure seguenti mostrano come sia per l’Italia (prima figura) che per la Germania (seconda figura), la maggior parte dei siti abbia incrementato il loro numero di contatti tra Giugno 2013 e Maggio 2014. Questo sembra essere tanto più vero quanto più è piccolo il sito, idea intuitiva se si considera che si stanno analizzando le variazioni percentuali di crescita e non quelle assolute.** Usando un esempio, difficilmente “libero.it”, che riceve quasi cento milioni di visite mensili, potrà raddoppiare il suo volume di contatti in un mese, essendo un sito già maturo e con una base di lettori molto consolidata. Tutto ciò risulta essere molto più semplice, ad esempio, per “leganerd.com”, sito che riceve mensilmente “solo” 350.000 visite circa.

Bisogna tuttavia specificare che, per tutte le analisi compiute, non esiste una relazione causale univoca ma che molti altri fattori potrebbero essere utili e da considerare per spiegare i vari fenomeni. Ciò nondimeno, si ritiene che i dati raccolti e le analisi effettuate siano in grado di catturare un trend più generale in modo alquanto accurato.

Per quanto riguarda la situazione italiana, l’istogramma mostra che i primi siti (“Serviziopubblico.it”, etc.) addirittura raddoppiano di dimensione grazie all’insieme indistinto di fonti utilizzate, mentre soltanto pochissimi siti sembrano perdere visitatori (“Affaritaliani.it”, ad esempio). La Germania sembra avere anche caratteri più accentuati. Il primo sito, infatti, triplica di dimensione in un mese, mentre per i restanti siti la crescita è molto simile a quella osservata in Italia. L’unica differenza sostanziale tra i due paesi è che in Germania si osserva una base di utenti ancora più disposti a visitare frequentemente piccoli e nuovi siti rispetto alle grandi testate, utenti disposti a lasciare il vecchio e dare spazio al nuovo.

Quindi, sia in Italia che in Germania, gli utenti della rete si informano di più, compiono più ricerche sul web e spesso preferiscono visitare nuovi siti più piccoli rispetto ai soliti noti, forse alla ricerca di informazioni proposte con punti di vista differenti e innovativi. È possibile trarre una *prima conclusione: il pluralismo dell’informazione è in continuo aumento. Ma quanto di questo incremento è dovuto ai motori di ricerca?*

grande quanto maggiore era il suo rank all'inizio del periodo. L'effetto è chiaramente positivo, dal momento che la retta di tendenza (in blu) è positivamente inclinata. L'inclinazione di tale retta mostra l'impatto dei motori di ricerca rispetto alle altre fonti. Se la linea fosse inclinata a quarantacinque gradi esatti, questo significherebbe che l'intero aumento delle visite totali in un mese proverrebbe completamente dal *traffico search*. Ciò che la figura suggerisce è comunque che i motori di ricerca sono responsabili solo di parte del traffico in entrata per ogni sito. **Ancora una volta, la Germania mostra un comportamento estremizzato, in quanto la maggior parte delle nuove visite è imputabile al *traffico search*. In Italia lo stesso effetto persiste, sebbene in forma più lieve (circa la metà del nuovo traffico in entrata può essere attribuita ai motori di ricerca).**



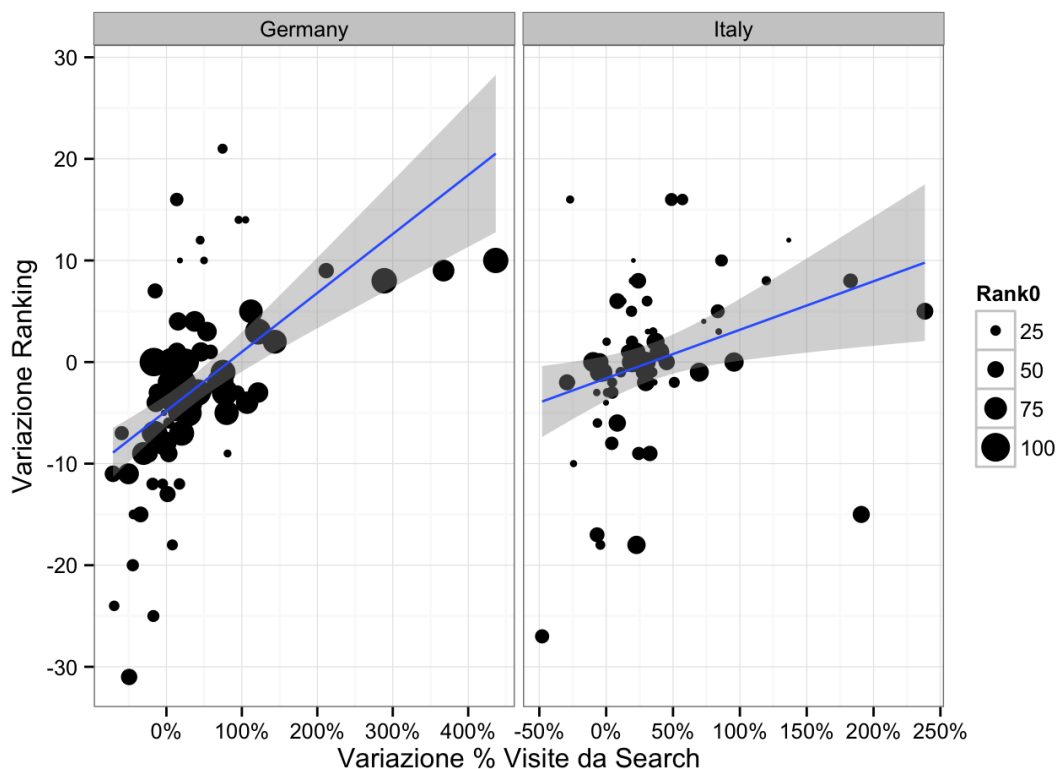
La figura rivela quindi che effettivamente il *traffico search* incrementa le visite totali che un sito riceve nell'arco di un mese in modo sostanziale e che sfruttare i motori di ricerca è a tutti gli effetti una strategia corretta al fine di aumentare la propria visibilità. Per la maggioranza dei siti, l'uso intensivo dei motori di ricerca permette di ricevere più contatti mensili e questo sembra essere tanto più vero quanto più piccolo è il sito. Se, come illustrato prima, i siti piccoli crescono in media di più e la metà di tale crescita è attribuibile ai motori di ricerca (come ad esempio nel caso italiano), si può affermare che i motori di ricerca abbiano un effetto più intenso su siti di dimensioni minori. *Seconda conclusione: i motori di ricerca aumentano il pluralismo dell'informazione, aiutando anche i piccoli siti ad emergere ed acquisire visibilità.*

Un'analisi più approfondita mostra inoltre che esiste una correlazione positiva tra il traffico derivante dai motori di ricerca e la variazione di posizione occupata da un sito nella classifica, dal momento che il grafico seguente è stato costruito attribuendo al sito primo in classifica un punteggio di cento, mentre all'ultimo in classifica un punteggio di uno. In altri termini, più un sito si affida ai motori di ricerca per aumentare la sua visibilità, più la sua posizione nel ranking migliora, come mostrato nella figura.

Come esempio esplicativo per tale conclusione, si assuma che un sito I) in precedenza attirava visitatori sfruttando al 50% il *traffico search* ed al 50% i social networks, e che II) fosse al cinquantesimo posto nella classifica dei siti più visitati. Se tale sito decidesse di aumentare il suo *traffico search* fino al 75% (riducendo il traffico social al 25%), esso vedrebbe aumentare la sua posizione in classifica. Sulla base di studi e analisi dei dati raccolti e qui non presentate per evitare eccessive complicazioni, tale effetto sembra essere tanto maggiore quanto più bassa era la posizione in classifica prima di decidere per l'aumento di *traffico search*. Quindi, un sito che inizialmente si collocava all'ottantesima posizione beneficerebbe di più dall'aumento del *traffico search* rispetto ad un sito che si posizionava in sessantesima posizione.

Tuttavia, come il grafico evidenzia, la crescita di ranking non può essere attribuita interamente al *traffico search*, bensì è probabilmente frutto di un portafoglio più bilanciato di strumenti di visibilità. La spiegazione di questo fenomeno è perfettamente intuitiva. Affidarsi completamente ad un solo mezzo di comunicazione come i motori di ricerca è sensato ma potrebbe essere non efficiente, poiché si trascurano altre importanti fonti di traffico. I motori di ricerca aumentano il pluralismo dell'informazione, ma non essendo la panacea per tutti i mali, devono sempre rappresentare solo una frazione delle fonti di visibilità utilizzate da un sito. Ancora una volta, i dati confermano che tali deduzioni sono valide maggiormente in Germania che in Italia. La maggiore inclinazione della retta di tendenza (in blu) nel caso della Germania rispetto al caso italiano è sintomo di come, in Germania, lo sfruttamento intensivo dei motori di ricerca dia frutti migliori e permetta ai siti di aumentare la loro posizione nella classifica dei siti maggiormente visualizzati più di quanto non succeda in Italia.

Terza conclusione: il traffico search permette di aumentare notevolmente la visibilità di un sito (ed è tanto più vero quanto più il sito è piccolo), sebbene sia sicuramente meglio non dipendere unicamente dal traffico search ma avere un portafoglio bilanciato di canali di traffico in entrata (che è tanto più vero quanto più il sito è grande).



In conclusione, sebbene come sopra menzionato non esista una relazione causale univoca, l'evidenza empirica suggerisce che in Italia e Germania l'uso dei motori di ricerca favorisca il pluralismo dell'informazione e non distorca il mercato, permettendo anche a piccoli siti di incrementare la propria visibilità. I *search engines* non sono un rimedio certo per ogni problema, ma piuttosto uno strumento da usare con saggezza e ritegno insieme con altre fonti. Da un uso bilanciato e accorto dei motori di ricerca i singoli siti non traggono null'altro che benefici, così come anche i consumatori che hanno la possibilità di accedere ad un volume ed una qualità delle informazioni mai raggiunta prima.

Alla luce delle considerazioni espone sopra, non si può non prendere atto dell'impatto positivo dei *search engines* sulla diversità e sul pluralismo dell'informazione, entrambi elementi incrementati dalle funzioni che essi offrono nel quadro realizzativo delle libertà di cui all'art. 10 della CEDU.

Tuttavia, è bene non dimenticare che, nel momento in cui si fa riferimento alla libertà di informazione, si chiamano in causa tre diversi soggetti. In primo luogo, i fornitori di informazioni intesi come le figure editoriali che immettono i dati in rete, ponendosi come *content providers*. In secondo luogo, vi sono i motori di ricerca che garantiscono all'utente l'accesso e l'effettiva reperibilità delle

informazioni. In ultimo, vi sono i consumatori finali di dati, ovvero gli utenti stessi, che per fruire delle risorse dei fornitori di informazioni passano attraverso l'algoritmo del *search engine*, il quale a sua volta filtra le risorse della rete a partire dalle parole chiave inserite.

A questo punto, però, un primo problema si pone nel momento in cui il *service provider* viene assimilato in singoli ordinamenti nazionali alla figura editoriale, da cui invece è bene tenerlo distinto proprio perché i servizi forniti dai *search engines* non vanno a modificare i contenuti, ma semplicemente a veicolarli garantendone la reperibilità e l'accessibilità.

Sul piano del diritto interno italiano, questa operazione di assimilazione tra le due figure sopra richiamate viene compiuta dal decreto cd. Romani (D. Lgs. 15 marzo 2010 n. 44), approvato per recepire la direttiva 2007/65 (*Audiovisual Media Services*) in materia di servizi audiovisivi, prescindendo dalle tecniche di trasmissione.

Per via di tale decreto il legislatore ha posto le condizioni per il controllo sugli operatori audiovisivi finalizzato a prevenire la creazione di posizioni dominanti nel Sistema Integrato delle Comunicazioni (SIC), con l'obiettivo di dare piena attuazione al principio pluralistico nel settore dell'informazione.

Sulla base del decreto, l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM) ha il potere di valutare annualmente le dimensioni economiche del Sistema Integrato delle Comunicazioni (SIC) per cui «*i soggetti tenuti all'iscrizione nel registro degli operatori di comunicazione costituito ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera a), numero 5), della legge 31 luglio 1997, n. 249, non possono né direttamente, né attraverso soggetti controllati o collegati ai sensi dei commi 14 e 15, conseguire ricavi superiori al 20 per cento dei ricavi complessivi del sistema integrato delle comunicazioni*».²⁷

All'articolo 4 del decreto Romani, viene elencato l'insieme delle categorie non soggette agli obblighi posti dal decreto, poiché non rientranti nella definizione di "servizio di media audiovisivo". Tra di esse, vi sono «*i servizi nei quali il contenuto audiovisivo è meramente incidentale e non ne costituisce la finalità principale, quali, a titolo esemplificativo: a) i siti internet che contengono elementi audiovisivi puramente accessori, come elementi grafici animati, brevi spot pubblicitari o informazioni relative a un prodotto o a un servizio non audiovisivo; [...] c) i motori di ricerca [...]*»²⁸.

Dunque, almeno in un primo momento, l'intera attività dei *search engines* (intesi come *internet service providers*) era stata esclusa dal Sistema Integrato delle

²⁷ Art. 43 comma 9 del Decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177, come riformato dal Decreto legislativo 15 marzo 2010 n. 44 (Decreto Romani).

²⁸ Art. 4 comma 1, punto a) del D. Lgs. 44/2010.

Comunicazioni proprio perché estranea alla fornitura di servizi di media audiovisivi, in quanto tale ultima attività presuppone l'esercizio di un potere di controllo sui contenuti da parte di un soggetto con responsabilità editoriale.

Tuttavia, l'AGCOM ha in passato più volte sollecitato il legislatore italiano, affinché rivedesse le aree economiche rilevanti ai fini della tutela del pluralismo in modo da tenere conto della rilevanza del ruolo di internet rispetto alle dinamiche limitative del pluralismo. Ciò ha comportato l'inclusione del web (compresi i motori di ricerca) tra i mercati oggetto di vigilanza da parte dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.

Così, con legge n. 103 del 2012, l'art. 43 del D. Lgs. 177/2005 è stato modificato per accogliere parzialmente le richieste dell'Autorità, introducendo tra l'analisi dei ricavi anche quelli derivanti dalla *«pubblicità online e sulle diverse piattaforme anche in forma diretta, incluse le risorse raccolte da motori di ricerca, da piattaforme sociali e di condivisione»*.²⁹

In questo modo, dunque, la funzione svolta dall'algoritmo dei *search engines* è stata assimilata a quella editoriale, commettendo, ad avviso di chi scrive, un errore di fondo che va ad inficiare la stessa libertà di informazione tutelata dall'art. 10 della CEDU e le garanzie di libertà e di pluralismo assicurate dalla rete. Infatti, considerare gli introiti pubblicitari del motore di ricerca all'interno dei mercati rilevanti per la regolazione *ex ante* a fini di tutela del pluralismo dell'informazione, significa ritenerlo responsabile dei contenuti stessi che indicizza, come se questi avesse la possibilità di controllarne il merito. A ben guardare, il decreto Romani e le sue successive modifiche contraddicono le prescrizioni della direttiva sul commercio elettronico 2000/31/CE relative agli ISPs che offrono servizi di *mere conduit*, *caching* e *hosting*, giacché l'indicizzazione dei dati raccolti dai motori di ricerca risponde ai criteri pre-determinati neutralmente dell'algoritmo, senza alcun intervento sui contenuti da parte del provider.

Invero, prima della legge 103/2012, il legislatore poneva alla base del sistema integrato delle comunicazioni la responsabilità editoriale degli operatori che producevano contenuti nei mercati rilevanti e, proprio per questo motivo, escludeva dal SIC gli *internet service providers*, nel rispetto della qualificazione che di essi è data dalla direttiva 2000/31/CE.

Il fatto che la raccolta di risorse da parte dei motori di ricerca sia entrata a far parte di questo panorama ha confermato l'approccio errato della legislazione italiana alle potenzialità dei *search engines* in materia di pluralismo dell'informazione. Per

²⁹ Art. Legge n. 103 del 2012 che converte il decreto-legge 18 maggio 2012, n. 63, recante «Disposizioni urgenti in materia di riordino dei contributi alle imprese editrici, nonché di vendita della stampa quotidiana e periodica e di pubblicità istituzionale».

usare una metafora naturalistica, si è confuso l'albero (l'editore) con il sentiero che porta ad esso (il motore di ricerca).

Si può dunque concordare con chi ha commentato la novella legislativa dicendo che in Italia si è assistito «*ad alcuni tentativi, specialmente di matrice giurisprudenziale, di prefigurare un ruolo partecipativo da parte dei provider rispetto alla creazione di contenuti, ossia di un ruolo di “non neutralità” o “non passività” in relazione alle attività eseguite dagli utenti*».³⁰

In tale frangente, l'elemento che rischia di inficiare la libertà di informazione risiede nella confusione di fondo da parte della normativa italiana che assimila il motore di ricerca all'editore, come se esso avesse la capacità di elaborare o modificare i contenuti. Su questi ultimi, però, le regole selettive dell'algoritmo non hanno alcun effetto, nonostante li indicizzino in ordine di rilevanza. Per di più, come già affermato, mentre gli editori guidano l'esperienza informativa del consumatore, i motori di ricerca si limitano ad aggregare le notizie presenti in rete per parole chiave, selezionando contenuti provenienti da fonti molto diverse tra loro. Gli editori online “puri”, infatti, non assemblano i risultati e fanno soprattutto uso di contenuti che loro stessi immettono in quanto *content providers*, una potestà che invece non appartiene in alcun modo ai *search engines*, la cui attività è unicamente basata sull'individuazione di informazioni già presenti nel web, al fine di facilitare e personalizzare la ricerca e l'accesso dell'utente alle suddette notizie, fornite in prima istanza dagli editori online.

Anche se i motori di ricerca vendono spazi pubblicitari agli inserzionisti – e in tal senso “competono” con gli editori tradizionali – i loro ricavi non hanno alcun rapporto con il livello di *audience* tipico dei media audiovisivi, proprio perché essi non sono “fornitori di servizi di media audiovisivi”. Infatti, i loro guadagni derivano dall'utilizzo, da parte degli utenti, dei servizi internet offerti dai *search engines* e non dalla consultazione dei contenuti. Il fatto che, raccogliendo anch'essi pubblicità commerciale, i motori di ricerca producano un potenziale (e tutto da dimostrare) decremento degli investimenti pubblicitari nei media audiovisivi classici, non restringe affatto il pluralismo informativo e non porta con sé alcun pericolo di concentrazione del mercato. Al contrario, l'inserimento dei motori di ricerca nel SIC sembra suggerire che essi rappresentino per il legislatore italiano una minaccia per il pluralismo dell'informazione, così come può avvenire nel caso di monopolio in mercati quali quelli tipici dell'audiovisivo.

Anche alla luce delle considerazioni espresse fin qui, l'approccio recentemente seguito dal legislatore italiano si espone a più di un dubbio di fondatezza, come pare confermare il fatto che inizialmente le disposizioni dell'art. 4 del Decreto Romani escludevano dalla definizione di “servizio di media audiovisivo” proprio

³⁰ O. Pollicino, *Tutela del pluralismo nell'era digitale: ruolo e responsabilità degli Internet service provider*, 2014, in www.giurcost.org, pag. 3.

i motori di ricerca. Come si diceva poc'anzi, essi hanno semmai il merito di facilitare la ricerca di fonti informative, senza alcuna possibilità di intervenire sui contenuti, in quanto semplicemente utilizzano un algoritmo per aggregare e indicizzare i contenuti forniti da altri. Quindi, se si dovesse riflettere sul ruolo che essi hanno rispetto al pluralismo, si potrebbe ragionevolmente affermare che lo hanno incrementato, garantendo l'accesso ad informazioni molto differenziate e assicurando anche un aumento delle visite ai siti degli editori tradizionali oltretutto a quelli minori o rivolti ad un pubblico più ristretto e di nicchia.

Queste posizioni vengono rafforzate dalle sentenze emanate nei diversi stati europei a proposito dell'auto-completamento e dei suggerimenti di ricerca, che hanno richiamato l'effettiva diversità tra *content* e *service provider*. Le due funzioni menzionate consentono agli utenti di «completare la chiave di ricerca o di visualizzare le più comuni ricerche correlate effettuate da terzi. Tali operazioni sono svolte da un algoritmo che effettua in modo automatico un'associazione tra le parole chiave che risultano maggiormente ricercate dagli utenti».³¹ A volte, però, l'auto-completamento genera risultati che rischiano di danneggiare i soggetti a cui rinviano, ad esempio nei casi in cui le parole che compaiono in automatico abbiano valenza negativa. Per questo motivo non è stato infrequente che utenti, associazioni o categorie di persone si rivolgessero a un giudice, citando in giudizio il motore di ricerca, per chiedere che fosse ritenuto responsabile per la lesione della propria reputazione.

E' il caso, ad esempio, di quanto avvenuto recentemente a Milano, dove il Tribunale, con ordinanza 25 marzo 2013, ha smentito le posizioni del ricorrente che riteneva Google un *content provider* dal momento che le funzioni di auto-completamento verrebbero progettate dallo stesso motore di ricerca, per questo responsabile dei contenuti derivanti dall'attività dell'algoritmo. I giudici hanno rigettato questa ipotesi asserendo che Google «riproduce statisticamente il risultato delle ricerche più popolari effettuate dagli utenti, laddove “Ricerche Correlate” riproduce i risultati delle pagine web indicizzate e rese accessibili dal motore di ricerca, partendo dai termini in questione».³² Nella decisione, le fonti normative considerate sono state quelle relative all'attività di *mere conduit*, *caching* e *hosting*, disciplinate dal D. Lgs. 70/2003 che recepisce la già citata direttiva sul commercio elettronico 2000/31/CE. Inoltre, è stato sottolineato anche il collegamento di dette previsioni con il Considerando n. 42 della direttiva, nel tentativo di distinguere la responsabilità dei *service providers* da quella dei fornitori di contenuti.

³¹ O. Pollicino, *Tutela del pluralismo nell'era digitale: ruolo e responsabilità degli Internet service provider*, 2014, in www.giurcost.org, pag. 15.

³² Ordinanza del Tribunale di Milano, 25 Maggio 2013, Sezione I Civile, in www.oppic.it.

Ebbene, per il Tribunale di Milano, «Google, in quanto soggetto che offre servizi di ricerca via internet, è certamente un Internet Service Provider»³³ ed in proposito viene citata l'Ordinanza del 24 marzo 2011, dello stesso Tribunale, in cui era stato stabilito che: «I motori di ricerca sono data-base che indicizzano i testi sulla rete e che offrono agli utenti un accesso per la consultazione: sono dunque sostanzialmente una banca dati più un software».

Tuttavia, anche se le funzioni di *auto-completamento* e quella di “Ricerche correlate” (situata in fondo alla pagina contenente i risultati di ricerca forniti a seguito dell’inserimento di parole chiave) differiscono «da quelle di semplice memorizzazione passiva delle informazioni [caching] e realizza[no] associazioni di parole grazie a sistemi — algoritmi matematici — pacificamente ideati, elaborati e adottati da Google», le associazioni di parole «non costituiscono una frase di senso compiuto né una manifestazione di pensiero, né dunque ‘quello che Google pensa’, né un pensiero, né un pensiero attribuibile a Google, ma esclusivamente il risultato delle ricerche più popolari effettuate dagli utenti, ovvero la visualizzazione dei termini ricorrenti nelle pagine web incluse tra i risultati di ricerca di una determinata query, entrambi resi disponibili agli utenti come strumenti di aiuto alla ricerca».³⁴

Che i motori di ricerca non abbiano responsabilità editoriale e non siano assimilabili agli *editori* è dimostrato proprio dal fatto che la funzione di aggregazione di parole per l’*auto-completamento* è basata su un algoritmo che calcola matematicamente la ricorrenza della ricerca da parte degli utenti. Inoltre, è bene sottolineare il fatto che, per quanto possano essere offensivi gli abbinamenti proposti, essi pur sempre integrano un’ipotesi di esercizio della libertà di informazione, intesa sia come libertà di ricevere notizie che come libertà di avervi accesso, proprio per il fatto che l’*auto-completamento* mostra le ricerche effettuate più spesso, il che costituisce di per sé un’informazione.

Nello stesso filone giurisprudenziale si colloca, la sentenza del 31 ottobre 2012³⁵ con la quale il Tribunal de Grande Instance de Paris ha annullato la condanna precedentemente inflitta a Google per il risultato fornito da un *auto-completamento*, contestato da un utente francese il cui nome veniva affiancato alla parola “secte” (setta). Benché nell’ambito di un giudizio vertente sull’accertamento di un’attività diffamatoria, il giudice francese ha comunque colto l’occasione per ricordare che i suggerimenti proposti dalla stringa di Google mediante la funzione di *auto-completamento* vengono determinati da un algoritmo basato su criteri oggettivi e senza alcun intervento umano.

³³ Ibid.

³⁴ Ibid.

³⁵ Antonino M. / Google Inc. et autres, Tribunal de grande instance de Paris – 17ème chambre, Jugement du 31 octobre 2012, in www.legalis.net.

A conferma dell'impossibilità di assimilare il motore di ricerca ad un *content provider* e, quindi, ad un editore, si riporta anche la decisione della Cour de Cassation francese, che nel febbraio 2013 ha sentenziato che Google non è direttamente responsabile per il funzionamento del motore di ricerca in quanto egli non elabora gli elementi offensivi (cioè i contenuti), ma semplicemente si limita ad utilizzare un algoritmo che fornisce risultati oggettivi basati su calcoli matematici³⁶.

Quest'indirizzo giurisprudenziale contrario all'assimilazione tra ISPs e fornitori di contenuti è coerente con i risultati a cui addiveniva il già citato *Study on liability of internet intermediaries*, dove si rilevava come in molti paesi europei, a seguito del recepimento della direttiva 2000/31/CE i motori di ricerca vengano considerati come *access providers* oppure come *host providers*, perciò disciplinati dalle regole sui *service providers*.

Un simile approccio è evidente in paesi come l'Austria, l'Ungheria, il Portogallo e la Spagna, che hanno disposto un'esplicita esenzione di responsabilità per i *search providers*, in quanto essi hanno la sola funzione di agevolare la navigazione degli utenti che ricercano informazioni in rete. La Francia e la Germania, invece, pur non avendo apposite previsioni in materia, considerano i motori di ricerca come *service providers*, così come suggerito anche dalla giurisprudenza italiana – come dimostrato dall'assoluzione di Google nel caso che lo vedeva citato in giudizio dall'associazione Vividown Onlus.³⁷

Alla luce di queste considerazioni, si capisce come il decreto Romani presenti profili di incompatibilità con l'interpretazione europea dei principi di pluralismo dell'informazione e tutela della libertà del web come mezzo espressivo, soprattutto nell'ambito della giurisprudenza relativa all'articolo 10 della Convenzione Europea dei Diritti dell'Uomo, che va ritenuta parte integrante dell'ordinamento giuridico dell'Unione Europea in forza del riferimento esplicito contenuto nel Trattato sull'Unione Europea.³⁸

³⁶«Mais attendu que, par motifs tant propres qu'adoptés, la cour d'appel a relevé que la société Google France sollicitait à bon droit sa mise hors de cause dès lors qu'elle n'avait pas de responsabilité directe dans le fonctionnement du moteur de recherche ni dans le site google.fr et qu'elle n'était pas concernée par l'élaboration des items incriminés; qu'elle a ainsi nécessairement répondu aux conclusions prétendument délaissées; que le moyen manque en fait. Par ces motifs: rejette le pourvoi», Cour de cassation, 1ère chambre civile, 19/02/2013, in www.courdecassation.fr.

³⁷ Caso Google-Vividown, Sentenza 17 dicembre 2013 – 3 febbraio 2014, n. 5107, Corte di Cassazione, Sez. III Penale, in www.dirittoegiustizia.it.

³⁸ Trattato sull'Unione Europea, articolo 6, comma 3: “I diritti fondamentali, garantiti dalla Convenzione europea per la salvaguardia dei diritti dell'uomo e delle libertà fondamentali e risultanti dalle tradizioni costituzionali comuni agli Stati membri, fanno parte del diritto dell'Unione in quanto principi generali”.

Inoltre, le disposizioni italiane contrastano anche con le esclusioni di responsabilità di cui alla direttiva 2000/31/CE che differenziano il *content provider* dall'*internet service provider*, individuando come tipica di quest'ultimo un'attività assolutamente distinta da quella editoriale, caratterizzata invece dal potere di intervento sui contenuti, e come più volte confermato dalle già citate sentenze sulla funzione di *auto-complete*.

Considerati questi due profili, il Decreto Romani pone le basi per un controllo sui motori di ricerca che non trova alcun fondamento né nella loro natura né nella tipologia di servizi forniti, in quanto essi si basano esclusivamente sull'aggregazione di dati già presenti in rete ed immessi da terzi. In tal modo, la legislazione italiana presenta due profili di problematicità ineludibili. Innanzitutto, essa contrasta con il significato dato a livello europeo al concetto di "pluralismo", inteso come diversità delle fonti: si è più volte ricordato che esso risulta potenziato – e non compromesso – dalla diffusione dei motori di ricerca che hanno facilitato la reperibilità delle notizie nonché incrementato il diritto di accesso alle informazioni. In secondo luogo, anche il diritto di informazione nel suo profilo passivo, inteso come libertà di dare notizie in qualità di editore, viene leso nel momento in cui l'indicizzazione di contenuti preesistenti viene considerata un'operazione editoriale. In tal senso, il fatto che i risultati di ricerca rimandino a fonti tra loro molto diverse si pone come strumento di tutela rispetto alla libertà di espressione, poiché i diversi link riportati aumentano la visibilità di posizioni meno diffuse, note o comunque non convenzionali. E' proprio la neutralità dei *search engines* rispetto ai contenuti, infatti, che consente agli utenti di reperire notizie contrastanti con i propri punti di vista o comunque lontane dalle loro posizioni di partenza o inaspettate.

In effetti, nell'*information society* coloro che navigano devono possedere delle capacità che possano consentire di reperire ciò che stanno cercando, selezionando i contenuti autonomamente, senza il supporto di un editore che li ordina, orientando il percorso da seguire. Non essendo ancora possibile considerare che ciascuno disponga di questo tipo di abilità, i *search engines* hanno il merito di agevolare il processo di ricerca ordinando i risultati in base alla loro popolarità, dando all'utente quantomeno un criterio per muoversi all'interno della rete.

E' innegabile, dunque, che i motori di ricerca costituiscano una risorsa preziosa per gli utenti, giacché essi hanno la capacità di ricondurre a dati estremamente differenziati – ma pertinenti – rafforzando sia il diritto di accesso alle informazioni nel *mare magnum* di internet, che la capacità degli editori tradizionali di diffondere le notizie. Ecco che il fatto che essi vengano assimilati alle figure editoriali tradizionali accompagna l'inesatta considerazione che «il soggetto che esercita un'attività di controllo sull'informazione, abbia un ruolo rilevante ai fini della

tutela del pluralismo»³⁹. Il ruolo e l'attività dei motori di ricerca dimostrano, al contrario, che l'incremento delle fonti informative, della diffusione e dell'accesso alle notizie può essere ottenuto anche mediante criteri neutri e matematici di selezione delle fonti – quali quelli propri dell'algoritmo – senza che vi sia alcuna necessità di controllo sui contenuti da parte di chi offre un servizio di indicizzazione dei risultati.

6. Diritto di accesso, pluralismo e motori di ricerca a seguito della recente giurisprudenza della Corte di Giustizia dell'Unione Europea sul diritto all'oblio: potenziale contrasto con l'articolo 10 della CEDU

In tema di sovrapposizione tra editore e motore di ricerca e di come essa rischi di comprimere la libertà di informazione, si può considerare uno spartiacque la sentenza della Corte di Giustizia dell'Unione Europea relativa al caso Google Spain⁴⁰. Nella pronuncia, infatti, si sono rinvenuti in capo al motore di ricerca Google i requisiti del titolare del trattamento dei dati personali, derivando quindi un onere per tutti i *search providers* di mettere a disposizione dell'utente metodi di rimozione dei link a tutela del loro diritto alla cancellazione dei dati che li riguardano. Tale decisione ha scosso le fondamenta giuridiche di Internet in Europa, al punto che si continua a discutere se un diritto alla cancellazione, così configurato, non prefiguri quel diritto all'oblio la cui definizione impegna ormai da due anni il legislatore europeo nell'ambito della riforma della normativa privacy comunitaria.

Ciò che interessa in questa sede, comunque, non sono tanto le tante - pur cruciali - questioni di diritto della protezione dei dati personali implicate nella causa (sulle quali molti dubbi interpretativi ha generato e continua a generare la decisione nella comunità di giuristi esperti della materia), quanto evidenziare un aspetto specifico del ragionamento giuridico della Corte di Giustizia circa il ruolo effettivo dei *search engines* che, pur venendo assimilati alla figura del "titolare del trattamento"⁴¹ cionondimeno non finiscono per essere equiparati *tout court* ad un *content provider*/editore.

Il fatto che ha dato origine alla causa citata può essere sinteticamente riassunto come segue. Nel 1988 erano stati pubblicati sul quotidiano spagnolo La Vanguardia – per ordine del Ministero del Lavoro e degli Affari sociali spagnolo

³⁹ O. Pollicino, *Tutela del pluralismo nell'era digitale: ruolo e responsabilità degli Internet service provider*, 2014, in www.giurcost.org, pag. 27.

⁴⁰ Causa C-131/12, Corte di Giustizia Europea, Sezione Grande, Sentenza 13 maggio 2014, in www.altalex.it.

⁴¹ Nella sentenza "Responsabile del trattamento". La diversa traduzione italiana del medesimo concetto è dovuta alla definizione data dal Codice in materia di protezione dei dati personali, D. Lgs. 196/2003, in www.garanteprivacy.it.

– due annunci riguardanti la vendita forzata dei beni a causa dei debiti contratti, resi poi disponibili anche sul web. Nella descrizione di una delle proprietà, veniva citato il nome di uno dei proprietari, cioè il signor Mario Costeja González. Nel novembre 2009, l'uomo aveva contattato il giornale per ottenere la rimozione dei dati che lo riguardavano, giacché la vendita si era conclusa anni prima ed aveva perso il suo rilievo informativo. *La Vanguardia* si era opposta alla cancellazione e, per questo, nel febbraio 2010 González aveva formulato la medesima richiesta a Google Spain, i cui risultati di ricerca conducevano agli annunci del 1988 se si inseriva il nome dell'uomo come “parola chiave” nella stringa di ricerca. Il ricorrente aveva anche presentato una denuncia all'Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) chiedendo sia la rimozione delle informazioni che lo riguardavano da parte del giornale, sia da parte di Google Spain o Google Inc. Nel luglio 2010, il direttore dell'AEPD, pur respingendo il reclamo contro *La Vanguardia*, aveva accolto le istanze contro il motore di ricerca, in modo che esso rendesse impossibile l'accesso ai dati mediante l'uso del suo portale. In seguito a questa decisione, Google Spain e Google Inc. avevano proposto ricorsi distinti all'Audiencia Nacional contro quanto disposto dall' all'Agencia Española de Protección de Datos, asserendo non soltanto che all'interno della funzione di ricerca non vi era alcun trattamento dei dati personali, ma soprattutto che l'attività del *search engine* non aveva nulla a che vedere con l'applicazione della direttiva 95/46/CE⁴² sulla protezione dei dati, pertanto era impossibile considerare Google come un *data controller*.

Per inquadrare la rilevanza della vicenda è necessario porre l'accento sulle previsioni della direttiva privacy che definisce «“titolare del trattamento”⁴³ [*data controller*]: la persona fisica o giuridica, l'autorità pubblica, il servizio o qualsiasi altro organismo che, da solo o insieme ad altri, determina le finalità e gli strumenti del trattamento di dati personali»⁴⁴, distinguendo questa figura dall'«“responsabile del trattamento”⁴⁵ [*data processor*]: la persona fisica o giuridica, l'autorità pubblica, il servizio o qualsiasi altro organismo che elabora dati personali per conto del responsabile del trattamento»⁴⁶. L'articolo 23, poi, fa riferimento alle

⁴² Recepita nell'ordinamento spagnolo mediante Ley Orgánica n. 15/1999, del 13 dicembre 1999, relativa alla tutela dei dati personali.

⁴³ In Italia la traduzione ufficiale della direttiva 46/95/CE definisce “Responsabile del trattamento” il soggetto identificato nel D. Lgs. 196/2003 come “Titolare del trattamento” (Cfr. Art. 4 comma 1 punto f del D. Lgs. 196/2003, in www.garanteprivacy.it).

⁴⁴ Articolo 2 – Definizioni, Direttiva 95/46/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 24 ottobre 1995, relativa alla tutela delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati, in eur-lex.europa.eu.

⁴⁵ In Italia la traduzione ufficiale della direttiva 46/95/CE definisce “Incaricato del trattamento” il soggetto identificato nel D. Lgs. 196/2003 come “Responsabile del trattamento” (Cfr. Art. 4 comma 1 punto g del D. Lgs. 196/2003, in www.garanteprivacy.it).

⁴⁶ Ibid.

“Responsabilità” stabilendo che: «*Gli Stati membri dispongono che chiunque subisca un danno cagionato da un trattamento illecito o da qualsiasi altro atto incompatibile con le disposizioni nazionali di attuazione della presente direttiva abbia il diritto di ottenere il risarcimento del pregiudizio subito dal responsabile del trattamento*». Dunque, quest’ultima figura è a tutti gli effetti responsabile salvo che provi «che l’evento dannoso non gli è imputabile» poiché in tal caso verrebbe «esonerato in tutto o in parte da tale responsabilità».

A ciò, poi, si contrappone la tutela della persona interessata, laddove l’articolo 12 della direttiva stabilisce che: «*Gli Stati membri garantiscono a qualsiasi persona interessata il diritto di ottenere dal responsabile del trattamento: [...] b) a seconda dei casi, la rettifica, la cancellazione o il congelamento dei dati il cui trattamento non è conforme alle disposizioni della presente direttiva, in particolare a causa del carattere incompleto o inesatto dei dati*»⁴⁷. L’articolo 14, inoltre, impone agli Stati membri di riconoscere «alla persona interessata il diritto: a) almeno nei casi di cui all’articolo 7, lettere e) e f),⁴⁸ di opporsi in qualsiasi momento, per motivi preminenti e legittimi, derivanti dalla sua situazione particolare, al trattamento di dati che la riguardano, salvo disposizione contraria prevista dalla normativa nazionale. In caso di opposizione giustificata il trattamento effettuato dal responsabile non può più riguardare tali dati»⁴⁹.

Considerate queste premesse, l’Audiencia Nacional aveva unito le due azioni legali ed aveva sospeso il processo in attesa di pronuncia pregiudiziale della Corte di Giustizia dell’Unione Europea sulla possibilità di applicare le previsioni della direttiva 46/95/CE ai motori di ricerca (intesi come *service providers*). In particolare, il tribunale domestico aveva sollevato tre questioni pregiudiziali, che includevano i seguenti quesiti, concernenti, in sintesi:

- l’ambito materiale di applicazione della direttiva, cioè la sua applicabilità ai motori di ricerca, chiedendo se il tipo di attività compiuta dai motori di ricerca sui dati da essi indicizzati potesse configurare un trattamento di dati personali;

⁴⁷ Art. 12 – Diritto di accesso, Direttiva 95/46/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 24 ottobre 1995, relativa alla tutela delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati, in eur-lex.europa.eu.

⁴⁸ «Gli Stati membri dispongono che il trattamento di dati personali può essere effettuato soltanto quando: [...] e) è necessario per l’esecuzione di un compito di interesse pubblico o connesso all’esercizio di pubblici poteri di cui è investito il responsabile del trattamento o il terzo a cui vengono comunicati i dati, oppure f) è necessario per il perseguimento dell’interesse legittimo del responsabile del trattamento oppure del o dei terzi cui vengono comunicati i dati, a condizione che non prevalgano l’interesse o i diritti e le libertà fondamentali della persona interessata [...]».

⁴⁹ Art. 14 – Diritto di opposizione della persona interessata, Direttiva 95/46/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 24 ottobre 1995, relativa alla tutela delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati, in eur-lex.europa.eu.

- l'ambito territoriale di applicazione della direttiva privacy a Google Inc., società di diritto statunitense con una sussidiaria in Spagna;
- la possibilità di qualificare Google come un Titolare del Trattamento;
- la responsabilità di un motore di ricerca come Google alla luce della direttiva privacy;
- la derivabilità di un "diritto all'oblio" nella normativa privacy europea vigente.

Nel valutare se fosse configurabile un trattamento di dati personali da parte di Google, la Corte, ha preso le mosse dalla formulazione letterale dell'articolo 2, lettera b), della direttiva 95/46/CE, che definisce "trattamento di dati personali" *«qualsiasi operazione o insieme di operazioni compiute con o senza l'ausilio di processi automatizzati e applicate a dati personali, come la raccolta, la registrazione, l'organizzazione, la conservazione, l'elaborazione o la modifica, l'estrazione, la consultazione, l'impiego, la comunicazione mediante trasmissione, diffusione o qualsiasi altra forma di messa a disposizione, il raffronto o l'interconnessione, nonché il congelamento, la cancellazione o la distruzione»*, precisando, alla luce della giurisprudenza Lindqvist,⁵⁰ che: *«per quanto riguarda in particolare Internet, la Corte ha già avuto modo di constatare che l'operazione consistente nel far comparire su una pagina Internet dati personali va considerata come un «trattamento» siffatto ai sensi dell'articolo 2, lettera b), della direttiva 95/46 v. sentenza»*.⁵¹

Ciò significa, secondo la Corte, che se il motore di ricerca, nel fornire risultati, fa apparire i dati riferibili a persone fisiche, allora compie un trattamento per il fatto stesso che tali dati sono presenti nella pagina, anche se provengono da siti i cui contenuti non sono da lui controllati dove le informazioni sono state lecitamente pubblicate

Poco dopo la CGE precisa proprio che: *«[...] occorre constatare che, esplorando Internet in modo automatizzato, costante e sistematico alla ricerca delle informazioni ivi pubblicate, il gestore di un motore di ricerca «raccoglie» dati siffatti, che egli «estrae», «registra» e «organizza» successivamente nell'ambito dei suoi programmi di indicizzazione, «conserva» nei suoi server e, eventualmente, «comunica» e «mette a disposizione» dei propri utenti sotto forma di elenchi dei risultati delle loro ricerche. Poiché tali operazioni sono contemplate in maniera esplicita e incondizionata all'articolo 2, lettera b), della direttiva 95/46, esse devono essere qualificate come «trattamento» ai sensi di tale disposizione, senza*

⁵⁰ Punto 25, Causa-101/01, Corte di Giustizia Europea, Sentenza 13 maggio 2002, in www.altalex.it

⁵¹ Punto 26, Causa C-131/12, Corte di Giustizia Europea, Sezione Grande, Sentenza 13 maggio 2014, in www.altalex.it.

*che rilevi il fatto che il gestore del motore di ricerca applichi le medesime operazioni anche ad altri tipi di informazioni e non distingua tra queste e i dati personali».*⁵²

In questo passaggio della sentenza e in quelli successivi la Corte di Giustizia riconosce, più o meno esplicitamente, che l'attività di Google è distinta da quella degli editori. I giudici non identificano il "titolare del trattamento" con un "editore", ma individuano una sorta di "terzo genere di soggetto attivo del trattamento". Scrivono, infatti, che *«nella misura in cui l'attività di un motore di ricerca può incidere, **in modo significativo e in aggiunta all'attività degli editori di siti web** (grassetto aggiunto), sui diritti fondamentali alla vita privata e alla protezione dei dati personali, il gestore di tale motore di ricerca quale soggetto che determina le finalità e gli strumenti di questa attività deve assicurare, nell'ambito delle sue responsabilità, delle sue competenze e delle sue possibilità, che detta attività soddisfi le prescrizioni della direttiva 95/46(...)»*.⁵³

Dunque, la Corte distingue tra l'attività di produzione, selezione e controllo dei contenuti tipica di un editore, e quella di organizzazione e aggregazione delle informazioni della rete internet da parte del motore di ricerca.

E' eloquente, al riguardo, il passaggio in cui la Corte spiega che: *«il trattamento da parte dell'editore di una pagina web, consistente nella pubblicazione di informazioni relative a una persona fisica, può, eventualmente, essere effettuato «esclusivamente a scopi giornalistici» e beneficiare così, a norma dell'articolo 9 della direttiva 95/46, di deroghe alle prescrizioni dettate da quest'ultima, mentre non sembra integrare tale ipotesi il trattamento effettuato dal gestore di un motore di ricerca. Non si può dunque escludere che la persona interessata possa, in determinate circostanze, esercitare i diritti contemplati dagli articoli 12, lettera b), e 14, primo comma, lettera a), della direttiva 95/46 contro il suddetto gestore del motore di ricerca, ma non contro l'editore della pagina web»*.⁵⁴

Ne derivano due conseguenze. La prima è che la Corte disconosce la neutralità dei motori di ricerca, ma non al punto da attribuire loro lo statuto "protetto" degli editori/giornalisti. La seconda è che, con questo approccio, la Corte rivede – con criterio discutibile sul piano giuridico - anche la propria giurisprudenza in tema di bilanciamento tra il diritto alla privacy e la libertà d'informazione, a partire dalla

⁵² Punto 28, Causa C-131/12, Corte di Giustizia Europea, Sezione Grande, Sentenza 13 maggio 2014, in www.altalex.it.

⁵³ Punto 38, Causa C-131/12, Corte di Giustizia Europea, Sezione Grande, Sentenza 13 maggio 2014, in www.altalex.it.

⁵⁴ Punto 85, Causa C-131/12, Corte di Giustizia Europea, Sezione Grande, Sentenza 13 maggio 2014, in www.altalex.it.

sentenza *Satamedia*.⁵⁵ In quella sentenza la medesima Corte aveva ricondotto sotto lo scudo dell'eccezione "giornalistica", facendola dunque prevalere sul diritto alla privacy, perfino l'attività di un editore che inviava dati concernenti la posizione fiscale e reddituale di contribuenti finlandesi sul cellulare di utenti che la richiedevano dietro corrispettivo.

Per quanto riguarda la pronuncia pregiudiziale relativa alla corretta interpretazione dell'espressione "titolare del trattamento", nuovamente il *search provider* non viene assimilato ad un *content provider* nella parte in cui la Corte afferma che «è il gestore del motore di ricerca a determinare le finalità e gli strumenti di tale attività e dunque del trattamento di dati personali che egli stesso effettua nell'ambito dell'attività medesima, ed è di conseguenza lui a dover essere considerato come il «titolare» di tale trattamento a norma del citato articolo 2, lettera d)»⁵⁶. L'aspetto saliente risiede nel fatto che il giudice non mette in dubbio la legittimità del trattamento, cioè non si sofferma sulla questione della regolarità della raccolta dei dati intesa come diffusione dell'informazione già presente in rete, il che significa che non viene contestata l'attività di base del motore di ricerca consistente nell'indicizzazione dei contenuti⁵⁷ e non nella loro produzione/edizione. E' qui il cuore della differenziazione tra *search provider* e *content provider*.

Pur volendo considerare il motore di ricerca come un *host provider*, l'articolo 14 della direttiva 200/31/CE afferma che esso non è responsabile a condizione che «non selezioni né modifichi le informazioni trasmesse». Posto, dunque, che non vi è alcuna modifica effettuata dai motori di ricerca sulle informazioni che essi indicizzano potrebbe risultare controversa l'interpretazione del termine "selezionare". Questo dubbio, comunque, può essere facilmente superato se si considera che l'algoritmo dei motori di ricerca compie una indicizzazione dei contenuti, non adopera alcuna selezione delle informazioni trasmesse, ma semplicemente le ordina per criterio di rilevanza e popolarità, compiendo un tipo di attività organizzativa e non selettiva.

Queste note dimostrano il carattere multiforme del *search engine*, che, normalmente, si pone come "*tertium genus*" tra *content provider* e *service provider*, e che comunque non rispecchia una figura editoriale propriamente intesa.

Paradossalmente, dunque, tale sentenza implica valutazioni nettamente favorevoli alla tesi qui sostenuta, della differenza ontologico-funzionale tra motore di ricerca

⁵⁵ Causa C-73/07, *Tietosuojavaltuutettu contro Satakunnan Markkinapörssi Oy, Satamedia Oy*, Corte di Giustizia Europea, Sezione Grande, sentenza del 16 dicembre 2008.

⁵⁶ Punto 33, Causa C-131/12, Corte di Giustizia Europea, Sezione Grande, Sentenza 13 maggio 2014, in www.altalex.it.

⁵⁷ Cfr. Punto 93, Causa C-131/12, Corte di Giustizia Europea, Sezione Grande, Sentenza 13 maggio 2014, in www.altalex.it.

ed editore. Resta, tuttavia, una sentenza comunque criticabile, sul piano scientifico-giuridico e non solo per aspetti privacy qui non trattati: è impossibile non ravvisare uno strabismo interpretativo quando, imponendo comunque la decisione della Corte a Google di oscurare i risultati delle ricerche intorno a una determinata “chiave” in presenza di un “diritto all’oblio” di taluno, vengono limitati sia il pluralismo dell’informazione che le libertà di cui all’articolo 10 della CEDU, e in particolare il diritto di accesso all’informazione stessa, poiché le notizie di interesse pubblico vengono eliminate non a livello editoriale (*La Vanguardia*) ma a livello di raggiungibilità delle stesse (Google Search).

In tal senso, non è possibile rintracciare il corretto bilanciamento di cui si è detto a proposito dei casi sottoposti alla Corte Europea dei Diritti dell’Uomo in merito alla limitazione delle libertà di cui all’art. 10, poiché la Corte di Giustizia bilancia il diritto alla protezione dei dati personali e la libertà di espressione nei confronti del soggetto sbagliato, il motore di ricerca, senza considerare il *content provider*, in capo al quale, da ultimo, va fatta risalire l’immissione dei dati personali e dei contenuti.

In questo caso, cioè, si compie un errore di fondo nel separare l’interesse pubblico alla libertà di informazione dall’azione di ricerca intesa come “libertà di poter ricercare le notizie”. Infatti, se il *content provider* (*La Vanguardia* nel caso in esame) è legittimato a pubblicare, allora è altrettanto lecito l’accesso fornito dal *search engine*: queste posizioni sono sostenute dalla lettura del contenuto stesso dell’articolo 10 della CEDU che configura la libertà di informazione anche come libertà di accesso alle notizie.

Non è chiaro come sia possibile pensare che vengano rispettate le disposizioni della Convenzione se la notizia rimane in rete, ma l’interesse pubblico ad avervi accesso non può essere soddisfatto. Considerando quanto detto sinora, è chiaro che alterare i risultati di ricerca, pur essendo disponibili e reperibili i materiali sul sito di origine, va contro la nozione di pluralismo e quella di libertà di informazione, ponendo la decisione della Corte di Giustizia europea in contrasto con quanto previsto dalla Convenzione Europea dei Diritti dell’Uomo all’articolo 10.

www.istitutoitalianoprivacy.it/it

