

Google Suggest diffamatorio o non diffamatorio?

Google Suggest è diffamatorio o non è diffamatorio? Il Tribunale di Milano qualche giorno fa ha dichiarato Google Suggest non civilmente responsabile per gli accostamenti eseguiti delle parole truffa, truffatore, plagio e setta con il nome del presidente di una fondazione senza fini di lucro. Si riporta di seguito la notizia ripresa da Il Sole 24 Ore: “Google non ha la responsabilità per i suggerimenti dati con le funzioni Autocomplete e Ricerche correlate. Questi strumenti “non costituiscono un archivio, né sono strutturati, organizzati o influenzati da Google che tramite un software automatico si limita ad analizzare la popolarità e a rilasciarli sulla base di un algoritmo”” (Andrea Biondi “Google non responsabile dei risultati da algoritmo”, Il Sole 24 Ore, 29 marzo 2013 pag. 21).

Quindi si registra una controtendenza rispetto a tutto quanto già detto precedentemente in un articolo sempre su questa rubrica, ma prima ci corre l’obbligo di fare una piccola riflessione.

Ma allora Google Suggest è diffamatorio o non è diffamatorio?

Non avendo ancora il testo della pronuncia del Tribunale di Milano non mi è possibile commentare la decisione in oggetto ma in via generale risulta difficile accettare l’idea che un danno all’immagine e alla reputazione di una persona o di un’azienda possa essere accettato supinamente laddove non vi siano i presupposti per legittimarla e dunque risulti in definitiva un danno ingiusto. L’Internet è una realtà in piena evoluzione e sempre di più saremo nelle mani dei gestori delle piattaforme intelligenti on line come Google e come le varie nuvole informatiche (cloud computing) che via via si stanno diffondendo, e proprio per questo è necessario stabilire la consapevolezza di fondo come giustamente notato dalla precedente pronuncia del Tribunale di Milano (Ordinanza 31 marzo 2011) che non possiamo essere in balia di un algoritmo ma che dietro l’algoritmo ci sono le persone.

“... è la scelta a monte e l’utilizzo di tale sistema e dei suoi particolari meccanismi di operatività a determinare – a valle - l’addebitabilità a ZZ dei risultati che il meccanismo così ideato produce; con la sua conseguente responsabilità extracontrattuale (ex art. 2043 c.c.) per i risultati eventualmente lesivi determinati dal meccanismo di funzionamento di questo particolare sistema di ricerca. Si tratta di una scelta che ha chiaramente una valenza commerciale ben precisa, connessa con l’evidenziata agevolazione della ricerca e quindi finalizzata ad incentivare l’utilizzo (così reso più facile e rapido per l’utente) del motore di ricerca gestito da ZZ” (Trib. Milano, Ord. 24.03.2011)

Dunque quando si rilevi un danno ingiusto creato dall’algoritmo per un mero errore occorre che le persone che hanno forgiato lo stesso algoritmo provvedano immediatamente a recare un rimedio. Ad onor del vero dall’articolo de Il Sole 24 Ore si evince che per una parte la richiesta del reclamante sia stata accolta da Google che ha interrotto il collegamento con le parole truffa, truffatore lasciando però quelle di plagio e setta.

ITALIA

Google e privacy. Aperta istruttoria

Il Garante per la privacy italiano ha aperto un'istruttoria nei confronti di Google Inc. "per verificare il rispetto della disciplina sulla protezione dei dati personali e, in particolare, la conformita' dei trattamenti effettuati dalla societa' di Mountain View ai principi di pertinenza, necessita' e non eccedenza dei dati trattati nonche' agli obblighi riguardanti l'informativa agli utenti e l'acquisizione del loro consenso". L'iniziativa e' stata assunta nell'ambito di un'azione congiunta intrapresa dalla task force, appositamente costituita, composta dalle Autorita' per la protezione dei dati di Francia, Italia, Germania, Regno Unito, Paesi Bassi e Spagna.

Tra il marzo e l'ottobre 2012 il Gruppo che riunisce le Autorita' della privacy dei 27 Paesi dell'Ue aveva analizzato la 'privacy policy' di Google per stabilire se fosse in linea con i requisiti fissati nella direttiva europea(95/46/CE) sulla protezione dei dati. Le nuove regole adottate da Google consentono, tra l'altro, alla societa' californiana di incrociare in via generalizzata i dati degli utenti che utilizzano i servizi offerti (da Gmail a YouTube a Google Maps solo per citarne alcuni). "Alla luce dei risultati di questa analisi - spiega l'Autorita' - i Garanti europei hanno chiesto a Google Inc. di adottare, entro 4 mesi, una serie di modifiche ritenute necessarie per assicurare la conformita' dei trattamenti alle disposizioni vigenti. Decorso tale periodo, alcuni rappresentanti di Google Inc. hanno chiesto un incontro con la task force che si e' tenuto il 19 marzo scorso, a seguito del quale tuttavia la societa', nonostante avesse manifestato la propria disponibilita', non ha ancora adottato alcuna concreta iniziativa nel senso auspicato". Ciascuna delle sei Autorita' condurra', pertanto, ulteriori accertamenti con il formale avvio di "procedimenti distinti anche se simultanei ed in stretto coordinamento tra loro".