



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

Direzione Contenuti Audiovisivi

Servizio Economico-Statistico

Impegni assunti dalle società esercenti le piattaforme on line per garantire la parità di accesso dei soggetti politici alle piattaforme digitali durante la campagna elettorale per le elezioni dei membri del Parlamento europeo spettanti all'Italia – 2019

Gli impegni assunti dalle società esercenti le piattaforme on line per garantire la parità di accesso dei soggetti politici alle piattaforme digitali durante la campagna elettorale per le elezioni dei membri del Parlamento europeo spettanti all'Italia – 2019 costituiscono il secondo intervento di autoregolamentazione per le campagne elettorali promosso dall'Autorità nell'ambito del "Tavolo Tecnico per la garanzia del pluralismo e della correttezza dell'informazione sulle piattaforme digitali" istituito con la delibera n. 423/17/CONS (di seguito, Tavolo tecnico Pluralismo e Piattaforme digitali). Lo scorso anno, infatti, erano state già adottate le linee guida per la campagna elettorale che ha preceduto le elezioni dei rappresentanti al Parlamento italiano il 4 marzo 2018.

In particolare, nell'ambito delle attività svolte dal Tavolo tecnico Pluralismo e piattaforme digitali e tenuto conto dei compiti istituzionali che la legge n.28/2000 affida all'Autorità in materia di par condicio elettorale, erano stati identificati i principi generali che disciplinano la materia e che le piattaforme digitali si sono impegnate volontariamente a rendere effettivi.

In considerazione di questa prima, positiva esperienza e tenuto conto della crescente e avvertita esigenza di rendere effettiva la tutela del pluralismo anche sulle piattaforme digitali, il cui utilizzo a fini informativi risulta ormai consolidato, il Regolamento recante "Disposizioni di attuazione della disciplina in materia di comunicazione politica e di parità di accesso ai mezzi di informazione relative alla campagna per l'elezione dei membri del Parlamento europeo spettanti all'Italia fissata per il giorno 26 maggio 2019", adottato con la delibera n. 94/19/CONS ha introdotto per la prima volta il Titolo VI rubricato "Piattaforme per la condivisione di video e social network". Tale titolo, muovendo dalla suddetta esigenza, mira a promuovere l'adozione condivisa di misure di contrasto ai fenomeni di disinformazione online nell'ambito del Tavolo tecnico Pluralismo e piattaforme digitali, nonché l'impegno delle piattaforme digitali ad adottare



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

Direzione Contenuti Audiovisivi

Servizio Economico-Statistico

strumenti volontari per garantire il pluralismo dell'informazione per la campagna elettorale del 2019.

Il presente testo reca alcune previsioni, già adottate nel 2018, che sono state oggetto di revisione, integrazione e rielaborazione di concerto con le società che aderiscono al Tavolo tecnico Pluralismo e piattaforme digitali (Facebook e Google), tenuto conto delle attività che le piattaforme si sono rese disponibili a svolgere.

Per le integrazioni e la rielaborazione delle previsioni del 2018, AGCOM e le piattaforme digitali hanno tenuto conto delle misure che Facebook, Google e Twitter si sono impegnati a porre in essere in tutta l'Europa aderendo al *Code of Practice* sulla disinformazione online (di seguito, il Codice di condotta europeo) sottoscritto il 26 settembre 2018. Poiché l'ERGA (la piattaforma europea dei regolatori dell'audiovisivo) è stata chiamata a verificare la puntuale attuazione di queste misure attraverso una Task Force costituita *ad hoc* ed affidata al coordinamento di AGCOM, si è ritenuto opportuno rendere uniformi le attività di monitoraggio svolte in ambito nazionale con quelle svolte dall'ERGA ed evitare di chiedere alle medesime piattaforme l'adozione di ulteriori misure e di strumenti che non sono state incluse nel *Code of Practice* e che Google e Facebook hanno dichiarato di non poter fornire senza una adeguata programmazione.

Nell'ottica di un continuo ampliamento della quantità e della qualità delle misure volte a contrastare la disinformazione *online*, comunque, AGCOM intende proseguire nel dialogo con le piattaforme digitali al fine di identificare nuove procedure e nuovi strumenti che potranno essere adottati tanto in ambito nazionale quanto in ambito continentale.

1. Parità di accesso

Sulla scorta di quanto previsto per i mezzi di informazione offline dalla legge n. 28/2000, si richiede che le piattaforme digitali garantiscano a tutti i soggetti politici, con imparzialità ed equità e alle medesime condizioni, l'accesso agli strumenti di informazione e comunicazione politica, con modalità trasparenti e non discriminatorie, come dalle stesse sottoscritto nel Codice di condotta europeo.



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

Direzione Contenuti Audiovisivi

Servizio Economico-Statistico

La legge n. 28/2000 detta disposizioni specifiche per l'accesso al mezzo radiotelevisivo al fine di garantire la parità di accesso a tutti i soggetti politici. Tale sistema di disposizioni non può essere mutuato per le piattaforme digitali, le quali dovrebbero ove possibile uniformarsi ai principi che animano il dettato normativo.

In questa ottica, per individuare i soggetti politici, si fa riferimento all'articolo 2 della delibera n. 94/19/CONS che definisce i "soggetti politici" avuto riguardo, nella I fase della campagna, alle forze che vantano una rappresentanza parlamentare nelle assemblee da rinnovare (o al Parlamento europeo) e, nella II fase, alle liste (e coalizioni di liste) che si presentano in tante circoscrizioni da interessare almeno un quarto degli elettori su base nazionale.

È necessario che i principali soggetti politici siano debitamente informati degli strumenti che le piattaforme digitali possono mettere a loro disposizione per coadiuvare la comunicazione politica online e che sia dunque rimessa alla valutazione delle singole forze politiche la scelta se aderire o meno a tali strumenti.

In ossequio al principio di proporzionalità, le piattaforme digitali dispongono in ogni caso di ampi margini di discrezionalità nella scelta degli strumenti tecnologici, giuridici e di mercato, più adeguati alla garanzia delle pari opportunità di accesso e comunicazione politica riferita alle consultazioni elettorali.

2. Trasparenza dei messaggi pubblicitari elettorali

Con riferimento ai messaggi pubblicitari di natura elettorale i cui inserzionisti siano soggetti politici si evidenzia la necessità di informare gli utenti delle piattaforme digitali circa la natura di "messaggio elettorale" e l'identità del soggetto politico committente. Tali informazioni dovranno essere inserite direttamente sul messaggio pubblicitario.

Inoltre, l'Autorità chiede che, nei limiti di quanto tecnicamente possibile, siano chiaramente individuabili dall'utente in virtù di opportuni strumenti e accorgimenti messi a punto dalle piattaforme digitali: i criteri di profilazione utilizzati dalla piattaforma e altri fattori che determinano la visualizzazione delle inserzioni stesse; tipi di dati personali e non personali che influiscono sulle inserzioni ricevute o visualizzate. Tali informazioni possono essere rese accessibili mediante collegamenti ipertestuali sulla piattaforma.

Gli utenti delle piattaforme digitali dovrebbero anche, per quanto possibile, essere in grado di vedere in che modo fattori demografici che li caratterizzano, i loro interessi, le loro visite ai siti



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

Direzione Contenuti Audiovisivi

Servizio Economico-Statistico

web e le liste di contatti caricate dagli inserzionisti contribuiscono alle pubblicità elettorali che vengono loro mostrate su tali piattaforme.

Le piattaforme digitali si impegnano, per quanto possibile, a definire assieme all’Autorità un approccio ragionevole alla condivisione di dati riguardo all’utilizzo degli strumenti volontari adottati.

3. Segnalazione e rimozione di contenuti

Le piattaforme si impegnano a prendere in esame in via prioritaria e tempestiva le segnalazioni inviate dall’Autorità, secondo apposita procedura preventivamente definita, ai fini della rimozione di specifici contenuti che violano la par condicio elettorale. Le piattaforme digitali inoltre metteranno a disposizione degli utenti, e dei soggetti politici, meccanismi per segnalare contenuti che violano i termini di utilizzo delle piattaforme digitali o che sono altrimenti illegali.

4. Servizi e strumenti di fact-checking in periodo elettorale

L’Autorità raccomanda alle piattaforme digitali di sviluppare servizi e strumenti di fact-checking idonei ad assicurare una tempestiva ed efficace tutela degli utenti rispetto alle strategie di disinformazione online che potranno essere condotte durante la campagna per le elezioni europee del 26 maggio 2019.

In particolare, l’Autorità ritiene a questo fine necessaria l’adozione di criteri trasparenti e rigorosi nella scelta delle organizzazioni partner per tutti i servizi e strumenti di fact-checking. L’Autorità raccomanda inoltre alle piattaforme digitali di sviluppare collaborazioni con soggetti impegnati nella promozione di attività di fact-checking collaborativo/partecipativo tra più organizzazioni editoriali a livello nazionale o europeo per ridurre la divulgazione di contenuti che siano identificati come falsi da tali organizzazioni. L’Autorità raccomanda alle piattaforme di fornire rapporti periodici sull’implementazione di tali strumenti e servizi e sulle relative modalità di funzionamento.

5. Integrità dei servizi



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

Direzione Contenuti Audiovisivi

Servizio Economico-Statistico

Le piattaforme si impegnano a porre in essere e comunicare all’Autorità gli strumenti volti alla verifica preventiva degli account degli inserzionisti di messaggi elettorali al fine di contrastare il fenomeno degli account falsi, nonché i loro sforzi contro gli abusi della loro piattaforma tramite bot e notizie false.

Le piattaforme digitali si impegnano a fornire tutti gli elementi e informazioni utili a verificare le iniziative poste in essere a questi fini.

6. Comunicazione istituzionale

Il divieto di comunicazione istituzionale in periodo elettorale, salvi i casi di comunicazione impersonale e indispensabile e indifferibile, sancito dall’articolo 9 della citata legge n. 28/2000, riguarda anche l’utilizzo di account istituzionali di social media per la diffusione di messaggi e comunicazione istituzionale. Come indicato dalla circolare della Presidenza del Consiglio dei Ministri del 27 marzo 2019, le amministrazioni pubbliche dovrebbero utilizzare i propri canali di comunicazione, compresi quelli online, in modo rispettoso dei principi espressi dalla legge in occasione di consultazioni elettorali.

Pertanto le piattaforme digitali sono invitate a segnalare all’Autorità la rilevazione di eventuali infrazioni di tale divieto. L’Autorità si riserva altresì di comunicare alle piattaforme digitali i provvedimenti sanzionatori adottati in caso accertata violazione del divieto.

Nelle pagine degli account istituzionali è vietato, inoltre, l’inserimento di messaggi di pubblicità elettorale.

7. Divieto di diffusione di sondaggi nei 15 giorni che precedono il voto

Nei 15 giorni che precedono il voto, fino alla data delle votazioni compresa, in ossequio a quanto previsto dall’art. 8 della legge n. 28/00, è vietato diffondere sondaggi politico elettorali.

Le piattaforme digitali si impegnano inoltre a identificare procedure che consentano all’Autorità di segnalare contenuti che diffondono i risultati dei sondaggi nei 15 giorni antecedenti il voto, ai fini della loro rimozione



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

Direzione Contenuti Audiovisivi

Servizio Economico-Statistico

8. Silenzio elettorale

“Nel giorno precedente ed in quelli stabiliti per le elezioni è fatto divieto anche alle emittenti radiotelevisive private di diffondere propaganda elettorale”. La normativa vigente vieta di fatto ogni forma di propaganda elettorale (in tv e attraverso comizi pubblici) nel giorno del voto e in quello precedente.

Sebbene l’Autorità non sia competente a conoscere delle fattispecie di violazione del cd. Silenzio elettorale, ritiene particolarmente importante richiamare l’attenzione su queste disposizioni che si fondano su principi strumentali a garantire una effettiva tutela dell’elettore e, come tali, validi per ogni mezzo di diffusione.