

COMUNICATO STAMPA

AGCOM: PLURALISMO E BIG DATA, NICITA, “L’AUTOREGOLAZIONE NON BASTA, SERVE INSPECTION E AUDIT DEI DATI”

“I nostri dati e la nostra profilazione generano un ‘valore politico’ nel mercato del consenso elettorale. Riceviamo stimoli, propaganda e messaggi profilati volti a influenzare la formazione delle nostre opinioni o a rafforzare e polarizzare la visione del mondo che la nostra profilazione rivela. Anche in questo caso, senza esserne pienamente consapevoli”. Lo ha detto il Commissario dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, Prof. Antonio Nicita intervenendo al Salone internazionale del Libro di Torino all’incontro organizzato del CORECOM Piemonte “Big data e società digitale”, nel corso del quale ha presentato il suo libro “Big Data” scritto per la casa editrice Il Mulino con Marco Delmastro.

“Oggi si potrebbe dire ‘noi valiamo perché i nostri dati valgono’, ha proseguito Nicita, in quanto “da un lato i dati permettono di profilare la nostra domanda individuale di consumo, rendendo efficaci forme di pubblicità personalizzata e aumentando la probabilità di vendita, dall’altro i dati consentono agli algoritmi di migliorare se stessi man mano che vengono analizzati nuovi dati, indicando in tempi assai rapidi le evoluzioni delle preferenze, i bisogni del mercato”. Il Commissario Agcom si è inoltre chiesto nel corso del dibattito “che ne è allora del pluralismo nella intermediazione informativa basata sulla selezione degli algoritmi? Come possiamo conciliare, in un percorso equilibrato, il valore commerciale dell’informazione e il rispetto di diritti individuali e collettivi fondamentali quali la privacy digitale, la tutela della cybersecurity, la tutela della concorrenza e le garanzie del pluralismo informativo?”.

Secondo Nicita non abbiamo ancora tutte le risposte, ma nel frattempo, ha aggiunto “occorre che vengano conferiti a soggetti terzi e indipendenti, quali le autorità preposte alla tutela della concorrenza e del pluralismo, almeno i poteri di *audit* e di *inspection* sull’uso economico del dato”.

“Ma occorre far presto” ha concluso il Commissario Agcom in quanto “le strategie di espansione e monopolizzazione dei mercati da parte delle piattaforme digitali da un lato, nonché le iniziative di disinformazione (e di malinformazione) sul web sono velocissime ed efficaci, potenzialmente capaci, come ha ricordato Berners-Lee, di produrre effetti profondi e dirompenti sul libero mercato, sul libero confronto democratico e, in ultima analisi, sul funzionamento del capitalismo digitale e delle nostre democrazie”.

Roma, 9 maggio 2019