

COMUNICATO STAMPA

Agcom: Martusciello, l'economia di cattura mette a rischio le libere scelte dei consumatori

“Dobbiamo pienamente comprendere il sistema sotteso alla cd. economia di cattura, attraverso cui le piattaforme online captano informazioni su gusti, preferenze e abitudini di consumo per orientare le scelte dei consumatori” – ha dichiarato, oggi a Milano, il Commissario dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, Antonio Martusciello, all’Incontro Annuale dell’Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria, su disinformazione online, big data e il consumatore digitale.

“Sappiamo che la fase di raccolta dei dati avviene per lo più attraverso algoritmi che implementano complessi modelli matematici” ma – ha evidenziato il Commissario – “quella della macchina non è un’intelligenza libera, che si nutre di principi e ideali: essa è progettata e gestita da esseri umani che possono volerla plasmare sulla base di interessi specifici”.

Che fare dunque? Per Martusciello è necessario un approccio olistico che tenga in considerazione in maniera coordinata e complessiva l’insieme dei diritti in gioco: privacy, concorrenza e pluralismo informativo.

Sollecitato poi a intervenire sul tema della pubblicità online e dell’endorsement realizzato sui social, il Commissario ha richiamato l’esperienza giurisprudenziale tedesca, precisando che è necessario compiere un passo ulteriore. “È auspicabile una tutela più rispondente alle peculiarità del mezzo Internet” ha dichiarato. “Non basta infatti adottare specifiche diciture o hashtag” – ha proseguito – “ma occorre valutare il posizionamento di questi e soprattutto evitare indicazioni scorrette e fuorvianti accanto ai prodotti”. Questioni come la *media transparency* e la *brand safety* sono

divenuti temi centrali per assicurare affidabilità non solo per gli utenti, ma anche per i potenziali investitori – ha chiosato Martusciello.

Roma, 16 maggio 2018