

COMUNICATO STAMPA

AGCOM: NICITA, NECESSARIA UNA STRATEGIA ITALIANA PER L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

“Una strategia complessiva italiana per la *governance* dell'intelligenza artificiale è necessaria per uno sviluppo concorrenziale del settore digitale, un uso trasparente e consapevole dei dati personali e un pluralismo 2.0 contro la manipolazione e la disinformazione on-line”. Lo ha affermato Antonio Nicita, Commissario dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, intervenuto oggi a Bruxelles all'*IIC Telecommunications and Media Forum* sull'impatto dell'Intelligenza artificiale.

“Alla vigilia dell'annuncio della strategia europea sull'intelligenza artificiale” ha aggiunto Nicita “è fondamentale che i singoli Stati membri individuino priorità nazionali per il governo dell'intelligenza artificiale, a partire da settori strategici quali la salute, l'informazione, i trasporti e le politiche pubbliche in genere”. Nicita ha sottolineato come occorra comprendere l'impatto socio-economico della raccolta, della selezione e dell'uso di big data, strutturati e non, nonché l'impatto su concorrenza e pluralismo delle diverse metriche con le quali lavorano gli algoritmi delle grandi piattaforme digitali.

L'Autorità, ha ricordato il Commissario, ha avviato diverse iniziative che possono essere ricomprese in una più generale strategia di *governance* dell'intelligenza artificiale, quali il tavolo tecnico sulle attività *Machine to Machine* e sull'*Internet of Things*, le indagini sul *metering* energetico, avviate congiuntamente con ARERA, l'indagine sui casi *business* e sui servizi legati al 5G, l'indagine conoscitiva congiunta sui *Big Data*.

“Agcom sta affrontando il tema dell'impatto della relazione tra *Big Data*, algoritmi e dominanza delle piattaforme digitali”, ha spiegato Nicita, evidenziando la necessità che i temi economici, concorrenziali e di pluralismo,

oltre che quelli etici o legati alla *privacy*, generati dalle diverse metriche che caratterizzano i modelli di intelligenza artificiale e la profilazione dei dati non strutturati, “siano al centro del dibattito dell’evoluzione dei modelli e delle competenze della regolazione nel mondo digitale”. Il Commissario ha rilevato inoltre la necessità di studiare “l’impatto degli algoritmi e delle metriche di *machine learning* sulle modalità in cui le informazioni sono originate, comunicate e selezionate on-line sui motori di ricerca e sui *social network*”.

“L’Autorità sta registrando importanti forme di collaborazione con operatori quali Google e Facebook nella discussione delle sfide di regolazione e di autoregolazione generate dall’intelligenza artificiale, ma restano le assenze importanti dei giganti dei *Big Data* al tavolo tecnico Agcom, quali Twitter. In questo l’autoregolazione mostra i suoi limiti”, conclude Nicita.

Roma, 24 aprile 2018