AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI
AGCOM

COMUNICATO STAMPA

AGCOM: ELEZIONI EUROPEE, PER CONTRASTARE FAKE NEWS, OTT SVOLGANO RUOLO PIÙ PROATTIVO E FORNISCANO ALL'AUTORITÀ LE INFORMAZIONI TECNICHE NECESSARIE

Cardani scrive a CEO di Facebook, Google e Twitter; Oggi la riunione plenaria del tavolo tecnico sulla disinformazione online

L'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni "è preoccupata per l'impatto che la disinformazione online e la diffusione di incitamento all'odio potrebbero avere nella prossima campagna elettorale" europea e per questo chiede a *Facebook, Google* e *Twitter "*di assumere un ruolo più proattivo" al fine di sviluppare ulteriori strumenti di autoregolamentazione per contrastare questi fenomeni. È quanto si legge in una lettera che il Presidente dell'Agcom, Angelo Marcello Cardani, ha inviato agli amministratori delegati delle tre piattaforme *online,* Mark Zuckerberg, Larry Page e Jack Dorsey chiedendo tra l'altro di rendere disponibili anche all'Autorità gli accessi alle API (*Application Programming Interface*) al fine di consentire un'attività di monitoraggio.

Nelle lettere Cardani ricorda l'avvio, nel novembre del 2017, del "Tavolo tecnico per la garanzia del pluralismo e della correttezza dell'informazione sulle piattaforme digitali", una iniziativa di autoregolamentazione che segue specifici pronunciamenti della Commissione Ue finalizzati al contrasto della disinformazione online in Europa e che proprio oggi vedrà lo svolgimento di una riunione plenaria per l'adozione del rapporto su "Le strategie di disinformazione online e la filiera dei contenuti *fake*".

L'analisi rileva che le distorsioni dell'informazione online si presentano come un vasto fenomeno multiforme, per caratteristiche, soggetti coinvolti, motivazioni sottostanti, tecniche di comunicazione impiegate per comporre i contenuti *fake*, strumenti e tecnologie utilizzate, risorse investite. Dall'incrocio di tali dimensioni, emerge una possibile classificazione, utile sia per l'analisi del fenomeno, sia per la predisposizione di specifiche soluzioni in via regolamentare. Tale classificazione distingue, in particolare, le strategie commerciali da un lato, e quelle di natura politico-ideologica dall'altro: l'analisi di ciascuna di esse, inoltre, mette in risalto una serie di criticità per il pluralismo e la correttezza dell'informazione prodotte dai fenomeni di disinformazione *online* inclusi quelli particolarmente polarizzanti ed estremizzanti che precipitano in *hate speech.*

Sul piano operativo, anche in vista delle prossime elezioni europee, l'Autorità si farà promotrice di linee guida e codici di condotta condivisi con i membri del Tavolo. In

particolare, l'Autorità adotterà forme di monitoraggio dei fenomeni di disinformazione e di *hate speech* attraverso la fattiva collaborazione delle piattaforme online*;* verranno individuate forme di trasparenza del sistema della pubblicità *online;* sarà favorita la creazione, anche in Italia, di una piattaforma autonoma di *fact-checking;* ; saranno varate iniziative per promuovere la cultura mediatica e digitale e fornire ai cittadini strumenti per un uso consapevole e critico dei media (social e non); verranno introdotti nuovi strumenti di *trasparenza ed empowerment* del consumatore attraverso la realizzazione di campagne informative sulla disinformazione.

Roma, 25 ottobre 2018

UFFICIO COMUNICAZIONE

stampa@agcom.it www.agcom.it Tel. 06 - 69644919