

## COMUNICATO STAMPA

### **AGCOM: MARTUSCIELLO, NECESSARIO SCONGIURARE IL FAR WEB DISINFORMATIVO**

“In qualsiasi processo decisionale, l’informazione è il presupposto indispensabile per ogni decisione che aspiri ad essere razionale e fattore efficace di prevenzione e cura di storture; tuttavia quando questa è inattendibile, falsa e distorta, diventa essa stessa fonte di alterazione, e allora il rischio di fallimenti cognitivi è alto”. È quanto ha affermato il Commissario dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, Antonio Martusciello, intervenuto oggi al seminario organizzato da Consumers’ Forum sulla corretta informazione al consumatore nell’ambito della seconda edizione del Festival dello Sviluppo Sostenibile.

Per il Commissario, un’informazione non trasparente, ovvero oscura o criptica, diventa un abile strumento per deformare il processo di scelta dell’individuo. “Di questo processo, talvolta sono vittime anche le aziende che, chiamate a difendersi dal peso della pubblicità negativa e dal danno alla reputazione derivante dalla cattiva informazione – ha aggiunto - si trovano oggi dinanzi ad un ostacolo in più: la pervasività e le modalità comunicative della Rete”.

“Sebbene, il ‘deceptive marketing’, se scoperto, in un’ottica di lungo periodo, possa produrre un effetto boomerang per chi lo utilizza, sempre più spesso le imprese appaiono in difficoltà”, ha continuato il Commissario, sottolineando la necessità di un rilevamento efficace e tempestivo: “è essenziale coinvolgere anche i dipendenti. Non certo delegare il monitoraggio a questi ultimi, ma per far gioco di squadra e sensibilizzarli prima che notizie inattendibili possano diffondersi a macchia d’olio”. Tempestività e anche maggior affidabilità quindi. “Se infatti, una dichiarazione su stampa, tv, web, o anche social di un’azienda, rappresenta la voce ufficiale della stessa, la

testimonianza di un dipendente si rivela sicuramente più autentica e quindi più efficace”, ha precisato Martusciello.

Ecco che allora il punto centrale è la collaborazione tra tutti gli stakeholders coinvolti: dalle piattaforme online, all’industria pubblicitaria, dal settore dei media alla società civile. “Non possiamo negare che il bilanciamento richiesto tra libertà di espressione e diritto ad essere informati - anche a livello commerciale - sia difficile, ma certo tutto ciò non può sfuggire alle maglie di una qualsivoglia regolamentazione. L’alternativa infatti sarebbe un pericoloso *far web*”, ha concluso Martusciello.”

Roma, 31 maggio 2018