

CODICE DI BUONE PRATICHE CONTRO LA DISINFORMAZIONE: LA COMMISSIONE UE BOCCIA LE PIATTAFORME ONLINE

BRUXELLES\ aise\ - “Progressi insufficienti”. Lapidario il giudizio della Commissione europea alle relazioni presentate da Facebook, Google e Twitter sui progressi compiuti nel gennaio 2019 riguardo ai loro impegni in materia di lotta contro la disinformazione. Le tre piattaforme online sono firmatarie del codice di buone pratiche contro la disinformazione e sono state invitate a riferire mensilmente sulle loro azioni in vista delle elezioni del Parlamento europeo del maggio 2019. Più specificamente, la Commissione ha chiesto di trasmetterle informazioni dettagliate per monitorare i progressi compiuti in merito al vaglio delle inserzioni pubblicitarie, alla trasparenza dei messaggi pubblicitari di natura politica, alla chiusura dei profili falsi e per quanto riguarda i sistemi di marcatura dei bot. “I progressi compiuti in relazione agli impegni assunti dalle piattaforme online per combattere la disinformazione non sono sufficienti. Le piattaforme non hanno fornito dettagli sufficienti a dimostrare che in tutti gli Stati membri dell'UE si stanno attuando nuove politiche e nuovi strumenti in modo tempestivo e con risorse sufficienti”, hanno dichiarato in una nota congiunta i commissari Ue Andrus Ansip (Mercato unico digitale), Vera Jourová (Giustizia, i consumatori e la parità di genere), Julian King (sicurezza) e Mariya Gabriel (Economia e società digitali). “Le piattaforme online che hanno firmato il codice di buone pratiche stanno attuando in Europa strategie volte a sostenere l'integrità delle elezioni attraverso un vaglio più efficace delle inserzioni pubblicitarie, strumenti di trasparenza per i messaggi pubblicitari di natura politica e misure per identificare e bloccare i comportamenti non autentici sui loro siti”, hanno ricordato. Ma “le relazioni forniscono poche informazioni sui risultati effettivi delle misure già adottate. Infine, le piattaforme non sono riuscite a individuare parametri di riferimento specifici che consentono di tracciare e misurare i progressi compiuti nell'UE. La qualità delle informazioni fornite varia da un firmatario all'altro in funzione dei settori d'impegno oggetto di ciascuna relazione, il che dimostra chiaramente che esistono margini di miglioramento per tutti i firmatari”. “Le campagne elettorali in vista delle elezioni europee inizieranno concretamente già nel mese di marzo”, hanno concluso i commissari Ue, che hanno infine incoraggiato le piattaforme ad “intensificare i loro sforzi, poiché siamo profondamente preoccupati per la situazione attuale ed esortiamo Facebook, Google e Twitter a fare di più in tutti gli Stati membri per contribuire a garantire l'integrità delle elezioni del Parlamento europeo nel maggio 2019” e “a rafforzare la loro cooperazione con verificatori di fatti e ricercatori universitari per individuare le campagne di disinformazione e conferire maggiore visibilità e diffusione ai contenuti verificati”. **PRINCIPALI RISULTATI DELLE RELAZIONI DEI FIRMATARI** Facebook non ha riferito in merito ai risultati delle attività intraprese a gennaio per quanto riguarda il vaglio delle inserzioni pubblicitarie. In precedenza aveva annunciato che l'archivio UE per gli annunci politici e le inserzioni su determinati temi sarà disponibile nel marzo 2019. La relazione presentata da Facebook fornisce un aggiornamento sui casi di interferenze da parte di paesi terzi in Stati membri dell'UE, ma non riferisce in merito al numero di profili falsi eliminati per violazione dei suoi termini e normative. Google ha fornito dati sulle azioni intraprese nel mese di gennaio per migliorare il vaglio delle inserzioni pubblicitarie nell'UE, suddivisi per Stato membro. Tuttavia, i parametri forniti non sono abbastanza specifici e non chiariscono la misura in cui le azioni sono state intraprese per contrastare la disinformazione o per altri motivi (ad esempio la pubblicità ingannevole). Il 29 gennaio Google ha pubblicato nuove normative per gli annunci elettorali e inizierà a pubblicare una relazione sulla trasparenza dei messaggi pubblicitari di natura politica non appena gli inserzionisti inizieranno a pubblicarli. Google non ha fornito prove dell'attuazione concreta delle sue strategie sull'integrità dei servizi per il mese di gennaio. Twitter non ha fornito parametri sugli impegni assunti per migliorare il vaglio delle inserzioni pubblicitarie. Per quanto riguarda la trasparenza dei messaggi pubblicitari di natura politica, contrariamente a quanto annunciato nella relazione di attuazione di gennaio, Twitter ha rinviato la decisione fino alla relazione di febbraio. Per quanto riguarda l'integrità dei servizi, Twitter ha aggiunto all'archivio delle potenziali operazioni estere cinque nuove serie di profili, comprendenti numerosi profili in paesi terzi, disponibili al pubblico e consultabili, ma non ha riferito in merito ai parametri per misurare i progressi compiuti. **PROSSIME TAPPE** Le relazioni odierne riguardano le misure adottate dalle società online nel gennaio 2019. La prossima relazione mensile sulle attività svolte a febbraio sarà pubblicata nel marzo 2019. La Commissione potrà così verificare che prima delle elezioni europee del maggio 2019 siano in atto strategie efficaci per garantire l'integrità dei processi elettorali. Entro la fine del 2019 la Commissione effettuerà una valutazione globale del periodo iniziale di 12 mesi del codice. Qualora i risultati si rivelassero insoddisfacenti, la Commissione potrebbe proporre ulteriori azioni, anche di natura regolamentare. (aise)