

LA RELAZIONE

L'Agcom lancia l'allarme: «Regolamentare i colossi del web»

POLITICA

20_07_2023



**Ruben
Razzante**



Contrastare le posizioni dominanti dei colossi del web, assicurare un maggiore pluralismo attuando le norme che già ci sono e quelle che sono in arrivo dall'Europa, in particolare il *Digital services act* (Dsa), riformare la par condicio perché la propaganda

elettorale si sviluppa sempre più sui social, che non devono sottostare ad alcuna regola.

Sono questi alcuni dei punti salienti della Relazione annuale che ieri il Presidente dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (Agcom), Giacomo Lasorella ha pronunciato alla Camera davanti a rappresentanti delle istituzioni, operatori del settore e addetti ai lavori.

Le sfide della digitalizzazione sono tante, il mondo dei media tradizionali è in profonda crisi e il futuro è destinato a svilupparsi soprattutto nell'ambiente digitale, che però necessita di regole chiare e precise e di autorità che le facciano rispettare, per assicurare un'equilibrata trasformazione tecnologica al servizio delle persone, delle imprese e delle istituzioni. L'innovazione tecnologica galoppa, il diritto fa fatica a tenere il suo passo e occorre quindi mixare gli strumenti legislativi con quelli etici e deontologici e con gli interventi culturali ed educativi.

Quello delle tlc è un settore in cui le risorse si sono ridotte per la forte pressione concorrenziale: il mercato vale 27 miliardi euro, -13,7% in cinque anni. La riduzione delle risorse ha effetti negativi sugli investimenti e sugli addetti diretti del settore, diminuiti «di mille unità per circa 56mila addetti a fine 2022».

L'Autorità, peraltro, alla luce dei contenuti del nuovo Codice delle comunicazioni elettroniche, ha il compito di promuovere gli investimenti in connettività sulla banda ultra-larga, attività decisiva per accompagnare l'Italia nella trasformazione digitale. Tutto questo richiede una logica inclusiva, una stretta sinergia tra tutti i soggetti istituzionali nazionali ed europei per la definizione di un percorso virtuoso e costruttivo. Ancora oggi i ritardi infrastrutturali sono palpabili, esistono aree del Paese nelle quali le connessioni sono problematiche e questo ritarda notevolmente gli sviluppi connessi all'estensione della cosiddetta cittadinanza digitale.

Sui servizi digitali, Lasorella ha osservato che «sono tre le costanti che ne caratterizzano le diverse forme. La prima è l'elevatissima concentrazione in capo a pochi player globali dei relativi mercati. La seconda è l'acquisizione e il controllo di enormi quantità di dati individuali (di utenti, consumatori, lettori), gestiti normalmente attraverso l'intelligenza artificiale. La terza è il crescente predominio sul mercato pubblicitario delle piattaforme che li gestiscono. Questi fattori stanno stravolgendo l'assetto dei mercati, influenzando anche il pluralismo informativo».

I motori di ricerca, i social network e le piattaforme di condivisione di video gestiti dai grandi player globali «costituiscono veri e propri *gatekeeper* di accesso

all'informazione in rete, non solo per i cittadini, ma anche per gli editori online, che sempre di più dipendono da essi per raggiungere gli utenti. Tale situazione richiede un costante e sistematico monitoraggio, nonché l'adozione di iniziative, anche di tipo regolamentare, finalizzate ad accrescere la trasparenza del sistema dell'informazione online e ad assicurare una più efficace tutela dei minori», come ha chiarito il Presidente Agcom.

Il dominio soverchiante delle piattaforme pone anche problemi legati al pluralismo informativo e in questo senso la necessaria attuazione della direttiva copyright e del regolamento sull'equo compenso che proprio Agcom ha emanato un anno fa per favorire la negoziazione tra editori e giganti della Rete, rappresenta uno spartiacque decisivo per la valorizzazione dell'informazione di qualità.

Infine, il nodo par condicio. L'attuale legge sulla regolamentazione degli spazi di propaganda elettorale in tv, ha compiuto 23 anni e appare vetusta rispetto alle evolute diete mediatiche degli italiani, sempre più concentrate sulla fruizione dei nuovi media, quindi web e social. Il Presidente Agcom Lasorella ha fatto sapere che è stata avviata una consultazione pubblica per sottoporre alle medesime regole della par condicio anche le sezioni televisive delle testate online. «Agcom - ha detto - si propone inoltre di inviare una segnalazione al Governo e al Parlamento per evidenziare come le trasformazioni dei modelli di creazione e di fruizione dell'offerta televisiva, nonché l'espansione dei social network, abbiano modificato profondamente la realtà fotografata e normata dalla legge del 2000 e come sia quindi necessario un aggiornamento delle regole vigenti per garantire un effettivo pluralismo informativo».

Indispensabile, quindi, definire nuove regole per rendere la Rete sempre più democratica e rispettosa del pluralismo, ma per fare questo è necessario l'impegno di tutti, non solo dell'Agcom.