

IL GARANTE

Al voto con una par condicio vecchia e da rivedere

POLITICA

30_07_2022



**Ruben
Razzante**



Lo sapevano tutti, ma nessun partito ha battuto i pugni sul tavolo nei quattro anni e mezzo di legislatura ormai agli sgoccioli per provare a riformare la legge sulla par condicio, una normativa fatta nel 2000 dal centrosinistra per limitare la sovraesposizione mediatica di Silvio Berlusconi e oggi assolutamente inadeguata a regolamentare la comunicazione politica.

Il tema torna prepotentemente d'attualità alla vigilia delle elezioni politiche anticipate convocate per il 25 settembre e che vedranno i *competitor* di destra, sinistra e centro confrontarsi e scontrarsi indisturbati sui social, in quelle che sono diventate vere e proprie piazze virtuali, senza che alcun limite possa essere opposto a esternazioni propagandistiche anche il giorno stesso del voto.

Ieri alla Camera il Presidente dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (Agcom), Giacomo Lasorella, nell'espore i contenuti della sua Relazione annuale, non ha potuto che prendere atto amaramente della inadeguatezza dell'impianto normativo che riguarda le regole della propaganda elettorale.

La norma sulla parità di accesso ai mezzi d'informazione disciplina, infatti, la comunicazione politica con i mezzi radiotelevisivi, che all'epoca erano decisivi per la vittoria elettorale, mentre oggi sono decisivi il web e i social. Quelle regole, basate sulla ripartizione quantitativa degli spazi di propaganda politica, sono inapplicabili alle dinamiche della libertà d'espressione in Rete e meriterebbero un aggiornamento, al quale però nessuno ha seriamente pensato, al di là delle dichiarazioni ufficiali.

«Non sfugge all'Autorità - si legge nel passaggio della Relazione dedicato all'argomento - l'importanza dei delicatissimi compiti che le spettano in occasione della prossima campagna elettorale proprio in attuazione della legge n.28 del 2000. E' ormai opinione comune che la legge del 2000 sia da aggiornare e da adeguare, ma, ovviamente, fino alla sua modifica, l'Autorità continuerà a garantirne l'attuazione, cercando anche le modalità più idonee, nell'ambito delle norme vigenti e incentivando anche meccanismi di autoregolazione, per incidere nell'ambiente digitale».

Dunque, senza autodisciplina da parte dei singoli attori politici e senza vigilanza da parte delle piattaforme, permarrà il rigido minutaggio nelle esternazioni dei politici in campagna elettorale sui mezzi radiotelevisivi, ma poi gli stessi politici potranno imperversare sui propri profili social e ricevere milioni di like anche il giorno del voto. Senza che nessuno possa multarli o adottare sanzioni per queste condotte.

E Lasorella si è rivolto in modo particolare proprio alle piattaforme per auspicare

una maggiore collaborazione con loro, visto che ormai hanno in mano le chiavi dei flussi informativi in Rete e anche le chiavi delle nostre vite digitali.

Uno dei fili conduttori dei diversi concetti illustrati dal Presidente Agcom ieri alla Camera è stato proprio quello dell'auspicabile «collaborazione con le grandi piattaforme per sviluppare un ecosistema digitale trasparente e non discriminatorio».

«Agcom - ha detto Lasorella - si troverà dinanzi a rilevanti compiti e responsabilità e sarebbe importante che tali compiti siano svolti, sia pure nel rispetto dei ruoli e delle competenze, in stretto raccordo con gli organi costituzionali e con le altre autorità indipendenti». L'obiettivo è quello di «favorire lo sviluppo di un ecosistema digitale equo, trasparente e non discriminatorio, in cui siano rispettati i diritti di libertà, il pluralismo informativo, la piena concorrenza, la tutela di utenti, consumatori e aziende che operano nel web».

Già durante la campagna elettorale in vista del voto del 25 settembre si capirà se le piattaforme web e social collaboreranno realmente al miglioramento dello spazio virtuale, attivando tutti quei meccanismi, anche di natura tecnologica, finalizzati ad assicurare il diritto dei cittadini a una corretta informazione e alla tutela effettiva dei diritti degli utenti.