

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.