

## La Commissione Ue vara una stretta contro le “fake news” in vista delle elezioni

La Commissione Europea ha recentemente emesso linee guida specifiche destinate a quelle piattaforme online che il recente *Digital Service Act* (DSA) identifica come realtà grandi o molto grandi. L'obiettivo principale di tali direttive è affrontare in modo proattivo le potenziali **minacce rappresentate dai deepfake e dall'uso non regolamentato delle intelligenze artificiali**, tematiche quanto mai di rilievo in vista delle imminenti elezioni europee. Poiché le disposizioni del futuro *AI Act* non saranno implementabili in tempi utili, l'Unione Europea sta cercando come può di estendere l'ambito di applicazione del DSA, al fine di mitigare il rischio di diffusione su vasta scala di disinformazione e caos durante il periodo elettorale.

La Commissione europea, martedì scorso, ha [pubblicato](#) gli orientamenti sulle misure raccomandate per le piattaforme online e i motori di ricerca di dimensioni molto grandi, al fine di **attenuare i rischi sistemici online che possono incidere sull'integrità delle elezioni**, con orientamenti specifici per le prossime elezioni del Parlamento europeo di giugno. Ai sensi del [Digital Service Act \(DSA\)](#), i servizi designati con oltre 45 milioni di utenti attivi nell'UE hanno l'obbligo di attenuare i rischi connessi ai processi elettorali, salvaguardando nel contempo i diritti fondamentali, compreso il diritto alla libertà di espressione. Gli orientamenti incoraggiano inoltre una stretta cooperazione con la task force dell'Osservatorio europeo dei media digitali (EDMO) per le elezioni europee del 2024 e il controllo e la ricerca di terzi sulle misure di attenuazione, per garantire che queste siano efficaci e rispettino i diritti fondamentali.

Tra le disposizioni troviamo il **rafforzamento dei processi interni alle stesse piattaforme digitali**, anche «istituendo squadre interne dotate di risorse adeguate, utilizzando le analisi e le informazioni disponibili sui rischi locali specifici del contesto e sull'uso dei loro servizi da parte degli utenti per cercare e ottenere informazioni prima, durante e dopo le elezioni, al fine di migliorare le loro misure di mitigazione». Per i singoli periodi elettorali, invece, le piattaforme devono **promuovere informazioni ufficiali sui processi elettorali**, attuare iniziative di alfabetizzazione mediatica e adattare i loro sistemi di raccomandazione per responsabilizzare gli utenti e ridurre la monetizzazione e la viralità dei contenuti che minacciano l'integrità dei processi elettorali. Inoltre, la pubblicità politica dovrebbe essere chiaramente etichettata come tale, in previsione del nuovo regolamento relativo alla trasparenza e al targeting della pubblicità politica». Un passaggio specifico è dedicato all'utilizzo dell'Intelligenza Artificiale. In questo caso, le piattaforme online e i motori di ricerca di grandi dimensioni «dovrebbero valutare e attenuare i rischi specifici connessi all'IA, ad esempio **etichettando chiaramente i contenuti generati dall'IA** (come i deepfake), adattandone di conseguenza i termini e le condizioni e applicandoli adeguatamente».

La Commissione Ue vara una stretta contro le “fake news” in vista delle elezioni

Inoltre, viene chiesto alle grandi aziende del settore di **cooperare con le autorità nazionali e dell’UE**, con gli esperti indipendenti e le organizzazioni della società civile con lo scopo di «promuovere uno scambio efficiente di informazioni prima, durante e dopo le elezioni e facilitare l’uso di misure di attenuazione adeguate, anche nei settori della manipolazione delle informazioni e delle ingerenze da parte di attori stranieri, della disinformazione e della cibersicurezza». Per aggiungere un ulteriore elemento di preparazione, **alla fine di aprile, la Commissione prevede uno “stress test”**, una simulazione, con le parti interessate per utilizzare nel modo più efficace gli strumenti e i meccanismi messi in atto.

Insomma, se da una parte i rischi sono sempre più reali ed evidenti, come quelli relativi all’IA e ai *deepfake*, dall’altra si profila un **controllo costante della comunicazione politica online**, con una più che possibile profilazione di massa così come dell’utilizzo dei metadati, creando quindi il rischio che proprio si vuole scongiurare, ovvero l’ingerenza e l’influenza sulle elezioni.

[di Michele Manfrin]