
Coronavirus Covid-19: bene le piattaforme social nella lotta alla disinformazione. Jourov (Commissione), occorre “misurare l’impatto delle azioni intraprese”

Facebook, Twitter, TikTok, Microsoft e Google continuano, in forza della loro adesione al Codice di condotta sulla disinformazione, a lavorare per combattere le fake news sul Coronavirus e ora anche i vaccini, che circolano tra i propri utenti. Oggi la Commissione ha pubblicato le loro relazioni periodiche nel contesto del “programma di monitoraggio” che la Commissione ha deciso di estendere sino a fine 2021. “Questi rapporti mostrano quanto sia importante essere in grado di monitorare efficacemente le misure messe in atto dalle piattaforme per ridurre la disinformazione”, ha commentato Vera Jourov, vicepresidente per i valori e la trasparenza; servono per “indicatori pi chiari per misurare l’impatto delle azioni intraprese dalle piattaforme”, che “non possono controllarsi da solw”. Infatti i rapporti descrivono, ad esempio, come Facebook abbia lanciato le cornici dei profili dei vaccini, Twitter lanciato conversazioni sui vaccini, il report di TikTok fornisca dati utili, Microsoft reindirizza gli utenti che cercavano "coronavirus" o "#covid" alla pagina ufficiale di LinkedIn su Covid-19, o come gli Ad Grants di Google offerti alle autorit pubbliche abbiano generato 470 milioni di impression e 83 milioni di clic. Mancano per dati sufficienti sulle ricadute delle politiche adottate: sar “la Guida per rafforzare il Codice di condotta”, appena pubblicata, a fornire gli indicatori chiave di prestazione, per misurare l’efficienza delle azioni intraprese dalle piattaforme.

Sarah Numico