
Commissione Ue: nuove leggi in materia di pubblicità politica e finanziamento partiti. Jourova, "maggiore trasparenza"

La Commissione europea ha presentato oggi una proposta "sulla trasparenza e sul targeting della pubblicità politica nel quadro delle misure volte a tutelare l'integrità delle elezioni e il dibattito democratico aperto". Secondo le norme proposte, "ogni messaggio pubblicitario di natura politica dovrebbe essere chiaramente qualificato come tale e contenere informazioni riguardanti, ad esempio, chi l'ha finanziato e quanto è costato". Le tecniche di targeting politico e di amplificazione "dovrebbero essere spiegate pubblicamente – spiega una nota della Commissione – e con un livello di dettaglio inedito, e sarebbero vietate quando si utilizzano dati personali sensibili senza il consenso esplicito dell'interessato". La Commissione propone inoltre di aggiornare le attuali norme dell'Ue relative ai "cittadini mobili" e al loro diritto di voto alle elezioni europee e comunali, nonché ai partiti politici europei e alle fondazioni politiche europee. La vicepresidente Věra Jourová dichiara: "Le elezioni non devono essere una gara tra chi usa metodi ambigui e non trasparenti. I cittadini devono sapere perché guardano uno spot pubblicitario, chi l'ha finanziato, quanto è costato e quali criteri di microtargeting sono stati utilizzati. Le nuove tecnologie dovrebbero essere strumenti di emancipazione, non di manipolazione. Questa ambiziosa proposta porterà un livello di trasparenza senza precedenti alle campagne politiche e limiterà le tecniche ambigue di targeting". Le proposte saranno ora discusse in sede di Parlamento europeo e di Consiglio. Per garantire che le elezioni del Parlamento europeo del 2024 si svolgano secondo i più elevati standard democratici, le nuove norme dovrebbero entrare in vigore ed essere pienamente attuate dagli Stati membri entro la primavera del 2023, ossia un anno prima delle elezioni.

Gianni Borsa