



Bruxelles, 26.5.2021
COM(2021) 262 final

**COMUNICARE A COMISIEI CĂTRE PARLAMENTUL EUROPEAN, CONSILIU,
COMITETUL ECONOMIC ȘI SOCIAL EUROPEAN ȘI COMITETUL
REGIUNILOR**

**Orientări ale Comisiei Europene privind consolidarea Codului de bune practici privind
dezinformarea**

1 INTRODUCERE

Criza provocată de pandemia de COVID-19 a ilustrat în mod clar amenințările și provocările pe care le reprezintă dezinformarea pentru societățile noastre. „Infodemia” — răspândirea rapidă a unor informații false, inexacte sau înșelătoare cu privire la pandemie — a prezentat riscuri substanțiale pentru sănătatea personală, sistemele de sănătate publică, gestionarea eficientă a crizelor, economie și coeziunea socială. Pandemia a accentuat, de asemenea, rolul pe care tehnologia digitală îl joacă în viețile noastre, făcând-o din ce în ce mai importantă în ceea ce privește modul în care lucrăm, învățăm, socializăm, răspundem nevoilor materiale și participăm la discursul civic. Aceasta a crescut miza pentru a asigura că ecosistemul digital este un spațiu sigur și a demonstrat că, în pofida eforturilor considerabile depuse până în prezent, există o necesitate urgentă de a intensifica eforturile de combatere a dezinformării¹.

Încă de la începuturile sale², abordarea UE privind combaterea dezinformării s-a bazat pe protecția libertății de exprimare și a altor drepturi și libertăți garantate de Carta drepturilor fundamentale a Uniunii Europene. În conformitate cu aceste drepturi și libertăți, în loc să incrimineze sau să interzică dezinformarea ca atare, strategia UE urmărește să facă mediul online și actorii săi mai transparenți și mai responsabili, asigurând o mai mare transparență a practicilor de moderare a conținutului, capacitând cetățenii și promovând o dezbatere democratică deschisă³. În acest scop, UE a încercat să mobilizeze toate părțile interesate relevante, inclusiv autoritățile publice, întreprinderile, mass-media, cadrele universitare și societatea civilă.

Un element central al eforturilor UE a fost Codul de bune practici privind dezinformarea cu rol de autoreglementare⁴. În vigoare din octombrie 2018, printre semnatarii codului se numără în prezent principalele platforme online active în UE, precum și, printre altele, principalele asociații profesionale care reprezintă sectorul european al publicității. Comisia consideră codul ca fiind o realizare substanțială, prima de acest tip. Acesta a oferit un instrument inovator pentru a asigura o mai mare transparență și responsabilitate a platformelor online, precum și un cadru structurat pentru monitorizarea și îmbunătățirea politicilor platformelor privind dezinformarea.

Cu toate acestea, evaluarea Codului de bune practici realizată de Comisie în 2020⁵ a scos în evidență deficiențe semnificative. Printre acestea se numără aplicarea inconsecventă și incompletă a codului la nivelul platformelor și al statelor membre, limitări intrinseci ale caracterului de autoreglementare al codului, precum și lacune în ceea ce privește acoperirea angajamentelor codului. Evaluarea a evidențiat, de asemenea, lipsa unui mecanism de monitorizare adecvat, inclusiv a indicatorilor-cheie de performanță, lipsa angajamentelor privind accesul la datele platformelor în vederea cercetării în materie de dezinformare și participarea limitată a părților interesate, în special din sectorul publicității. Prin urmare, Comisia a anunțat în Planul de acțiune pentru democrația

¹ Comunicarea comună „Combaterea dezinformării în legătură cu COVID-19 – Asigurarea unei informări corecte” [JOIN(2020) 8 final].

² În Planul de acțiune împotriva dezinformării [JOIN(2018) 36 final], Comisia Europeană și Înalțul Reprezentant au prezentat o strategie cuprinzătoare de combatere a dezinformării în UE.

³ Deși termenii și condițiile platformelor online pot acoperi și conținutul dăunător care nu este însă ilegal, atunci când dezinformarea constituie conținut ilegal (de exemplu, discurs de incitare la ură sau conținut cu caracter terorist), se aplică căile de atac legislative relevante.

⁴ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/code-practice-disinformation>.

⁵ SWD(2020) 180 final.

europă⁶ că va emite orientări pentru consolidarea codului, în cadrul unor acțiuni cuprinzătoare menite să abordeze dezinformarea în mediul online, și că va prezenta o legislație specifică privind transparența publicității politice.

Pentru a intensifica lupta împotriva dezinformării, propunerea de act legislativ privind serviciile digitale⁷ (ASD) a Comisiei stabilește un cadru de coreglementare prin intermediul unor coduri de conduită pentru abordarea riscurilor sistemice legate de dezinformare. În plus, aceasta introduce măsuri ample de transparență în ceea ce privește moderarea conținutului și publicitatea, și propune obligații juridice cu caracter executoriu și aplicabile pentru platformele online foarte mari⁸ în vederea evaluării și a abordării riscurilor sistemice la adresa drepturilor fundamentale sau prezentate de manipularea intenționată a serviciului lor.

Orientările se bazează pe experiența acumulată până în prezent de Comisie în ceea ce privește monitorizarea și evaluarea codului⁹ și pe raportul Comisiei privind alegerile din 2019¹⁰. Acestea contribuie, de asemenea, la răspunsul Comisiei la concluziile Consiliului European din decembrie 2020¹¹. Pentru a colecta contribuții la orientări, Comisia a organizat discuții multipartite¹², precum și un atelier pentru statele membre.

Prezentele orientări prezintă opiniile Comisiei cu privire la modul în care platformele și alte părți interesate relevante ar trebui să își intensifice măsurile pentru a aborda lacunele și deficiențele codului și pentru a crea un mediu online mai transparent, mai sigur și mai demn de încredere. Un domeniu, în special, în care codul nu a reușit să realizeze progrese suficiente este demonetizarea dezinformării, în care publicitatea online continuă să stimuleze diseminarea dezinformării¹³. Platformele online și toți ceilalți actori ai ecosistemului publicitar online ar trebui, prin urmare, să își asume responsabilitatea și să colaboreze pentru a elimina finanțarea dezinformării. În plus, codul revizuit ar trebui să intensifice angajamentele de limitare a comportamentului manipulator, de consolidare a instrumentelor de capacitate a utilizatorilor, de creștere a transparenței publicității politice și de capacitate suplimentară a comunității de cercetare și de verificare a faptelor.

⁶ COM(2020) 790 final.

⁷ Propunere de Regulament al Parlamentului European și al Consiliului privind o piață unică pentru serviciile digitale (Actul legislativ privind serviciile digitale) și de modificare a Directivei 2000/31/CE [COM(2020) 825 final]. Trimiterile la ASD din prezentul document trebuie să fie interpretate ca trimiteri la textul propus de Comisie.

⁸ Propunerea de act legislativ privind serviciile digitale definește platformele foarte mari la articolul 25 ca fiind platformele online care își furnizează serviciile unui număr mediu lunar de destinatari activi ai serviciilor în Uniune, reprezentând 10 % din populația Uniunii.

⁹ Evaluarea Comisiei din septembrie 2020 [SWD(2020) 180 final].

¹⁰ Raport privind alegerile pentru Parlamentul European din 2019 [SWD(2020) 113 final] https://ec.europa.eu/info/files/com_2020_252_en.pdf.

¹¹ <https://www.consilium.europa.eu/media/47296/1011-12-20-euco-conclusions-en.pdf>.

¹² Un rezumat al discuțiilor cu părțile interesate este disponibil la adresa: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/summary-multi-stakeholder-discussions-preparation-guidance-strengthen-code-practice-disinformation>.

¹³ Dovezile arată, de asemenea, că veniturile din publicitatea online contribuie în continuare în mod semnificativ la monetizarea site-urilor de dezinformare, inclusiv publicitatea difuzată de mărci importante, plasată neintenționat lângă conținutul dezinformării (de exemplu, raportul Global Disinformation Index <https://disinformationindex.org/2020/03/why-is-ad-tech-giving-millions-to-eu-disinformation-sites/> și raportul Avaaz https://secure.avaaz.org/campaign/en/youtube_climate_misinformation/).

Orientările stabilesc, de asemenea, elementele de bază ale unui cadru îmbunătățit și solid pentru monitorizarea codului consolidat. Codul consolidat ar trebui să vizeze, de asemenea, creșterea participării unor semnatori noi, inclusiv a altor platforme online active în UE, precum și a altor actori relevanți.

Consolidarea codului oferă părților interesate o oportunitate timpurie de a concepe măsuri adecvate în vederea adoptării propunerii de act legislativ privind serviciile digitale. De asemenea, orientările vizează, în special, evoluția actualului cod de bune practici către un „cod de conduită”, astfel cum se prevede la articolul 35. În special platformele foarte mari¹⁴ vor beneficia de pe urma participării la codul consolidat, anticipând noile obligații care le sunt aplicabile în temeiul propunerii de act legislativ privind serviciile digitale, mai ales cu privire la evaluarea riscurilor, atenuarea riscurilor, capacitatea utilizatorilor și transparența în ceea ce privește publicitatea. Platformele mai mici și alte părți interesate vor beneficia, de asemenea, de pe urma asumării unor angajamente adecvate în temeiul codului consolidat pentru a obține beneficii de pe urma bunelor practici prevăzute de acesta și pentru a se proteja împotriva riscurilor reputaționale pe care le prezintă utilizarea abuzivă a sistemelor lor pentru a răspândi dezinformarea.

Fără a aduce atingere acordului final al colegiitorilor cu privire la ASD sau la inițiativa legislativă a Comisiei privind transparența publicității politice, Codul de bune practici consolidat poate servi drept instrument pentru ca platformele online să își îmbunătățească politicile și să atenueze riscurile legate de dezinformare pe care le reprezintă serviciile lor la adresa democrației.

Consolidarea codului nu este doar o etapă provizorie. Prezentele orientări prevăd dezvoltarea codului într-un instrument puternic, stabil și flexibil, care să facă platformele online mai transparente și să asigure faptul că acestea pot fi trase la răspundere și pot demonstra responsabilitate într-o mai mare măsură încă din etapa de proiectare.

2 MONITORIZAREA PANDEMIEI DE COVID-19 — REZULTATE ȘI ÎNVĂȚĂMINTE DESPRINSE

Pe lângă învățămintele desprinse în urma evaluării Codului de bune practici, noi informații au fost colectate în cadrul programului de monitorizare instituit în urma Comunicării comune privind combaterea dezinformării în legătură cu COVID-19¹⁵, în cursul căruia platformele online semnatare ale codului au raportat lunar cu privire la acțiunile întreprinse pentru combaterea dezinformării în legătură cu COVID-19 în UE.

Programul de monitorizare nu numai că a oferit o imagine de ansamblu aprofundată asupra acțiunilor întreprinse pentru combaterea dezinformării în legătură cu COVID-19 pe baza angajamentelor codului, ci a și supus codul la un „test de rezistență”.

Rapoartele platformelor arată că angajamentele codului au fost puse în aplicare prin acțiuni eficiente în diverse domenii, cum ar fi creșterea vizibilității surselor oficiale asupra

¹⁴ În sensul articolului 25 din ASD, astfel cum a fost propus de Comisie. Pentru definiție, a se vedea nota de subsol 8.

¹⁵ Comunicarea comună intitulată „Combaterea dezinformării în legătură cu COVID-19 – Asigurarea unei informări corecte” [JOIN(2020) 8 final].

serviciilor lor; dezvoltarea și implementarea unor noi instrumente și servicii pentru a facilita accesul la informații fiabile; acțiuni de abordare a conținutului care include informații false sau înșelătoare susceptibile să provoace vătămări corporale sau să afecteze eficacitatea politicilor din domeniul sănătății publice; interzicerea explicită a publicității care exploatează criza sau răspândește dezinformarea în legătură cu COVID-19.

În ansamblu, programul a demonstrat că codul oferă un cadru flexibil și structurat care poate fi implementat și transpus în acțiuni decisive din partea semnatarilor pentru a combate dezinformarea în situații de criză și care este complementar obligațiilor care decurg din cadrele de reglementare aplicabile. Codul a oferit, de asemenea, o structură utilă pentru monitorizarea acestor măsuri într-o situație extraordinară, reorientând în mod dinamic accentul pe măsură ce criza a evoluat (de exemplu, pentru a pune accentul pe dezinformare în legătură cu vaccinurile împotriva COVID-19).

În același timp, programul privind COVID-19 a evidențiat o serie de deficiențe ale cadrului de monitorizare existent al Codului de bune practici:

- *Calitatea raportării.* Există variații substanțiale în ceea ce privește coerența, calitatea și nivelul de detaliu al raportării. Lipsa unor date suficient de detaliate, în special la nivelul statelor membre, a însemnat că adesea informațiile furnizate nu au arătat dacă acțiunile raportate au fost puse în aplicare la nivelul tuturor statelor membre sau în toate limbile UE. În plus, lipsa unui model comun de raportare convenit rămâne un obstacol în calea monitorizării mai eficiente și a comparațiilor între platforme.
- *Indicatori-cheie de performanță.* Deși calitatea și granularitatea raportării s-au îmbunătățit în timp, datele furnizate nu sunt întotdeauna adecvate și suficient de detaliate pentru a stabili măsura în care angajamentele sunt puse în aplicare sau efectul acțiunilor întreprinse.
- *Evaluarea independentă.* Monitorizarea pandemiei de COVID-19 a confirmat necesitatea unei verificări independente a rapoartelor semnatarilor, în special dacă politicile și acțiunile raportate au fost puse în aplicare la nivelul statelor membre și în toate limbile UE, și dacă raportarea abordează în mod suficient preocupările legate de dezinformare la nivel național¹⁶.
- *Lipsa unei acoperiri suficiente în ceea ce privește verificarea faptelor.* În timpul „infodemiei” de COVID-19, semnatarii au intensificat activitățile de verificare a faptelor în cadrul serviciilor lor, care devin disponibile și pentru utilizatorii aplicațiilor de mesagerie privată. Cu toate acestea, conținutul etichetat ca fiind fals de către verificatorii de fapte independenți tinde să reapară pe platforme din cauza lipsei unui registru centralizat de verificare a faptelor.
- *Monetizarea continuă a dezinformării prin plasarea de anunțuri publicitare.* În pofida acțiunilor de limitare a monetizării dezinformării, cercetările relevante arată că problemele persistă în acest domeniu¹⁷.

¹⁶ Astfel cum este prevăzut în comunicarea din iunie 2020, Grupul autorităților europene de reglementare pentru serviciile mass-media audiovizuale asistă Comisia în cadrul programului de monitorizare a pandemiei de COVID-19.

¹⁷ Cercetarea GDI din ianuarie și februarie 2021 privind Franța, Germania, Italia și Spania subliniază că majoritatea companiilor din domeniul tehnologiei publicitare nu au politici specifice privind conținutul de dezinformare în legătură cu COVID-19 sau că aceste politici sunt încălcate și continuă să finanțeze site-urile de știri semnalate public ca vectori ai dezinformării: <https://disinformationindex.org/2021/02/ad-funded-covid-19-conspiracy-sites-a-look-at-the-eu/>. Studiul Avaaz din august 2020 a evidențiat faptul că

3 ASPECTE ORIZONTALE CARE TREBUIE ABORDATE

3.1 Consolidarea angajamentelor pentru atingerea obiectivelor codului

Angajamentele actualului Cod de bune practici nu sunt suficient de eficace pentru a oferi un răspuns cuprinzător la fenomenele de dezinformare. Sunt necesare angajamente mai ferme și mai specifice în toate domeniile codului pentru a aborda lacunele și deficiențele, inclusiv riscurile noi și emergente. Pentru a se asigura că codul rămâne un instrument viu, semnatarii ar trebui să instituie un mecanism permanent pentru adaptarea sa periodică.

3.2 Extinderea domeniului de aplicare

„Infodemia” din jurul pandemiei de COVID-19 a demonstrat că informațiile eronate¹⁸ (informații false sau înșelătoare răspândite fără intenții răuvoitoare) pot, de asemenea, să aducă prejudicii publice substanțiale dacă devin virale. Deși principalul obiectiv rămâne combaterea dezinformării în sens restrâns¹⁹, semnatarii codului consolidat ar trebui să își asume angajamentul de a institui politici adecvate și de a lua măsuri proporționale pentru a atenua riscurile pe care le reprezintă informațiile eronate, atunci când există o dimensiune semnificativă a prejudiciului public și cu garanții adecvate pentru libertatea de exprimare. Utilizatorii trebuie să aibă posibilitatea de a compara aceste informații cu surse oficiale și să fie informați în cazul în care informațiile pe care le văd sunt în mod verificabil false. În acest sens, în funcție de caracterul lor, nu toate angajamentele codului ar urma să se aplice informațiilor eronate.

Prezentele orientări utilizează, în scopul facilitării lecturii, termenul general de „dezinformare” pentru a face referire la diferitele fenomene care trebuie abordate, recunoscând în același timp în mod clar diferențele importante dintre acestea²⁰. Dezinformarea în acest sens include dezinformarea în sens restrâns, informațiile eronate, precum și operațiunile de influență informațională²¹ și ingerințele străine²² în spațiul

conținutul celor mai importante 10 site-uri care răspândesc informații eronate în materie de sănătate a avut de aproape patru ori mai multe vizualizări estimate pe Facebook decât un conținut echivalent de pe site-urile celor mai importante 10 instituții sanitare: https://secure.avaaz.org/campaign/en/facebook_threat_health/.

¹⁸ Planul de acțiune pentru democrația europeană definește informațiile eronate după cum urmează: „informațiile eronate înseamnă conținut fals sau înșelător comunicat fără intenția de a crea un prejudiciu, deși efectele pot fi, totuși, dăunătoare, de exemplu, atunci când oamenii comunică informații false prietenilor și familiei cu bună credință”.

¹⁹ Planul de acțiune pentru democrația europeană definește dezinformarea după cum urmează: „dezinformarea înseamnă conținut fals sau înșelător care este difuzat cu intenția de a înșela sau de a obține câștiguri economice sau politice și care poate produce un prejudiciu public”.

²⁰ Acolo unde este cazul, orientările fac distincție între diferitele subcategorii.

²¹ Astfel cum sunt definite în Planul de acțiune pentru democrația europeană: „operațiunile de influență informațională se referă la eforturile coordonate ale unor actori interni sau străini de a influența un public țintă utilizând o serie de mijloace de inducere în eroare, inclusiv suprimarea surselor de informații independente, în combinație cu dezinformarea”.

²² Astfel cum sunt definite în Planul de acțiune pentru democrația europeană: „ingerința străină în spațiul informațional, adesea realizată ca parte a unei operațiuni hibride mai ample, poate fi înțeleasă ca un ansamblu de eforturi coercitive și înșelătoare de a perturba formarea și exprimarea liberă a voinței politice a cetățenilor, depuse de un actor dintr-un stat străin sau de reprezentanți ai acestuia”.

informațional, inclusiv din partea actorilor străini, în care manipularea informațiilor este utilizată cu efectul de a cauza un prejudiciu public semnificativ.

3.3 Extinderea participării

Printre semnatarii actuali ai codului se numără principalele platforme online care activează în UE. Cu toate acestea, o participare mai largă atât din partea platformelor existente, cât și a celor emergente ar putea oferi un răspuns mai cuprinzător și mai coordonat la răspândirea dezinformării. Printre noii semnatori potențiali se pot număra furnizorii de servicii online care difuzează informații către public, cum ar fi platformele de comunicare socială mai mici sau serviciile de căutare (de exemplu, actorii care oferă servicii la nivel național sau regional sau pe bază specializată/tematică). Având în vedere sarcinile de conformitate relevante, inclusiv obligațiile de raportare, angajamentele asumate în temeiul codului consolidat ar trebui să țină seama de dimensiunea serviciilor semnatarilor. Deși platformele online foarte mari vor trebui să ia măsuri solide pentru a aborda riscurile sistemice relevante în conformitate cu propunerea de act legislativ privind serviciile digitale, măsurile aplicabile serviciilor mai mici sau emergente nu ar trebui să le impună o sarcină disproporționată.

Serviciile de mesagerie privată pot fi, de asemenea, utilizate în mod abuziv pentru a alimenta dezinformarea și informațiile eronate, astfel cum s-a observat în campaniile electorale recente și în timpul pandemiei de COVID-19²³. Astfel de furnizori de servicii ar putea fi semnatori ai codului, angajându-se să ia măsuri specifice adecvate pentru acest tip de servicii, fără a slăbi criptarea utilizată adesea de acest tip de servicii și ținând seama în mod corespunzător de protecția vieții private și dreptul la viața privată și de familie, inclusiv la comunicații.

Pentru a spori impactul codului asupra demonetizării dezinformării, este esențială o participare mai largă a părților interesate din ecosistemul publicitar, dincolo de cercul semnatarilor actuali ai codului (asociații europene și naționale din sectorul publicității). Codul ar beneficia în special de o mai mare implicare a mărcilor (în special a celor cu cheltuieli substanțiale aferente publicității online), precum și a altor participanți din sectorul publicității online (de exemplu, schimburi publicitare, furnizori de tehnologii de publicitate, agenții de comunicare) și a altor actori care furnizează servicii care pot fi utilizate pentru monetizarea dezinformării (de exemplu, servicii de plată electronică, platforme de comerț electronic, sisteme de finanțare participativă/donații)²⁴.

Printre noii semnatori s-ar putea număra și alte părți interesate care pot avea un impact semnificativ prin intermediul instrumentelor, al soluțiilor sau al expertizei lor specifice relevante, inclusiv verificatori de fapte, organizații care acordă ratinguri cu privire la site-urile de dezinformare sau care evaluează dezinformarea, precum și furnizori de soluții tehnologice care pot susține eforturile de combatere a dezinformării. Astfel de organizații pot contribui în mod considerabil la punerea în aplicare eficientă a codului și la succesul acestuia.

²³ „Stop the virus of disinformation” (Opriți virusul dezinformării!), Institutul de Cercetare Interregional al Națiunilor Unite în domeniul Criminalității și Justiției (UNICRI), <http://www.unicri.it/sites/default/files/2020-11/SM%20misuse.pdf>.

²⁴ „How COVID-19 conspiracists and extremists use crowdfunding platforms to fund their activities” (Cum utilizează conspiraționiștii și extremiștii COVID-19 platformele de finanțare participativă pentru a-și finanța activitățile), EUDisinfoLab <https://www.disinfo.eu/publications/how-covid-19-conspiracists-and-extremists-use-crowdfunding-platforms-to-fund-their-activities/>.

3.4 Angajamente adaptate

Pentru a facilita o participare mai largă, codul consolidat ar trebui să includă angajamente adaptate care să corespundă diversității serviciilor furnizate de semnatori și rolurilor specifice pe care aceștia le joacă în ecosistem.

Semnatorii ar trebui să adere la angajamentele care sunt relevante pentru serviciile lor. Deși participarea la cod și asumarea angajamentelor acestuia rămân voluntare, pentru a asigura eficacitatea codului ca instrument de atenuare a riscurilor, semnatorii nu ar trebui, în principiu, să renunțe la angajamentele care sunt relevante pentru serviciile lor. În cazul în care semnatorii optează să nu își asume un anumit angajament relevant pentru serviciile lor, aceștia ar trebui să furnizeze o justificare publică, în spiritul considerentului 68 din propunerea de act legislativ privind serviciile digitale. Semnatorii care oferă unelte, instrumente sau soluții pentru combaterea dezinformării și-ar putea asuma angajamente adecvate și ar putea sprijini alți semnatori ai codului cu expertiza lor. Orice cerință de raportare pentru astfel de organizații ar trebui să fie adaptată la misiunea lor.

3.5 Observatorul european al mass-mediei digitale

Pentru a contribui în mod eficace la abordarea problemei dezinformării, este esențial să existe sprijin din partea unei comunități multidisciplinare, care să includă verificatori de fapte, cercetători din mediul academic și alte părți interesate relevante. Pentru a contribui la crearea unei astfel de comunități și pentru a facilita activitatea acesteia, a fost înființat Observatorul european al mass-mediei digitale (EDMO)²⁵. Oferind sprijin cercetătorilor și verificatorilor de fapte independenți, EDMO și centrele sale naționale își vor spori capacitatea de a detecta și a analiza campaniile de dezinformare. EDMO poate juca un rol important în realizarea mai multor obiective ale codului. Prin urmare, se așteaptă ca semnatorii codului să coopereze cu EDMO, după caz.

3.6 Sistemul de alertă timpurie

Astfel cum s-a subliniat în Planul de acțiune împotriva dezinformării din 2018²⁶, platformele online ar trebui să coopereze cu sistemul de alertă timpurie al UE, care conectează toate statele membre ale UE și instituțiile relevante ale UE pentru a permite răspunsuri comune la dezinformare prin schimbul de informații și furnizarea de alerte în timp util cu privire la campaniile de dezinformare. Pe baza acestui lucru, codul consolidat ar trebui să exploreze posibilitățile de consolidare a acestei cooperări, în special prin facilitarea unui schimb informal între semnatori pentru a-și prezenta activitatea și constatările, precum și pentru a asigura legături strânse, raționalizate și coerente la nivel național între toate statele membre și semnatori, după caz. Acesta ar trebui să țină seama, de asemenea, de cooperarea cu EDMO, astfel cum s-a menționat mai sus.

4 CONTROLUL PLASĂRII DE ANUNȚURI PUBLICITARE

Astfel cum s-a explicat, acțiunile decisive de demonetizare a vectorilor dezinformării sunt esențiale pentru succesul codului. Prin angajamentele asumate în temeiul codului consolidat ar trebui, prin urmare, să se ia măsuri mai detaliate și mai adaptate pentru a aborda riscurile de dezinformare legate de distribuirea publicității online, ținând seama

²⁵ <https://edmo.eu/>.

²⁶ JOIN(2018) 36 final.

de viitoarele cerințe de reglementare din propunerea de act legislativ privind serviciile digitale aplicabile tuturor categoriilor de publicitate online, inclusiv publicității politice și tematicе și, în măsura aplicabilă, inițiativei anunțate privind publicitatea politică.

4.1 Demonetizarea dezinformării

Codul ar trebui să consolideze angajamentele menite să elimine finanțarea diseminării dezinformării prin intermediul serviciilor proprii ale semnatarilor sau pe site-urile terților²⁷. Pentru a îmbunătăți transparența și responsabilitatea în ceea ce privește plasarea de anunțuri publicitare, semnatarii care participă la plasarea de anunțuri publicitare, inclusiv companiile de tehnologii de publicitate²⁸, ar trebui să identifice criteriile pe care le utilizează pentru a plasa anunțuri publicitare și să adopte măsuri care să permită verificarea locului de plasare/destinație a anunțurilor publicitare, cu scopul de a evita plasarea de anunțuri publicitare lângă conținut cu caracter de dezinformare sau în locuri cunoscute pentru publicarea repetată a dezinformării. Platformele ar trebui să se angajeze, în special, în îndeplinirea cerințelor de eligibilitate și a proceselor de revizuire a conținutului în vederea monetizării conținutului și să prevadă programe de partajare a veniturilor din publicitate în cadrul serviciilor pe care le oferă, pentru a împiedica participarea actorilor care postează în mod sistematic conținut dezinformant ca dezinformare²⁹. În plus, platformele ar trebui, de asemenea, să se angajeze să consolideze politicile relevante și să depună diligența necesară pentru a exclude participarea la rețelele de publicitate sau la schimburile de anunțuri publicitare de pe site-urile care furnizează în mod constant conținut cu caracter de dezinformare.

Angajamentele în acest domeniu ar trebui, de asemenea, să se bazeze pe instrumentele de siguranță a mărcilor și să îmbunătățească disponibilitatea și utilizarea acestor instrumente, care ar trebui să integreze informații și analize din partea verificatorilor de fapte, a cercetătorilor și a altor părți interesate relevante care furnizează, de exemplu, informații cu privire la sursele campaniilor de dezinformare. Cu sprijinul unor astfel de informații și instrumente, proprietarii de mărci și alte entități care își fac publicitate ar trebui să se angajeze să depună toate eforturile pentru a evita plasarea anunțurilor lor publicitare în apropierea conținutului cu caracter de dezinformare sau în locuri care publică în mod repetat conținut cu caracter de dezinformare.

4.2 Îmbunătățirea cooperării între actorii relevanți

Obținerea de rezultate tangibile necesită cooperarea strânsă a diferiților actori din cadrul ecosistemului publicitar. În acest scop, astfel cum se prevede în secțiunea 3.3, este esențială o participare mai largă a părților interesate din ecosistemul publicitar. Codul consolidat ar trebui să ofere un cadru pentru o astfel de extindere a participării,

²⁷ Dovezile arată, de asemenea, că veniturile din publicitatea online contribuie în continuare în mod semnificativ la monetizarea site-urilor de dezinformare, publicitatea de la mărci mari plasată neintenționat lângă conținutul cu caracter de dezinformare. De exemplu, Global Disinformation Index estimează că aproximativ 76 de milioane de dolari pe an din veniturile din publicitate sunt direcționate către site-uri de dezinformare care vizează Europa: <https://disinformationindex.org/2020/03/why-is-ad-tech-giving-millions-to-eu-disinformation-sites/>.

²⁸ Un număr limitat de companii de tehnologii de publicitate au adoptat deja astfel de politici.

²⁹ A se vedea, de exemplu, raportul Avaaz din 2020, „Why is YouTube Broadcasting Climate Misinformation to Millions?” (De ce YouTube difuzează informații eronate privind clima către milioane de oameni?): https://secure.avaaz.org/campaign/en/youtube_climate_misinformation/.

consolidând cooperarea tuturor actorilor relevanți și facilitând în continuare inițiativele intersectoriale în desfășurare în acest domeniu³⁰.

În cadrul codului consolidat, toți actorii implicați în cumpărarea, vânzarea și plasarea de anunțuri publicitare digitale ar trebui să se angajeze să facă schimb de bune practici și să consolideze cooperarea. O astfel de cooperare ar trebui să faciliteze integrarea și fluxul de informații de-a lungul întregului lanț valoric al publicității, în special informațiile relevante pentru identificarea vectorilor dezinformării, cu respectarea deplină a tuturor normelor relevante privind protecția datelor.

Cooperarea între platforme ar putea include, de asemenea, schimbul de informații privind anunțurile publicitare de dezinformare refuzate de o platformă pentru a preveni apariția acestora pe alte platforme — de exemplu, prin crearea unui registru comun al anunțurilor publicitare respinse — pentru sensibilizarea altor platforme ale căror servicii pot fi, de asemenea, afectate.

Acțiunile de eliminare a finanțării dezinformării ar trebui să fie extinse prin participarea actorilor activi la lanțul valoric al monetizării online, cum ar fi serviciile online de plată electronică, platformele de comerț electronic și sistemele relevante de finanțare participativă/donații.

4.3 Angajamente de abordare a anunțurilor publicitare care includ conținut cu caracter de dezinformare

În temeiul codului consolidat, semnatarii ar trebui să se angajeze să elaboreze politici de publicitate adecvate și adaptate care să abordeze utilizarea abuzivă a sistemelor lor publicitare pentru răspândirea dezinformării³¹. Aceștia ar trebui să pună în aplicare aceste politici în mod coerent și eficace. În acest scop, semnatarii ar trebui să coopereze cu verificatorii de fapte pentru a identifica anunțurile publicitare care conțin dezinformare, al căror conținut a fost verificat și demască. Pentru a asigura o punere în aplicare coerentă, semnatarii ar trebui să se angajeze să își adapteze sistemele actuale de verificare și revizuire pentru a se asigura că anunțurile publicitare plasate prin sau pe serviciile lor respectă politicile lor de publicitate în ceea ce privește dezinformarea. Semnatarii ar trebui, de asemenea, să se angajeze să explice în mod clar entităților care

³⁰ Global Alliance for Responsible Media (Alianța Globală Pentru Mass-Media Responsabilă), lansată în iunie 2019 sub auspiciile World Federation of Advertisers (Federația Mondială a Agențiilor de Publicitate - WFA), include platforme semnate ale codului și semnatori din cadrul sectorului publicitar, precum și alte părți interesate importante din ecosistemul publicitar. Aceasta elaborează un set de definiții și standarde comune la nivel de sector cu privire la modul în care conținutul dăunător este clasificat pe platforme, aprobat de agențiile de publicitate și implementat de platforme în produsele lor publicitare și în instrumentele lor de siguranță a mărcilor. În special, Alianța urmărește o categorie separată de dezinformare și de informații eronate care urmează să fie inclusă în setul de definiții. A se vedea WFA „Interim Report on Activities related to the EU Code of Practice on Disinformation” (Raport intermediar al WFA privind activitățile legate de Codul de bune practici al UE privind dezinformarea), septembrie 2020, p. 2: https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=69683.

³¹ Dovezile arată persistența anunțurilor publicitare online care includ conținut de dezinformare, pe care verificatorii de fapte le-au identificat și demască. A se vedea „Facebook Approved Ads With Coronavirus Misinformation” (Anunțuri publicitare aprobate de Facebook care conțin informații eronate privind Coronavirusul): <https://www.consumerreports.org/social-media/facebook-approved-ads-with-coronavirus-misinformation/>.

își fac publicitate politicile de publicitate care au fost încălcate atunci când resping sau elimină anunțurile lor publicitare de dezinformare sau blochează conturile publicitare³².

5 PUBLICITATEA POLITICĂ ȘI PUBLICITATEA TEMATICĂ

„Publicitatea politică” și „publicitatea tematică”³³ joacă un rol important în modelarea campaniilor politice și a dezbaterilor publice cu privire la principalele aspecte societale. Un astfel de conținut online plătit poate avea un rol decisiv în formarea opiniei publice și în influențarea rezultatului alegerilor. Organizarea alegerilor în UE este reglementată în mare măsură la nivelul statelor membre, existând diverse norme relevante care afectează publicitatea politică, inclusiv transparența acestora. În cadrul Planului de acțiune pentru democrația europeană, Comisia a anunțat o legislație menită să consolideze transparența publicității politice. Pentru a asigura un nivel adecvat de transparență și responsabilitate în acest domeniu, angajamentele codului trebuie consolidate în continuare, în sprijinul cadrului juridic mai larg.

Revizuirea codului în acest domeniu va trebui să țină seama de viitoarea propunere legislativă a Comisiei privind transparența conținutului politic sponsorizat și de dispozițiile relevante ale propunerii de act legislativ privind serviciile digitale. Un cod consolidat va servi drept vector important pentru realizarea unor progrese tangibile în sprijinul cadrului juridic existent, precum și pentru pregătirea căii către o legislație consolidată și prin intermediul noului cadru legislativ, odată ce acesta va fi instituit, și pentru elaborarea de soluții sectoriale pentru a sprijini punerea în aplicare a acestuia și pentru a realiza progrese continue în acest domeniu.

Pentru o aplicare consecventă și eficace a angajamentelor, este necesară o interpretare comună în rândul semnatarilor a „publicității politice” și a „publicității tematice”, care să țină seama în mod adecvat de cadrele juridice naționale aplicabile existente. Semnatarii ar trebui să se asigure că respectă legislația aplicabilă și își aliniază practicile la viitoarea legislație privind transparența conținutului politic sponsorizat.

5.1 Etichetarea eficientă a anunțurilor publicitare politice și tematice

Codul ar trebui să includă angajamente consolidate care să asigure transparența și publicarea anunțurilor publicitare atât politice, cât și tematice, ținând seama de dispozițiile relevante din propunerea de act legislativ privind serviciile digitale³⁴, de viitoarea inițiativă legislativă privind transparența publicității politice și fără a aduce atingere cadrelor de reglementare existente. Aceste anunțuri ar trebui să fie etichetate în mod clar și eficace și să poată fi distinse drept conținuturi plătite, iar utilizatorii ar trebui să poată înțelege că conținutul afișat conține publicitate legată de chestiuni politice sau societale. Codul consolidat ar putea include un set de criterii comune și exemple privind marcarea și etichetarea anunțurilor publicitare politice și tematice. Dacă este cazul, semnatarii ar trebui să integreze cercetările relevante pentru a îmbunătăți eficacitatea

³² Astfel cum a observat Comisia, politicile platformelor urmăresc o serie de obiective, dintre care unele nu sunt adaptate în mod specific pentru combaterea dezinformării — de exemplu, afirmații comerciale nesustținute, practici comerciale înșelătoare. A se vedea SWD(2020) 180 final.

³³ Deși în cod nu există în prezent o definiție comună a anunțurilor publicitare tematice, se pare că există un acord potrivit căruia anunțurile publicitare tematice sunt anunțuri care includ conținut sponsorizat privind aspecte societale sau legate de o dezbatere de interes general care ar putea avea un impact asupra discursului public. Printre exemplele de astfel de tematici se numără schimbările climatice, problemele de mediu, imigrația sau COVID-19.

³⁴ În special, articolul 24.

etichetelor în informarea utilizatorilor³⁵. Codul ar trebui să includă angajamente care să vizeze asigurarea faptului că etichetele rămân în vigoare atunci când utilizatorii partajează anunțurile publicitare politice sau tematice într-un mod organic³⁶, astfel încât acestea să fie identificate în continuare în mod clar ca anunțuri publicitare.

5.2 Angajamente în materie de verificare și transparență pentru anunțuri publicitare politice și tematice

Semnatarii care afișează anunțuri publicitare politice și tematice ar trebui să se asigure că identitatea entității care își face publicitate este vizibilă pentru utilizatori, inclusiv un angajament specific care să stabilească obligații de transparență în conformitate cu cerințele din propunerea de act legislativ privind serviciile digitale³⁷.

De asemenea, semnatarii ar trebui să depună eforturi rezonabile pentru a se asigura, prin intermediul unor sisteme eficiente de verificare a identității și de autorizare, că toate condițiile necesare sunt îndeplinite înainte de a permite plasarea acestor tipuri de anunțuri publicitare.

5.3 Transparența în cadrul platformelor de mesagerie

Codul de bune practici revizuit ar trebui să includă angajamente noi, adaptate, care să abordeze utilizarea platformelor de mesagerie pentru diseminarea anunțurilor publicitare politice și tematice, cu respectarea deplină a Regulamentului general privind protecția datelor (RGPD) și a cerințelor UE privind confidențialitatea în serviciile de comunicații electronice. Cerința menționată mai sus, conform căreia, atunci când conținutul politic sponsorizat este partajat între utilizatori, acesta ar trebui să fie etichetat în continuare drept conținut cu plată, ar trebui să se aplice, de asemenea, în măsura în care este posibil, conținutului politic sponsorizat partajat prin intermediul platformelor de mesagerie. În acest scop, semnatarii ar trebui să elaboreze soluții compatibile cu tehnologia de criptare utilizată adesea de platformele de mesagerie, fără a reduce criptarea.

5.4 Direcționarea anunțurilor publicitare politice

Microdirecționarea anunțurilor publicitare politice poate ridica diverse motive de îngrijorare. Aceasta ridică probleme legate de respectarea normelor în materie de protecție a datelor, întrucât microdirecționarea se bazează pe informații cu caracter personal și uneori include tehnici sofisticate de creare a profilurilor psihologice³⁸. Aceasta poate afecta dreptul alegătorilor de a primi informații, deoarece microdirecționarea permite entităților care își fac publicitate politică să trimită mesaje personalizate către publicul vizat, în timp ce alte categorii de public ar putea fi private de aceste informații. Microdirecționarea îngreunează verificarea faptelor sau examinarea unor astfel de

³⁵ Dobber et al., „Effectiveness of online political ad disclosure labels: empirical findings” (Eficacitatea etichetelor de informare cu privire la publicitatea politică online: concluzii empirice), martie 2021: <https://www.uva-icds.net/wp-content/uploads/2021/03/Summary-transparency-disclosures-experiment-update.pdf>.

³⁶ Conținutul organic este un conținut gratuit pe care utilizatorii îl partajează între ei fără a plăti pentru acesta. Acest lucru include, de asemenea, situațiile în care utilizatorii partajează între ei conținuturi sponsorizate care ulterior devin conținut organic.

³⁷ Articolul 30 din propunerea de act legislativ privind serviciile digitale.

³⁸ În propunerea de act legislativ privind serviciile digitale, precum și în propunerea de act legislativ privind piețele digitale sunt incluse obligații specifice în materie de transparență.

anunțuri publicitare, precum și exercitarea de către persoane a drepturilor lor, inclusiv în ceea ce privește protecția datelor. La rândul său, acest lucru poate crește riscul de polarizare politică³⁹.

Codul consolidat ar trebui să contribuie la limitarea sau evitarea riscurilor asociate cu microdirecționarea de publicitate politică și/sau tematică către persoane. În acest sens, ar trebui asigurată respectarea deplină a RGPD și a altor legi relevante, în special obținerea consimțământului valabil, dacă este cazul⁴⁰. Accesul la informații ar trebui facilitat pentru a permite autorităților competente să își îndeplinească funcția de monitorizare și de asigurare a respectării legislației.

Semnatarii ar trebui să își asume angajamentul de a asigura că cetățenii sunt informați în mod clar atunci când sunt microdirecționați și că primesc informații pertinente cu privire la criteriile și datele utilizate în acest scop. Aceștia ar trebui să pună în aplicare măsuri solide în materie de transparență, inclusiv biblioteci publicitare cu funcție de căutare specializate cu toate anunțurile publicitare microdirecționate oferite unor grupuri specifice de utilizatori⁴¹, însoțite de informații privind direcționarea și criteriile de livrare.

5.5 Registre publicitare îmbunătățite și funcționalități minime pentru interfețele de programare a aplicațiilor (API)

Codul consolidat ar trebui să garanteze că platformele semnatare se angajează să îmbunătățească exhaustivitatea și calitatea informațiilor din registrele lor de anunțuri publicitare politice, astfel încât acestea să conțină în mod eficace totalitatea conținutului politic sponsorizat oferit. Aceste registre ar trebui să furnizeze informații actualizate în mod regulat cu privire la volumul și bugetul anunțurilor publicitare politice oferite de entitățile care își fac publicitate politică din statele membre, numărul de afișări online ale fiecărui anunț publicitar și criteriile de direcționare utilizate de entitatea care își face publicitate, ținând seama de dispozițiile relevante din propunerea de act legislativ privind serviciile digitale și de viitoarea propunere legislativă privind publicitatea politică⁴².

Anumite platforme au dezvoltat interfețe de programare a aplicațiilor (API) sau alte interfețe care permit utilizatorilor și cercetătorilor să efectueze căutări personalizate în registrele lor de anunțuri publicitare politice. Cu toate acestea, funcționalitățile acestor API sunt foarte limitate. Codul consolidat ar trebui să asigure faptul că API pentru registrele de anunțuri publicitare politice ale platformelor includ un set de funcționalități minime, precum și un set de criterii minime de căutare care permit utilizatorilor și cercetătorilor să efectueze căutări personalizate pentru a extrage date în timp real în

³⁹ A se vedea, de exemplu, Papakyriakopoulos et. al., „*Social Media and microtargeting: Political data processing and the consequences for Germany*” (Platformele de comunicare socială și microdirecționarea: Prelucrarea datelor politice și consecințele pentru Germania), Big Data & Society, noiembrie 2018, doi 10.1177/2053951718811844, sau Lewandowsky et al., „*Understanding the influence of online technologies on political behaviour and decision-making*” (Înțelegerea influenței tehnologiilor online asupra comportamentului politic și a procesului decizional), EUR 30422 EN, Oficiul pentru Publicații al Uniunii Europene, Luxemburg.

⁴⁰ Pentru mai multe informații, a se vedea Orientările [05/2020 privind consimțământul în temeiul Regulamentului 2016/679](#) ale Comitetului european pentru protecția datelor, și [Orientările 08/2020 privind direcționarea utilizatorilor platformelor de comunicare socială](#) (care oferă exemple cu privire la cazurile în care este necesar consimțământul pentru publicitatea direcționată).

⁴¹ De exemplu, dacă sunt dotate cu datele necesare, bibliotecile publicitare pot fi utilizate pentru a verifica în același timp expunerea online la mesaje politice.

⁴² A se vedea articolul 30 din propunerea de act legislativ privind serviciile digitale.

formate standard și să faciliteze compararea, cercetarea și monitorizarea între platforme. Dacă se creează registre de anunțuri publicitare tematice, acestea ar trebui să dispună de funcționalități API și de capacități de căutare comparabile. Angajamentele ar trebui, de asemenea, să asigure accesul larg la API și actualizarea periodică a funcționalităților API pentru a răspunde nevoilor cercetătorilor.

6 INTEGRITATEA SERVICIILOR

Codul consolidat ar trebui să prevadă o acoperire cuprinzătoare a formelor actuale și emergente de comportament manipulator utilizate pentru a răspândi dezinformarea. Acesta ar trebui să țină seama de caracterul evolutiv și de riscurile mai ample asociate răspândirii dezinformării, de exemplu faptul că campaniile de dezinformare pot face parte din amenințările hibride la adresa securității, în special în combinație cu atacurile cibernetice⁴³. Acesta ar trebui să includă angajamente adaptate pentru a aborda vulnerabilitățile și pentru a asigura transparența și responsabilitatea în ceea ce privește acțiunile pe care semnatarii le întreprind pentru a limita comportamentul manipulator care, în conformitate cu condițiile lor de furnizare a serviciului relevante, nu sunt permise în cadrul serviciilor semnatărilor, având în vedere, de asemenea, viitoarele cerințe de reglementare prevăzute în propunerea de act legislativ privind serviciile digitale⁴⁴.

6.1 Interpretarea comună a comportamentului manipulator inadmisibil

Pentru a asigura o abordare coerentă, codul consolidat ar trebui să asigure faptul că semnatarii convin asupra unei interpretări interservicii a comportamentului manipulator care nu este permis în cadrul serviciilor lor, inclusiv a „comportamentului neautentic”, fără a aduce atingere legislației UE și legislației naționale în vigoare. Această interpretare ar trebui să fie suficient de largă pentru a acoperi întreaga gamă de comportamente prin care actorii răuvoitori pot încerca să manipuleze serviciile. În acest scop, semnatarii ar trebui să întocmească o listă cuprinzătoare a tacticilor, tehnicilor și procedurilor de manipulare care constituie un comportament neautentic inadmisibil în cadrul serviciilor lor. Tehnicile identificate ar trebui să fie suficient de bine definite pentru a permite compararea prevalenței comportamentelor inadmisibile la nivelul platformelor, precum și eficacitatea măsurilor luate pentru contracararea acestora. Interpretarea comună ar trebui să ofere un vocabular comun pentru semnatarii, autoritățile de reglementare, societatea civilă și alte părți interesate pentru a discuta problemele legate de dezinformarea și manipularea online, atât în contextul Codului de bune practici, cât și în cadrul altor foruri, cum ar fi sistemul de alertă timpurie al UE și Rețeaua de cooperare pentru alegerile europene, precum și în pregătirea punerii în aplicare a propunerii de act legislativ privind serviciile digitale. Această activitate ar trebui să țină seama de evoluția rapidă a situației în ceea ce privește tacticile, tehnicile și procedurile de manipulare și să reflecte aceste posibile modificări atunci când se elaborează terminologia și definițiile.

⁴³ Comunicarea comună intitulată „Creșterea rezilienței și consolidarea capacităților necesare pentru a aborda amenințările hibride” [JOIN(2018) 16 final].

⁴⁴ Articolul 26 alineatul (1) litera (c) din propunerea de act legislativ privind serviciile digitale identifică „manipularea intenționată” a serviciilor ca fiind un risc sistemic, față de care platformele foarte mari trebuie să ia măsuri de atenuare a riscurilor.

6.2 Angajamente consolidate de a limita comportamentul manipulator inadmisibil

Codul consolidat ar trebui să stabilească noi angajamente în domeniul comportamentului manipulator inadmisibil, acoperind întreaga gamă de tehnici de manipulare și impunând răspunsuri eficace pentru contracararea acestora. Angajamentele ar trebui să le impună semnatarilor să abordeze tehnicile de manipulare în evoluție, cum ar fi operațiunile de tip „*hack and leak*” (pirataj și difuzare), preluările de conturi, crearea de grupuri neautentice, uzurparea identității, *deepfakes*, achiziționarea de angajamente false sau implicarea opacă a influențatorilor. În plus, angajamentele ar trebui nu numai să impună semnatarilor să publice politicile relevante, ci și să stabilească elemente de bază, obiective și criterii de referință pentru măsurile puse în aplicare pentru a contracara comportamentele manipulative inadmisibile. Codul consolidat ar trebui să ia în considerare obligațiile în materie de transparență pentru sistemele de IA care generează sau manipulează conținut și lista practicilor de manipulare interzise în temeiul propunerii de act legislativ privind inteligența artificială⁴⁵.

6.3 Ajustarea angajamentelor, a cooperării și a transparenței

Pentru a asigura relevanța și caracterul adecvat al acestuia, codul consolidat ar trebui să instituie un mecanism prin care angajamentele sale să poată fi ajustate în timp pe baza celor mai recente dovezi privind conduitele și tacticile, tehnicile și procedurile de manipulare utilizate de actori răuvoitori.

Semnatarii ar trebui să se angajeze să instituie canale de schimb între echipele lor respective de încredere, securitate cibernetică și siguranță. Aceste canale de schimb ar trebui să faciliteze schimbul proactiv de informații privind operațiunile de influență și ingerințele străine în spațiul informațional al serviciilor semnatarilor, pentru a preveni reapariția unor astfel de campanii pe alte platforme. Rezultatele și învățămintele desprinse ar trebui incluse în rapoartele anuale de monitorizare ale semnatarilor, discutate în cadrul grupului operativ permanent⁴⁶ și puse la dispoziție în mod regulat în formate comune de date⁴⁷.

Angajamentele trebuie să asigure că toate politicile și măsurile sunt comunicate în mod clar utilizatorilor, inclusiv prin intermediul centrului de transparență⁴⁸. Semnatarii ar trebui, de asemenea, să își asume angajamentul de a supune toate acțiunile împotriva comportamentului manipulator inadmisibil unui sistem intern de soluționare a reclamațiilor, luând în considerare dispozițiile relevante din propunerea de act legislativ privind serviciile digitale⁴⁹.

⁴⁵ COM(2021) 206 final.

⁴⁶ În ceea ce privește grupul operativ permanent, a se vedea secțiunea 9.2.3 de mai jos.

⁴⁷ Acest lucru ar trebui să țină seama, de asemenea, de cadrul AMITT (Tactici și tehnici de influențare și informare eronată contradictorii): <https://cogsec-collab.org/>.

⁴⁸ În ceea ce privește centrul de transparență, a se vedea secțiunea 9.2.2 de mai jos.

⁴⁹ În special articolul 17, care se aplică deja deciziilor incompatibile cu termenii și condițiile acestora, inclusiv deciziilor de eliminare sau de blocare a accesului la conținut, de suspendare sau de sistare a furnizării serviciului către destinatar integral sau parțial, sau deciziilor de suspendare sau de închidere a contului destinatarului.

7 CAPACITAREA UTILIZATORILOR

Capacitarea utilizatorilor este esențială pentru limitarea impactului dezinformării. O mai bună înțelegere a funcționării serviciilor online, precum și a instrumentelor care promovează un comportament online mai responsabil sau care permit utilizatorilor să detecteze și să raporteze conținutul fals și/sau înșelător poate limita dramatic răspândirea dezinformării. Angajamentele codului în acest domeniu ar trebui extinse pentru a acoperi o gamă largă de servicii, inclusiv, de exemplu, angajamente adaptate pentru serviciile de mesagerie. Acestea ar trebui să includă, de asemenea, mecanisme de contestare a acțiunilor întreprinse de semnatori ca urmare a rapoartelor utilizatorilor. Semnatorii ar trebui, de asemenea, să ia în considerare în mod specific situația copiilor care pot fi deosebit de vulnerabili la dezinformare.

7.1 Angajamentul față de măsurile de îmbunătățire a alfabetizării mediatice

Mai mulți semnatori au depus eforturi în domeniul alfabetizării mediatice, oferind utilizatorilor instrumente relevante. În temeiul codului consolidat, semnatorii ar trebui să se angajeze să continue aceste eforturi și să se angajeze, în special, într-o implicare mai puternică a comunității de alfabetizare mediatică în conceperea și punerea în aplicare a instrumentelor și evaluarea campaniilor de alfabetizare mediatică din cadrul serviciilor lor, inclusiv pentru a proteja copiii. Aceste eforturi ar putea fi aliniate, de asemenea, la inițiativele Comisiei în domeniul alfabetizării mediatice⁵⁰, inclusiv la noul Plan de acțiune pentru educația digitală (2021-2027)⁵¹, pentru a exploata sinergiile relevante. În acest scop, Grupul de experți în domeniul competenței mediatice al Comisiei⁵² și EDMO pot oferi sprijin pentru stabilirea unui cadru permanent de discuții.

7.2 Angajamentul față de „proiectarea sigură”

Proiectarea și arhitectura serviciilor online au un impact semnificativ asupra comportamentului utilizatorilor⁵³. Prin urmare, semnatorii ar trebui să se angajeze să evalueze riscurile generate de sistemele lor și să conceapă arhitectura serviciilor lor astfel încât să reducă la minimum riscurile legate⁵⁴ de răspândirea și amplificarea dezinformării⁵⁵. Acest lucru ar putea include, de asemenea, testarea prealabilă a

⁵⁰ A se vedea, în special, acțiunile prevăzute în Planul de acțiune pentru democrația europeană [COM (2020)790 final] și în Planul de acțiune pentru sectorul mass-media și audiovizual [COM (2020)784 final].

⁵¹ Planul de acțiune pentru educația digitală [COM (2020)624 final] prezintă o propunere de elaborare a unor orientări pentru profesori și educatori în vederea combaterii dezinformării și a promovării alfabetizării digitale prin educație și formare.

⁵² <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/media-literacy>.

⁵³ A se vedea, de exemplu, Lewandowsky et al., „*Understanding the influence of online technologies on political behaviour and decisionship*” (Înțelegerea influenței tehnologiilor online asupra comportamentului politic și a procesului decizional), EUR 30422 EN, Oficiul pentru Publicații al Uniunii Europene, Luxemburg, 2020.

⁵⁴ A se vedea propunerea de act legislativ privind serviciile digitale, articolul 26 alineatul (1) litera (c) privind evaluarea riscurilor aferente.

⁵⁵ Intervențiile tehnice simple (de exemplu, mesaje pop-up prin care utilizatorii sunt întrebați dacă doresc într-adevăr să partajeze linkuri pe care nu le-au vizualizat) îi pot determina pe utilizatori să examineze conținutul înainte de a-l difuza, contribuind astfel la limitarea răspândirii de informații false și/sau înșelătoare de către utilizatorii care acționează cu bună-credință. Exemple: Indicația „Verificați-l înainte de a-l posta pe Twitter” implementată de Twitter: <https://help.twitter.com/en/using-twitter/how-to-retweet>; Panourile de informare pentru verificarea faptelor de pe YouTube: <https://support.google.com/youtube/answer/9229632?hl=en>; Anunț pop-up pe Facebook înainte de a partaja conținut dezmințit de un verificator de fapte: <https://www.facebook.com/journalismproject/programs/third-party-fact-checking/faqs>;

arhitecturii sistemelor. Semnatarii ar trebui, de asemenea, să investească în cercetare și să dezvolte caracteristici și modele de produse care să consolideze gândirea critică a utilizatorilor, precum și utilizarea responsabilă și sigură a serviciilor lor.

Platformele online ar putea, de asemenea, să colaboreze cu furnizorii de soluții tehnologice pentru a integra în serviciile lor soluții care să permită verificarea autenticității sau a exactității sau identificarea provenienței sau a sursei conținutului digital⁵⁶.

Furnizorii de sisteme online bazate pe IA ar trebui, de asemenea, să ia în considerare dispozițiile relevante din propunerea de act legislativ privind inteligența artificială.

7.3 Responsabilitatea sistemelor de recomandare

Prin stabilirea ordinii în care sunt prezentate informațiile, sistemele de recomandare au un impact semnificativ asupra informațiilor care sunt accesate efectiv de către utilizatori. Este extrem de important ca semnatarii, în temeiul codului consolidat, să se angajeze să asigure transparența sistemelor lor de recomandare în ceea ce privește criteriile utilizate pentru stabilirea priorităților sau pentru deprioritizarea informațiilor, cu posibilitatea ca utilizatorii să personalizeze algoritmi de ierarhizare. Toate acestea ar trebui să se realizeze ținând seama în mod corespunzător de principiul libertății mass-mediei, ținând seama de cerințele din dispozițiile relevante ale propunerii de act legislativ privind serviciile digitale⁵⁷.

Angajamentele ar trebui să includă, de asemenea, măsuri concrete de atenuare a riscurilor legate de sistemele de recomandare care alimentează răspândirea virală a dezinformării, cum ar fi excluderea din conținutul recomandat a informațiilor false și/sau înșelătoare în cazul în care acestea au fost dezmințite de verificatori de fapte independenți și a paginilor web, precum și a actorilor care răspândesc în mod constant dezinformarea.

7.4 Vizibilitatea informațiilor fiabile de interes public

Pandemia de COVID-19 a subliniat importanța, în special în perioade de criză, a promovării unor informații de interes public fiabile, cum ar fi informațiile furnizate de autoritățile sanitare cu privire la măsurile de prevenire a bolii sau la siguranța vaccinurilor⁵⁸. Semnatarii au pus în aplicare diverse soluții pentru a oferi utilizatorilor astfel de informații și pentru a le face vizibile și ușor de accesat. Pe baza acestei experiențe, semnatarii codului consolidat ar trebui să se-și asume angajamentul de a dezvolta și a aplica în continuare astfel de instrumente specifice (de exemplu, panouri de informare, bannere, ferestre pop-up, hărți și indicații) care să acorde prioritate și să îndrume utilizatorii către surse oficiale pe teme de interes public și societal deosebit sau în situații de criză.

Instrumentul TikTok „Know your Facts tool” (Cunoaște faptele): <https://newsroom.tiktok.com/en-gb/taking-action-against-covid-19-vaccine-misinformation>.

⁵⁶ În secțiunea 3.3, orientările invită părțile interesate care pot aduce o contribuție prin intermediul instrumentelor sau al soluțiilor lor care contribuie la combaterea dezinformării să devină noi semnatori ai codului.

⁵⁷ În special, articolele 26, 27 și 29.

⁵⁸ Rapoartele de monitorizare a pandemiei de COVID-19 oferă date privind vizualizările sau ratele de clic ale panourilor de informare și ale bannerelor care oferă astfel de informații: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/reports-march-actions-fighting-covid-19-disinformation-monitoring-programme>.

Pentru a aprofunda angajamentul existent al codului⁵⁹ cu privire la prioritizarea conținutului relevant, autentic și bine documentat, semnatarii ar trebui, de asemenea, să se angajeze să publice informații care să evidențieze metodologia utilizată de sistemele lor de recomandare în acest sens. Aceste informații ar trebui incluse în centrul de transparență. Semnatarii codului ar trebui să aibă în vedere asigurarea faptului că aceste informații pot fi verificate de terți sau printr-un audit independent, luând în considerare, de asemenea, dispozițiile relevante din propunerea de act legislativ privind serviciile digitale.

7.5 Avertismente emise utilizatorilor care interacționează sau au interacționat cu conținut fals sau înșelător

Dezmințirea informațiilor false și/sau înșelătoare este esențială pentru combaterea fenomenelor de dezinformare⁶⁰. Mai mulți semnatori au stabilit o cooperare cu verificatori de fapte independenți și/sau au creat echipe interne de moderare care să atribuie etichete pentru conținutul fals sau înșelător. Cu toate acestea, în prezent codul nu include angajamente relevante. În consecință — completând noile angajamente pentru a asigura aplicarea consecventă a verificării faptelor, astfel cum se discută în secțiunea 8.3 de mai jos — semnatarii ar trebui să își asume angajamentul de a prevedea, pentru toate limbile UE în care sunt furnizate serviciile lor, sisteme pentru etichetarea regulată și consecventă a conținutului identificat ca fiind fals sau înșelător și pentru emiterea de avertismente specifice utilizatorilor care au interacționat cu un astfel de conținut. Semnatarii ar trebui să se angajeze să informeze utilizatorii cu privire la motivele pentru care anumite conținuturi sau conturi au fost etichetate, retrogradate sau afectate în alt mod de măsurile luate, precum și cu privire la baza unei astfel de acțiuni. Semnatarii ar trebui să se angajeze să își conceapă sistemele de etichetare și de avertizare în conformitate cu dovezi științifice actualizate cu privire la modul în care se poate maximiza impactul unor astfel de intervenții, asigurându-se în special că acestea sunt concepute astfel încât să capteze atenția utilizatorilor⁶¹.

7.6 Funcționalitatea de semnalare a informațiilor false dăunătoare

Deși unii semnatori oferă deja utilizatorilor o funcționalitate specifică pentru a semnală informații false și/sau înșelătoare, această caracteristică nu este încă disponibilă pentru toate serviciile. Codul consolidat ar trebui să conțină un angajament specific care să le impună semnatarilor relevanți să ofere proceduri ușor de utilizat și eficiente în cadrul serviciilor lor, permițând utilizatorilor să semnaleze dezinformarea cu potențialul de a cauza prejudicii publice sau individuale. Această funcționalitate ar trebui să sprijine, de asemenea, sistemele și mecanismele de etichetare pentru a ajuta la identificarea conținutului de informații false deja etichetat ca fiind fals în alte limbi sau în alte servicii, cu respectarea deplină a libertății de exprimare. Angajamentul ar trebui să specifice faptul că funcționalitatea trebuie să fie protejată în mod corespunzător împotriva abuzurilor (și anume tactica de „semnalare în masă” pentru a reduce la tăcere alte voci) și să fie disponibilă în toate limbile statelor membre ale UE în care sunt furnizate serviciile lor. Acțiunile întreprinse de semnatori cu privire la conținutul semnalat ar trebui să respecte libertatea de exprimare și să nu fie disproporționate. Măsurile din acest domeniu ar putea include aplicarea unei proceduri transparente de verificare a faptelor cu privire la

⁵⁹ A se vedea angajamentul 8 din Codul de bune practici privind dezinformarea.

⁶⁰ The Debunking Handbook 2020 (Manualul privind dezmințirea informațiilor): <https://sks.to/db2020>.

⁶¹ Optimizările se pot referi, de exemplu, la designul vizual, la punctul în timp sau la prezentarea grafică a intervenției.

conținutul semnalat, cu acțiuni de urmărire ulterioare, cum ar fi etichetarea conținutului, dacă este cazul. Semnatarii ar trebui să se angajeze să furnizeze utilizatorilor informații ulterioare cu privire la conținutul raportat, cum ar fi dacă conținutul a fost revizuit și, în caz afirmativ, rezultatele evaluării și orice acțiune întreprinsă cu privire la conținut. Utilizatorii al căror conținut sau ale căror conturi au făcut obiectul unor astfel de măsuri ar trebui, de asemenea, să fie informați pentru a înțelege motivele care stau la baza acțiunilor întreprinse și ar trebui să aibă acces la un mecanism adecvat și transparent de contestare și de recurs împotriva măsurilor aplicate.

7.7 Disponibilitatea indicatorilor pentru navigarea online în cunoștință de cauză

Codul consolidat nu are ca scop evaluarea veridicității conținutului editorial. Cu toate acestea, având în vedere abundența de informații disponibile online, utilizatorii se confruntă cu provocări în ceea ce privește sursele de informații pe care trebuie să le consulte și în care să aibă încredere. Indicatorii de fiabilitate, axați pe integritatea sursei, elaborați de părți terțe independente, în colaborare cu mass-media de știri, inclusiv asociațiile de jurnaliști și organizațiile pentru libertatea mass-mediei, precum și verificatorii de fapte, pot ajuta utilizatorii să facă alegeri în cunoștință de cauză⁶².

Semnatarii ar putea facilita accesul la astfel de indicatori, oferind utilizatorilor posibilitatea de a-i utiliza în cadrul serviciilor lor. În acest caz, codul consolidat ar trebui să asigure faptul că semnatarii oferă transparență cu privire la acești indicatori terți, inclusiv cu privire la metodologia lor.

Punerea în aplicare a unor astfel de indicatori de fiabilitate ar trebui să respecte pe deplin principiile libertății și pluralismului mass-mediei. În acest scop, ar trebui să rămână la latitudinea utilizatorilor să decidă dacă doresc să utilizeze astfel de instrumente⁶³.

7.8 Măsuri de combatere a dezinformării pe aplicațiile de mesagerie

Pe lângă inițiativele recente elaborate în cooperare cu verificatorii de fapte⁶⁴, semnatarii care furnizează aplicații de mesagerie privată ar trebui să testeze și să pună în aplicare caracteristici tehnice care să ajute utilizatorii să identifice dezinformarea difuzată prin intermediul acestor servicii. Astfel de soluții ar trebui să fie compatibile cu acest tip de servicii și, în special, cu dreptul la comunicații private, fără a reduce criptarea. Astfel de caracteristici ar putea, de exemplu, să ajute utilizatorii să verifice dacă, în urma verificării faptelor, un anumit conținut pe care îl primesc s-a dovedit fals. Acest lucru ar putea fi realizat, de exemplu, prin soluții care să facă vizibile etichetele de verificare a faptelor atunci când conținutul de pe platformele de comunicare socială este difuzat prin intermediul unei aplicații de mesagerie. Semnatarii ar putea, de asemenea, să ia în

⁶² Exemple de astfel de indicatori pot fi indicele global al dezinformării (GDI), Inițiativa privind încrederea în jurnalism (ITC) sau proiectul Trust, precum și serviciul NewsGuard.

⁶³ Utilizatorilor ar trebui să li se pună la dispoziție instrumente de evaluare a fiabilității surselor de informare, cum ar fi așa-numitele mărci de încredere, pentru a le consulta dacă doresc acest lucru. Utilizatorilor li s-ar putea oferi, de asemenea, posibilitatea ca semnalele referitoare la fiabilitatea surselor media să fie introduse în sistemele automatizate care selectează și clasifică conținutul care apare în fluxurile utilizatorului.

⁶⁴ Organizațiile de verificare a faptelor, sprijinite de unii furnizori de aplicații de mesagerie, oferă utilizatorilor aplicațiilor de mesagerie posibilitatea ca mesajele primite de aceștia prin intermediul unor astfel de canale private să fie verificate: <https://faq.whatsapp.com/general/ifcn-fact-checking-organizations-on-whatsapp/?lang=en>.

considerare soluții care să le permită utilizatorilor să verifice conținutul primit prin intermediul unei aplicații de mesagerie pe baza unui registru de verificare a faptelor.

8 CAPACITAREA COMUNITĂȚII DE CERCETARE ȘI DE VERIFICARE A FAPTELOR

Având în vedere contribuția lor esențială la o strategie eficace de combatere a dezinformării, codul consolidat ar trebui să stabilească un cadru pentru un acces solid la datele platformelor de către comunitatea de cercetare și de verificare a faptelor și pentru sprijinirea adecvată a activităților acestora.

8.1 Accesul la datele semnatărilor pentru cercetarea în materie de dezinformare

Prin furnizarea de analize bazate pe dovezi, cercetătorii sunt esențiali pentru înțelegerea corespunzătoare a evoluției riscurilor legate de dezinformare⁶⁵ și pot contribui la dezvoltarea unor mecanisme de atenuare a riscurilor. Această activitate depinde în mod fundamental de accesul la datele platformelor. Propunerea de act legislativ privind serviciile digitale oferă un mecanism de reglementare pentru ca cercetătorii agreeți să aibă acces la date pentru cercetare cu privire la riscurile care decurg din serviciile platformelor⁶⁶. Codul consolidat ar trebui să creeze un cadru care, deja între timp înainte de adoptarea actului legislativ privind serviciile digitale, să permită cercetătorilor accesul necesar la datele platformelor și, de asemenea, să faciliteze pe termen lung dezvoltarea unui cadru specific pentru accesul la date, adaptat pentru desfășurarea de cercetări privind fenomenele de dezinformare.

8.1.1 Cadrul general pentru accesul la date

Pentru codul consolidat, semnatarii relevanți, în special platformele, ar trebui să se angajeze să creeze în comun un cadru solid pentru accesul la date în scopuri de cercetare. Condițiile de acces ar trebui să fie transparente, deschise și nediscriminatorii, proporționale și justificate. În ceea ce privește datele cu caracter personal, condițiile trebuie să fie conforme cu RGPD. În general, condițiile de acces la eventualele date ar trebui să respecte dreptul la comunicații private și să protejeze în mod corespunzător drepturile și interesele legitime ale tuturor părților interesate.

Semnatarii ar trebui să dezvolte cadrul în cooperare cu comunitatea de cercetare, EDMO și autoritățile naționale competente. Angajamentele ar trebui să includă un calendar detaliat al progreselor preconizate în ceea ce privește elaborarea și punerea în aplicare a cadrului.

Cadrul ar trebui să aibă în vedere accesul diferit la regimurile de date, cu garanții adecvate pentru (i) datele anonimizate și fără caracter personal și pentru (ii) datele care necesită un control suplimentar, inclusiv datele cu caracter personal. Cadrul ar trebui să prevadă posibilitatea accesului în timp real la anumite tipuri de date, pentru a permite evaluarea promptă a riscurilor emergente sau în evoluție și conceperea unor măsuri de atenuare adecvate.

În timp ce cadrul este în curs de elaborare, semnatarii ar trebui să testeze soluții temporare. De exemplu, utilizarea „mediilor de testare” ar putea oferi acces la datele

⁶⁵ Acest lucru este, de asemenea, esențial pentru informarea semnatărilor, a Comisiei, a autorităților naționale competente și a publicului.

⁶⁶ În special, articolul 31.

relevante ale platformelor pentru cercetarea pe teme specifice pentru un număr limitat de cercetători care furnizează informații pentru conceperea cadrului și testarea unor soluții operaționale pentru accesul mai larg la datele din cadrul platformelor.

8.1.2 Accesul la date anonimizate și fără caracter personal

Codul consolidat ar trebui să includă un angajament de a oferi, ori de câte ori este posibil, acces continuu, în timp real, stabil și armonizat la date anonimizate, agregate sau fără caracter personal în scopuri de cercetare, prin intermediul API sau al altor soluții tehnice deschise și accesibile care permit exploatarea deplină a seturilor de date.

Accesul la soluții de date ar trebui să faciliteze căutarea și analiza datelor. Semnatarii relevanți ar trebui să se asigure că funcționalitățile sistemelor de acces răspund nevoilor cercetătorilor și sunt interoperabile. Angajamentele ar trebui să asigure proceduri pentru raportarea defectării sistemelor de acces și pentru restabilirea accesului și repararea funcționalităților defectuoase într-un termen rezonabil.

8.1.3 Accesul la datele care necesită un control suplimentar, inclusiv la datele cu caracter personal

Datele care ar putea expune informații cu caracter personal, inclusiv informații sensibile⁶⁷, necesită securitate și garanții suplimentare. Informațiile confidențiale, în special secretele comerciale, sau datele legate de securitatea serviciilor platformelor merită, de asemenea, o protecție adecvată. În același timp, cadrul pentru accesul la date ar trebui cel puțin să permită cercetătorilor din mediul academic să aibă acces la seturile de date necesare pentru a înțelege sursele, vectorii, metodele și modelele de propagare care caracterizează fenomenul de dezinformare.

În acest scop, codul ar trebui să stabilească o procedură transparentă care să implice toate părțile interesate relevante, în special platformele și comunitatea de cercetare, pentru a defini condițiile aplicabile pentru accesul la aceste seturi de date. În principiu, condițiile ar trebui să fie standardizate și uniforme pentru toate platformele. Procedura ar trebui să reglementeze, printre altele, (i) standardele minime și calificările cercetătorilor cărora li se va acorda accesul, (ii) categoriile minime de date care vor fi puse la dispoziție, (iii) măsurile tehnice și organizatorice de securitate care trebuie respectate în cadrul prelucrării unor astfel de date, inclusiv limitarea scopului și reducerea la minimum a datelor; și (iv) în ceea ce privește datele pseudonimizate, eventualele măsuri necesare pentru a preveni reatribuirea⁶⁸.

8.1.4 Rolul EDMO

Având în vedere independența și funcțiile sale de coordonare, EDMO ar putea oferi sprijin în domeniul accesului la date, inclusiv orientări privind, printre altele, categoriile de date care urmează să fie puse la dispoziție, scopurile în care datele pot fi prelucrate și măsurile de securitate adecvate pentru prelucrarea datelor cu caracter personal și pentru prevenirea reatribuirii datelor anonimizate.

⁶⁷ În sensul articolului 9 din RGPD.

⁶⁸ În conformitate cu RGPD, în ceea ce privește datele cu caracter personal, divulgarea acestora trebuie să se bazeze pe un temei juridic clar, cu garanții adecvate, inclusiv regimul prevăzut la articolul 9 pentru categoriile speciale de date.

Facilitate de EDMO, se depun eforturi pentru a explora posibilitățile unui cod de conduită în temeiul articolului 40 din RGPD, menit să asigure aplicarea corespunzătoare a cerințelor de confidențialitate și de protecție a datelor în ceea ce privește partajarea de date cu caracter personal de către platforme cu cercetătorii. RGPD prevede condiții generale de prelucrare a datelor cu caracter personal și sub forma partajării datelor cu caracter personal de către platforme cu cercetătorii. Un astfel de cod ar reduce incertitudinile și riscurile juridice pentru platformele care oferă acces la date și ar asigura un mediu sigur și armonizat pentru prelucrarea datelor cu caracter personal în scopuri⁶⁹ de cercetare. Codul consolidat ar trebui să angajeze semnatarii să faciliteze, după caz, elaborarea codului de conduită în temeiul articolului 40 din RGPD.

8.1.5 Accesul la date pentru alte părți interesate

Alte părți interesate, cum ar fi organizațiile societății civile, centrele de cercetare neacademice și jurnaliștii de investigație, joacă, de asemenea, roluri importante în detectarea și analiza campaniilor de dezinformare, în formularea răspunsurilor politice, precum și în promovarea sensibilizării publicului și a rezilienței sociale. Semnarii codului ar trebui să permită, în special în statele membre în care nu există o capacitate academică adecvată, un nivel suficient de acces pentru astfel de părți interesate, în conformitate cu cerințele privind viața privată și sub rezerva unui control consolidat împotriva utilizării abuzive a datelor cu caracter personal și a reatribuirii datelor pseudonimizate.

8.2 Cadrul de cooperare între semnari și cercetători

Pentru a încuraja și a capacita o comunitate multidisciplinară mai largă de cercetători independenți, codul ar trebui să stabilească un cadru pentru o cooperare transparentă, deschisă și nediscriminatorie între semnari și comunitatea de cercetare din UE în ceea ce privește resursele și sprijinul puse la dispoziția cercetătorilor. Acest cadru ar trebui să permită comunității de cercetare să gestioneze în mod independent fondurile puse la dispoziție de semnari pentru cercetarea în materie de dezinformare, definind prioritățile științifice și proceduri transparente de alocare bazate pe meritele științifice. În acest sens, EDMO ar putea acorda asistență pentru alocarea unor astfel de resurse.

8.3 Colaborarea cu verificatorii de fapte

Verificatorii de fapte sunt actori importanți în abordarea fenomenului dezinformării⁷⁰. Aceștia evaluează și verifică conținutul pe baza faptelor, a dovezilor și a informațiilor contextuale și sensibilizează utilizatorii cu privire la dezinformarea online. Codul consolidat ar trebui să prevadă un sprijin consolidat pentru activitatea acestora și să sporească gradul de acoperire al activităților de verificare a faptelor în toate statele membre ale UE și în toate limbile.

⁶⁹ Discuția cu părțile interesate a arătat sprijinul semnatarilor codului și al comunității de cercetare pentru această inițiativă: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/summary-multi-stakeholder-discussions-preparation-guidance-strengthen-code-practice-disinformation>.

⁷⁰ Organizațiile de verificare a faptelor publică în mod regulat rapoarte imparțiale cu privire la acuratețea declarațiilor făcute de personalități publice și de instituții importante, precum și cu privire la alte afirmații de interes pentru societate difuzate pe scară largă. Acestea sunt independente și respectă norme etice și de transparență stricte, precum cele definite de Rețeaua internațională de verificatori ai veridicității informațiilor (International Fact-checking Network – IFCN) (<https://www.poynter.org/international-fact-checking-network-fact-checkers-code-principles>).

8.3.1 Forme de cooperare

Având în vedere lacunele semnificative și aplicarea inegală a activităților de verificare a faptelor în cadrul serviciilor și al statelor membre⁷¹, platformele semnatare ar trebui să se angajeze să ia măsuri concrete, cu obiective și termene clare, pentru a-și extinde cooperarea cu verificatorii de fapte pentru a asigura aplicarea consecventă a verificării faptelor în cadrul serviciilor lor. Eforturile ar trebui să se concentreze, în special, asupra statelor membre și a limbilor în care verificarea faptelor nu este încă furnizată⁷².

Acest lucru ar putea fi realizat prin acorduri multilaterale între platforme și organizații independente de verificare a faptelor care îndeplinesc standarde etice și profesionale înalte. Aceste acorduri ar trebui să se bazeze pe condiții transparente, deschise și nediscriminatorii și să asigure independența verificatorilor de fapte. Acordurile ar trebui să prevadă o remunerare echitabilă a verificatorilor de fapte pentru activitatea utilizată de platforme, să încurajeze cooperarea transfrontalieră între verificatorii de fapte și să faciliteze fluxul de verificări de fapte între serviciile semnatarilor.

Având în vedere rolul său în promovarea activităților comune de verificare a faptelor, EDMO este bine adaptat pentru a sprijini platformele și verificatorii de fapte în dezvoltarea unui cadru de colaborare, inclusiv crearea unei interfețe comune pentru verificatorii de fapte, schimbul de informații între verificatorii de fapte și promovarea cooperării transfrontaliere⁷³.

8.3.2 Utilizarea și integrarea verificării faptelor în serviciile semnatarilor

Codul consolidat ar trebui să includă angajamente care să impună utilizarea și integrarea mai consecventă a activității verificatorilor de fapte în serviciile platformelor, inclusiv în sistemele de publicitate programatică și în conținutul video. Platformele ar trebui să se angajeze să utilizeze mecanisme care să permită integrarea promptă și consecventă a verificărilor de fapte în serviciile lor în urma notificării de către verificatorii de fapte, inclusiv etichetarea rapidă și eficientă. Semnatarii relevanți ar trebui să faciliteze crearea unui registru comun de articole de verificare a faptelor (verificări ale faptelor) produse de verificatorii de fapte și să exploreze soluții tehnologice pentru a facilita utilizarea sa eficientă în toate platformele și limbile pentru a preveni reapariția dezinformării care a fost dezmințită de verificatorii de fapte⁷⁴.

8.3.3 Accesul verificatorilor de fapte la informațiile relevante

Pentru a maximiza calitatea și impactul verificării faptelor, codul consolidat ar trebui să garanteze că platformele semnatare se angajează să ofere verificatorilor de fapte acces automat la informații cu privire la acțiunile pe care le-au întreprins în ceea ce privește conținutul verificat și faptele verificate. Informațiile ar trebui să cuantifice (i) interacțiunile utilizatorilor de-a lungul timpului (de exemplu, numărul de vizualizări,

⁷¹ <https://www.disinfo.eu/publications/bulgaria%3A-the-wild-wild-east-of-vaccine-disinformation/>.

⁷² Harta activităților EDMO de verificare a faptelor în UE: <https://edmo.eu/fact-checking-activities/>.

⁷³ Pentru a sprijini în continuare activitatea verificatorilor de fapte europeni, cooperarea acestora și elaborarea unor standarde profesionale convenite de comun acord, proiectul-pilot „Integritatea platformelor de comunicare socială” va sprijini elaborarea unui cod de integritate profesională pentru verificatorii de fapte europeni, în cooperare cu EDMO. A se vedea: programul anual de lucru, adoptat în temeiul Deciziei C(2020) 2259 a Comisiei.

⁷⁴ În ceea ce privește crearea unui registru de verificare a faptelor, semnatarii ar putea urmări să obțină sinergii cu EDMO.

aprecieri, distribuirii, comentariile înainte și după verificarea faptelor)⁷⁵ cu conținutul care a fost verificat și (ii) impactul în timp al verificării faptelor în cadrul serviciilor online unde au fost publicate. Platformele și verificatorii de fapte ar trebui să convină asupra unei interfețe comune pentru verificarea faptelor, pentru a asigura coerența modului în care platformele utilizează, acreditează și oferă feedback cu privire la activitatea verificatorilor de fapte. În plus, codul ar trebui să prevadă schimburi periodice de informații între semnatarii relevanți ai codului și comunitatea de verificare a faptelor, în vederea consolidării în continuare a cooperării.

9 MONITORIZAREA CODULUI

Codul consolidat ar trebui să fie completat de un sistem solid de monitorizare, pe baza experienței de până acum a Comisiei în ceea ce privește monitorizarea codului, inclusiv a programului privind COVID-19. Sistemul de monitorizare îmbunătățit ar trebui să prevadă evaluarea periodică a punerii în aplicare de către semnatori a angajamentelor codului, să stimuleze îmbunătățirea politicilor și acțiunilor acestora și să permită evaluarea eficacității codului ca instrument de combatere a dezinformării. Sistemul de monitorizare îmbunătățit ar trebui să consolideze responsabilitatea platformelor online între timp înainte de adoptarea actului legislativ privind serviciile digitale și să ofere un cadru, printre altele, pentru un dialog structurat cu platforme foarte mari referitor la dezvoltarea și implementarea de măsuri de evaluare și atenuare a riscurilor, anticipând obligațiile juridice prevăzute pentru acestea în propunerea de act legislativ privind serviciile digitale.

Având în vedere aceste obiective, angajamentele existente ale codului privind monitorizarea ar trebui consolidate și extinse pentru a crea un cadru solid care să încorporeze elementele fundamentale prezentate mai jos. Codul consolidat ar trebui să asigure, în special, faptul că semnatarii furnizează informațiile și datele pentru monitorizarea în formate standardizate, cu defalcări în funcție de statele membre și în timp util.

9.1 Indicatori-cheie de performanță

Monitorizarea codului ar trebui să se bazeze pe indicatori-cheie de performanță capabili să măsoare punerea în aplicare și eficacitatea angajamentelor codului și impactul codului asupra fenomenului de dezinformare. În acest scop, sunt pertinente două clase de indicatori-cheie de performanță: (i) indicatorii privind nivelul serviciului, care măsoară rezultatele și impactul politicilor puse în aplicare de semnatori pentru a-și îndeplini angajamentele asumate în temeiul codului, și (ii) indicatorii structurali, care măsoară impactul global al codului asupra dezinformării în UE.

9.1.1 Indicatori privind nivelul serviciului

În conformitate cu codul revizuit, semnatarii ar trebui să se angajeze să formuleze indicatori concreți privind nivelul serviciului. Indicatorii privind nivelul serviciului ar trebui să măsoare în mod eficace punerea în aplicare a angajamentelor codului și impactul politicilor semnatărilor. Indicatorii ar trebui să fie suficient de flexibili pentru a ține seama de natura diferită a serviciilor semnatărilor, permițând în același timp raportări și comparații coerente între servicii.

⁷⁵ Acestea ar trebui să includă, de asemenea, demografia anonimizată și localizarea celor care partajează/primesc conținut verificat din punct de vedere al faptelor.

Codul consolidat ar trebui să impună semnatarilor să identifice, să raporteze și să respecte un set minim de indicatori calitativi și cantitativi care vizează, printre altele, să evalueze:

- impactul instrumentelor și al caracteristicilor instituite pentru a spori gradul de sensibilizare a utilizatorilor și responsabilizarea acestora, inclusiv interacțiunile utilizatorilor cu astfel de instrumente și caracteristici⁷⁶;
- impactul instrumentelor și al caracteristicilor care afișează sau fac mai vizibile informații fiabile de interes public, inclusiv interacțiunile utilizatorilor cu astfel de instrumente și caracteristici⁷⁷;
- Numărul de verificări ale faptelor, procentul de conținut verificat în raport cu conținutul semnalat de utilizatori și finanțarea oferită pentru activitățile de verificare a faptelor.
- impactul activităților de verificare a faptelor și al interacțiunilor utilizatorilor cu informațiile verificate care se dovedesc false sau înșelătoare⁷⁸;
- numărul de contestații în legătură cu acțiunile întreprinse cu privire la conținut de către platforme ca urmare a semnalării dezinformării și informații cu privire la rezultatul acestora;
- numărul de pagini, conturi, profiluri și grupuri care partajează dezinformarea, care fac obiectul unor acțiuni de reducere a vizibilității acestora⁷⁹, precum și volumul acestor conținuturi partajate;
- impactul comportamentului de manipulare inadmisibil identificat, inclusiv cazurile de conținut sau de conturi eliminate sau retrogradate⁸⁰;
- numărul de parteneriate între semnarii codului din industria publicității și entitățile terțe care evaluează calitatea surselor de informații;
- impactul măsurilor utilizate pentru controlul plasării anunțurilor publicitare⁸¹;
- cantitatea și granularitatea datelor puse la dispoziție în scopuri de cercetare și numărul de organizații europene de cercetare care au acces la datele platformelor;

⁷⁶ Impactul ar putea fi măsurat prin indicatori care cuantifică nivelul de interacțiune (de exemplu, vizualizări, ratele de clic, partajări etc.) a utilizatorilor cu astfel de instrumente și calificând percepția utilizatorilor în ceea ce privește utilitatea unor astfel de instrumente. De asemenea, indicatorii ar trebui să includă date privind utilizarea instrumentelor pentru semnalarea și raportarea conținutului perceput ca fiind fals.

⁷⁷ Impactul ar putea fi măsurat prin indicatori care cuantifică nivelul de interacțiune (de exemplu, vizualizări, impresii, ratele de clic, partajări etc.) a utilizatorilor cu astfel de instrumente și calificând percepția utilizatorilor în ceea ce privește utilitatea unor astfel de instrumente.

⁷⁸ Impactul ar putea fi măsurat prin indicatori care cuantifică nivelul de interacțiune (de exemplu, vizualizări, ratele de clic, partajări) cu elemente de conținut înainte și după ce au fost etichetate sau retrogradate ca urmare a faptului că se dovedesc false în urma verificării. Alți indicatori ar putea oferi, de asemenea, informații cu privire la modul în care au loc interacțiunile utilizatorilor.

⁷⁹ Inclusiv măsuri precum retrogradarea conținutului, precum și închiderea profilurilor și a grupurilor.

⁸⁰ Impactul ar putea fi măsurat prin indicatori care cuantifică nivelul de interacțiune (de exemplu, vizualizări, ratele de clic, partajări etc.) cu conținutul, conturile și cazurile înainte de eliminarea acestora și înainte și după retrogradarea acestora.

⁸¹ Impactul ar putea fi măsurat prin indicatori care cuantifică numărul de anunțuri publicitare afișate pe site-urile web identificate ca furnizând în mod constant dezinformare și numărul de anunțuri publicitare cu caracter de dezinformare care au fost eliminate.

- volumul resurselor puse la dispoziție de semnatori pentru cercetare în materie de dezinformare și numărul de organizații europene de cercetare care au acces la astfel de resurse;
- informații privind forța de muncă umană implicată în îndeplinirea angajamentelor codului⁸².

9.1.2 Indicatori structurali

Semnatorii codului ar trebui, de asemenea, să își asume angajamentul de a contribui la elaborarea unor indicatori structurali care să poată măsura în mod eficace impactul general al codului asupra fenomenului de dezinformare. Astfel cum se descrie mai jos, semnatorii ar trebui să înființeze un grup operativ permanent ale cărui atribuții vor include dezvoltarea, testarea și ajustarea indicatorilor structurali.

Indicatorii structurali ar putea, de exemplu, să se bazeze pe eșantioane reprezentative de utilizatori din diferite state membre, menite să evalueze prevalența vectorilor persistenți ai dezinformării⁸³ în consumul de conținut de media online al cetățenilor europeni⁸⁴. Astfel de indicatori ar putea măsura implicarea publicului în sursele de informare, precum și în sondaje periodice și standardizate pentru a măsura expunerea cetățenilor la dezinformare.

Până la elaborarea unui set mai stabil de indicatori structurali, semnatorii și părțile interesate ar trebui să convină asupra unui set minim viabil de indicatori structurali care să poată fi implementați și testați rapid, încercând să dezvolte un set stabil de indicatori structurali eficienți.

9.2 Cadrul de monitorizare

Cadrul de monitorizare ar trebui să permită evaluarea periodică a punerii în aplicare de către semnatori a angajamentelor codului, inclusiv a modificărilor și evoluțiilor politicilor și acțiunilor pertinente. În acest scop, semnatorii ar trebui să raporteze periodic Comisiei cu privire la punerea în aplicare a angajamentelor lor, inclusiv a indicatorilor-cheie de performanță relevanți.

În urma experienței pozitive a programelor de monitorizare din timpul alegerilor UE din 2019⁸⁵ și al pandemiei de COVID-19, Comisia se va baza pe sprijinul Grupului autorităților europene de reglementare pentru serviciile mass-media audiovizuale (ERGA) pentru monitorizarea punerii în aplicare a codului la nivelul statelor membre. EDMO și centrele sale ar trebui, de asemenea, să sprijine Comisia în analizarea informațiilor și a datelor raportate de semnatori și în evaluarea impactului codului la nivel național și la nivelul UE.

⁸² Acestea includ numărul de membri ai personalului angajat pentru a desfășura activități de combatere a dezinformării și limbile vizate de activitățile lor.

⁸³ Identificarea vectorilor online ai dezinformării ar trebui să se bazeze pe o metodologie clară și convenită, definită de un grup mai larg de părți interesate, inclusiv cercetători din mediul academic, verificatori de fapte, ONG-uri și organizații ale societății civile.

⁸⁴ Mecanismul de măsurare a indicatorilor structurali s-ar putea inspira din ceea ce face sectorul audiovizual pentru măsurarea audiențelor.

⁸⁵ <https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2020/05/ERGA-2019-report-published-2020-LQ.pdf>.

Ținând seama de recomandările experților și de sprijinul din partea ERGA și EDMO, Comisia va evalua periodic progresele înregistrate în punerea în aplicare a codului, precum și impactul codului asupra fenomenului de dezinformare și va publica concluziile sale. De asemenea, Comisia poate oferi orientări suplimentare cu privire la modul în care semnatarii ar trebui să abordeze deficiențele și lacunele rămase în cod.

9.2.1 Raportarea periodică

Obligațiile de raportare în temeiul codului consolidat ar trebui să țină seama de dimensiunea semnatarilor și de tipul de servicii pe care aceștia le furnizează. Furnizorii de servicii online care sunt utilizați pe scară largă la nivelul UE și care au profiluri de risc mai ridicate în ceea ce privește răspândirea dezinformării ar trebui să raporteze o dată la șase luni cu privire la punerea în aplicare a angajamentelor pe care și le-au asumat și ar trebui să furnizeze indicatori corespunzători privind nivelul serviciilor. De asemenea, aceștia ar trebui să evalueze anual riscurile legate de fenomenul dezinformării. Alți semnatori ai codului ar trebui să raporteze anual și să furnizeze date corespunzătoare activităților lor. Semnatarii care oferă unelte, instrumente sau soluții pentru combaterea dezinformării sau care sprijină codul prin furnizarea de expertiză ar trebui, de asemenea, să raporteze anual cu privire la activitățile și concluziile lor care sunt relevante pentru punerea în aplicare și eficacitatea codului. Raportarea ar trebui efectuată în conformitate cu un calendar definit care stabilește perioadele de acoperire și termenele de depunere. Datele utilizate pentru măsurarea indicatorilor-cheie de performanță ar trebui să includă defalcări la nivel de stat membru.

Raportarea ar trebui să se bazeze pe un model armonizat care să permită, în măsura posibilului, comparații între platforme. În plus, semnatarii ar trebui să convină asupra unui set de formate standard și verificabile pentru furnizarea de date referitoare la indicatorii-cheie de performanță. Aceste formate ar trebui să fie elaborate în colaborare cu părțile interesate relevante din cadrul grupului operativ permanent și ar trebui să respecte standardele și să utilizeze metode ale comunității de cercetare și de verificare a faptelor. În cele din urmă, aceste formate ar trebui să permită actualizarea continuă a unui tablou de bord public pus la dispoziție prin intermediul centrului de transparență, astfel cum este descris mai jos.

9.2.2 Centrul de transparență

Pentru a spori transparența și responsabilitatea în ceea ce privește punerea în aplicare a codului, semnatarii ar trebui să se angajeze să creeze și să mențină un centru de transparență accesibil publicului. Semnatarii ar trebui să indice în centrul de transparență politicile specifice pe care le-au adoptat pentru a pune în aplicare fiecare angajament din cod pe care și l-au asumat și să furnizeze informații de bază cu privire la modul în care aceste politici sunt puse în aplicare, inclusiv acoperirea geografică și lingvistică. Acesta ar trebui să conțină, de asemenea, un tablou de bord public care să prezinte indicatori-cheie de performanță relevanți. Centrul de transparență ar trebui să fie conceput, în special, pentru a permite comparații între servicii ale progreselor înregistrate de semnatori în ceea ce privește punerea în aplicare a angajamentelor codului și obținerea unor impacturi măsurabile în lupta împotriva dezinformării. Semnatarii ar trebui să se angajeze să actualizeze periodic centrul de transparență și să facă publică orice modificare a politicilor relevante în termen de cel mult 30 de zile de la anunțarea sau punerea în aplicare a unei modificări.

9.2.3 Grupul operativ permanent

Codul consolidat ar trebui să instituie un grup operativ permanent care să vizeze evoluția și adaptarea codului în funcție de evoluțiile tehnologice, societale, de piață și legislative. Grupul operativ ar trebui să includă semnatarii codului și reprezentanți ai EDMO, ERGA și ar putea invita experți relevanți pentru a sprijini activitatea acestuia. Grupul operativ ar trebui să fie prezidat de Comisie și să includă reprezentanți ai Serviciului European de Acțiune Externă. În conformitate cu obiectivul general de a furniza informații pentru revizuirea și adaptarea codului, activitățile grupului operativ ar trebui să includă, printre altele:

- stabilirea unei metodologii de evaluare a riscurilor și a unui sistem de reacție rapidă care să fie utilizat în situații speciale, cum ar fi alegerile sau crizele;
- revizuirea calității și a eficacității modelului de raportare armonizat, precum și a formatelor și metodelor de publicare a datelor în scopuri de monitorizare;
- optimizarea calității și preciziei datelor care trebuie furnizate pentru măsurarea indicatorilor;
- contribuție la evaluarea calității și a eficacității indicatorilor privind nivelul serviciului și la adaptarea lor relevantă;
- elaborarea, testarea și ajustarea indicatorilor structurali și conceperea unor mecanisme de măsurare a acestora la nivelul statelor membre;
- furnizarea de informații de specialitate și de dovezi actualizate relevante pentru angajamentele codului, cum ar fi, printre altele, noi forme de comportament neautentic.

10 CONCLUZII ȘI ETAPELE URMĂTOARE

Prezentele orientări stabilesc elemente-cheie care sunt necesare, în opinia Comisiei, pentru a transforma codul într-un instrument mai puternic de combatere a dezinformării și de creare a unui mediu online mai sigur și mai transparent.

Comisia invită semnatarii codului să se reunească și să consolideze codul, în conformitate cu prezentele orientări. Comisia invită semnatarii să prezinte un prim proiect al codului revizuit în toamnă, pentru a permite o discuție adecvată. De asemenea, invită potențialii noi semnatori să adere la cod și să participe la revizuirea acestuia, inclusiv platformele existente și emergente, actorii corporativi și alți participanți din sectorul publicității online, precum și alte părți interesate care pot contribui cu resurse sau expertiză la funcționarea eficace a codului.

Întrucât dezinformarea este un fenomen fără frontiere și pentru a consolida impactul real al Codului de bune practici, ar fi utile acțiuni în vecinătatea europeană, cum ar fi colaborarea cu societatea civilă, cooperarea cu profesioniștii din domeniul mass-mediei și inițiative de alfabetizare mediatică.