

Report disinformazione

Rapporto periodico del Partito Democratico
sull'industria delle false notizie in rete

N.2 Mercoledì
10 gennaio 2018



**Moltiplica
e mistifica**

Introduzione

■ L'obiettivo dei nostri report è analizzare e mettere in luce alcune delle dinamiche all'origine del disordine informativo nel web del nostro Paese: disordine che deriva dalla creazione e dalla diffusione programmata di contenuti falsi, ingannevoli, manipolati, non autentici, propagandistici e misinformativi.

L'analisi contenuta nel nostro primo report costituiva soltanto la punta dell'iceberg del complesso network di disinformazione e misinformazione¹ che condiziona l'universo comunicativo italiano e che appare mirato a diffondere un sentimento generale di sfiducia e disorientamento, facendo leva su tensioni sociali e culturali di tipo etnico, interreligioso, (pseudo)scientifico, economico e politico.

Da uno sguardo più approfondito al fenomeno, le influenze sull'ecosistema informativo risultano varie, molteplici e di diversa entità: si passa dalla semplice satira fuorviante al contenuto totalmente falso e costruito scientificamente

per provocare un danno a un obiettivo specifico.

L'ecosistema web di ambito politico è un contesto più complesso di altri. Il confine tra canali ufficiali, non ufficiali, militanza, attivismo o iniziativa personale dei soggetti è spesso difficile da stabilire. Al di fuori della rete di portali social ufficiali e di diretta espressione di partiti o movimenti, esiste una galassia di attività di supporto in cui il confine tra attivismo e professionalità appare spesso sfumato.

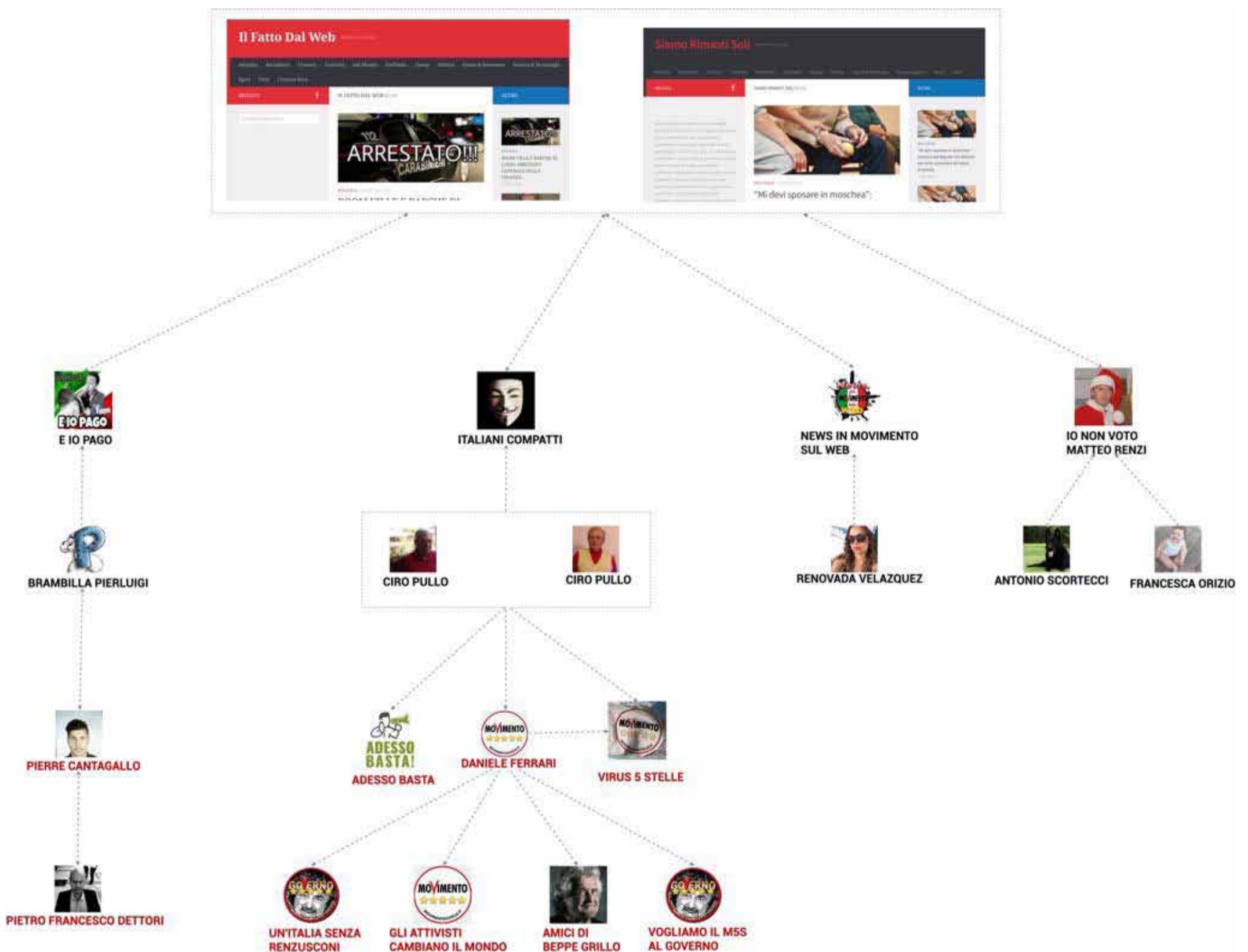
Questo complesso ecosistema è influenzato dall'attività costante e non trascurabile di pagine e portali pseudoinformativi e di opinione ad alto impatto. I volumi prodotti da questi centri di influenza nevralgici non sono il prodotto di un caso, ma costituiscono il risultato di una serie di connessioni e attività coordinate, poste in essere al fine di aumentare la capacità diffusiva dei contenuti e condizionare l'opinione pubblica. ▼



¹ Con 'disinformazione' intendiamo la creazione e condivisione volontaria di notizie destituite di fondamento. Con "misinformazione" la condivisione involontaria di notizie destituite di fondamento.

▶ Non si può negare che talvolta questo tipo di attività sia semplicemente finalizzata al profitto. Tuttavia non è questo il caso preso qui in esame: abbiamo invece deciso di focalizzare l'analisi su una galassia definita di pagine e siti la cui finalità è difficilmente individuabile nella monetizzazione del traffico prodotto. È proprio per questa ragione che le attività qui riportate si sono imposte alla nostra attenzione: appare infatti difficile giustificare l'attività di un insieme di pagine in grado di coinvolgere più di 700.000 fan e il cui scopo non risulta essere il mero profitto economico. Del resto, lo scenario italiano non è un unicum ma sembra ripercorrere le vie di dinamiche

già ben note a livello internazionale. È ormai da anni ben noto che il sistema informativo contemporaneo sia adulterato – su scala globale – da un sistema di creazione, propagazione e fruizione di messaggi “inquinati” da disinformazione e misinformazione, favoriti dai meccanismi della ‘social technology’ contemporanea, che ricorre sempre più spesso a espedienti di manipolazione dell’influenza sull’opinione pubblica come l’uso di bot per condizionare, ad esempio, i risultati di sondaggi, petizioni online, determinare i risultati dei motori di ricerca o “spingere”, viralizzandoli, determinati messaggi sui social media.²



Nello schema, la rete di **pagine Facebook analizzate nel report**. Tutte sono impegnate nella diffusione di contenuti pubblicati dai siti: “Il Fatto dal web” e “Siamo rimasti soli”.

² Nato StratCom, Digital Hydra: Security Implications of False Information, Riga, (November 2017) <https://www.stratcomcoe.org/digital-hydra-security-implications-false-information-online>. Cfr. anche Claire Wardle, Hossein Derakhshan (eds.), Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making, Council of Europe Report, DGI(2017)09.

Raddoppia e disinforma: “Il Fatto dal Web” e “Siamo rimasti soli”

Il primo caso che qui analizziamo riguarda l'attività congiunta di due siti, con attività fortemente sbilanciata a favore della produzione e diffusione di informazioni di carattere politico che risultano false, fuorvianti e ingannevoli. L'insieme dei canali studiati presenta un cluster di contenuti, pubblicati serialmente e costantemente, riconducibili all'area politica di estrema destra, del populismo movimentista e alle loro prospettive politiche e socioeconomiche: xenofobia al limite del razzismo, attacco diretto alle istituzioni, propaganda genericamente antiscientifica (soprattutto antivaccinista), antieuropeismo, nonché espliciti attacchi ai rappresentanti del PD e più in generale agli esponenti della sinistra.

I due siti pubblicano in media circa 20 contenuti al giorno a testa: segno di un'intensa attività di tipo professionale. Entrambi sono registrati in maniera anonima, senza che sia possibile identificare alcun autore responsabile delle rispettive attività editoriali. Da un'analisi più attenta, tuttavia, si rileva che entrambi i siti sono gestiti dal medesimo account di Google Analytics, codice univoco che identifica l'amministratore di un sito permettendogli di controllarne le performance e le attività. Non solo: “Siamo rimasti soli” e “Il Fatto dal web” - prima che quest'ultimo migrasse, su altro server - sono (nel caso del primo) ed erano (nel secondo) ospitati sullo stesso server che ospita siti ufficiali di una web agency: la Callidus PRO, avente sede ad Aquis Terme (151.80.103.169). Non solo: il suddetto account (UA-74438239-*) è attualmente utilizzato per gestire i servizi rivolti a gran parte dei clienti della Callidus Pro. Qual è, dunque, il legame tra l'azienda e questi siti costantemente impegnati in una consistente campagna di disinformazione? La compresenza di questi portali sugli stessi server fa pensare a un progetto organico, avente un'unica regia.



DALL'ITALIA 1 GENNAIO 2018

“Puttana bianca!”, 8 islamici insultano sua moglie: tenente dell'esercito li massacrò uno per uno

Brutta esperienza per otto immigrati islamici iracheni che hanno violentemente insultato la moglie di un veterano dell'esercito. Il tenente colonnello Kyle Tyrrell, che non ha esitato un attimo nel difendere la sua donna, affronta...

[vai alla pagina originale](#)
[vai al debunk di Butac](#)



DALL'ITALIA 31 DICEMBRE 2017

OTTO ANNI FA PAPA RATZINGER DISSE LA VERITÀ SULL'ISLAM E FU LINCIATO: ORA SI SCOPRE CHE AVEVA RAGIONE

Sono passati otto anni da quando Papa Ratzinger (il vero Papa) disse la verità sull'Islam, una religione violenta che punta alla conquista del mondo, e ci mise in guardia sul pericolo terrorista e fondamentalismo...

[vai alla pagina originale](#)



Il Fatto Dal Web notizie e curiosi

Attualità Barzellette Cronaca Curiosità Dal Mondo Dall'Italia Gossip
Politica Salute & Benessere Scienza & Tecnologia Sport Viral Cronaca Nera

» CRONACA 0

Dal 1° gennaio 2018 vaccini obbligatori anche per gli adulti. Scoperto l'emendamento segreto nel ddl

DI FATTI WEB - 22 DICEMBRE 2017

[vai alla pagina originale](#)
[vai al debunk di Puente](#)



Il Fatto Dal Web notizie e curiosi

Attualità Barzellette Cronaca Curiosità Dal Mondo Dall'Italia Gossip
Politica Salute & Benessere Scienza & Tecnologia Sport Viral Cronaca Nera

» CRONACA 0

Vaccini: un medico scrive un post su facebook che spopola in tutta Italia. Ecco cosa ha scritto:

[vai alla pagina originale](#)



Moltiplica e diffondi

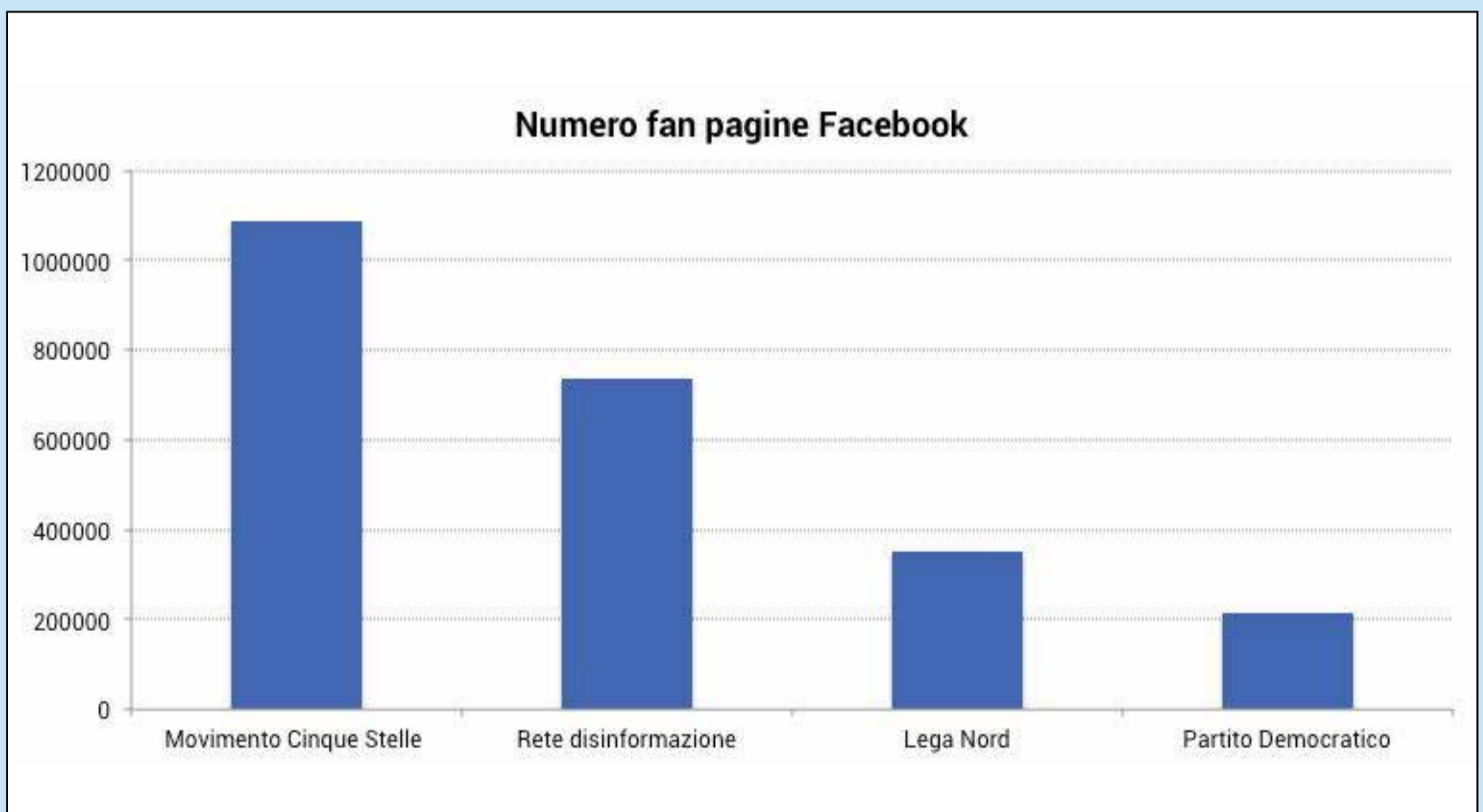
Quale interesse può venire da due siti all'apparenza poco curati e di piccole dimensioni, capaci di produrre un impatto economico minimo? Il "salto di qualità" nelle attività di questi siti avviene nel passaggio tra creazione di articoli con contenuti fuorvianti e imprecisi - quando non volutamente falsi - e la loro diffusione sui social network. Infatti - come rilevato dal summenzionato report NATO - per comprendere le contemporanee campagne di disinformazione è necessario mettere in luce i legami alla base del binomio blog-pagine social: un binomio che realizza il progetto di diffusione cross-mediale della disinformazione sfruttando i meccanismi della cosiddetta "filter bubble" e delle "camere dell'eco". E' proprio su Facebook, infatti, che queste camere dell'eco³ sfruttano al massimo il loro potere di diffusione di messaggi specificamente orientati.

Il primo dei siti internet sopra menzionati - "Il Fatto dal web" - è infatti condiviso sistematica-

mente da una nutrita schiera di pagine Facebook, tra le quali spiccano i casi di "E io pago", "News in Movimento dal Web" e "Io non voto Matteo Renzi".

"E io pago" è la pagina Facebook ufficiale del sito "Il Fatto dal web" ed è collegata direttamente a "News in Movimento" attraverso uno scambio esclusivo di like tra le due pagine. Ciò significa che entrambe le pagine hanno messo like soltanto a un'altra pagina a testa: Il Fatto dal Web a News in Movimento e viceversa. Ciò sancisce inequivocabilmente un solido legame reciproco.

Oltre a queste pagine Facebook ufficiali, le altre pagine qui analizzate condividono con costanza lo stesso serbatoio di contenuti. Ad esempio "Io non voto Matteo Renzi" ha pubblicato link relativi a "Il Fatto dal Web" per tre quarti dei post pubblicati a dicembre; la pagina "Italiani Compatti" ha invece condiviso articoli da "Siamo rimasti soli" nell'80% dei contenuti pubblicati.



Confronto dei fan delle pagine Facebook ufficiali di alcuni partiti politici italiani e il totale dei fan coinvolti dalla rete di disinformazione delle pagine qui analizzate.

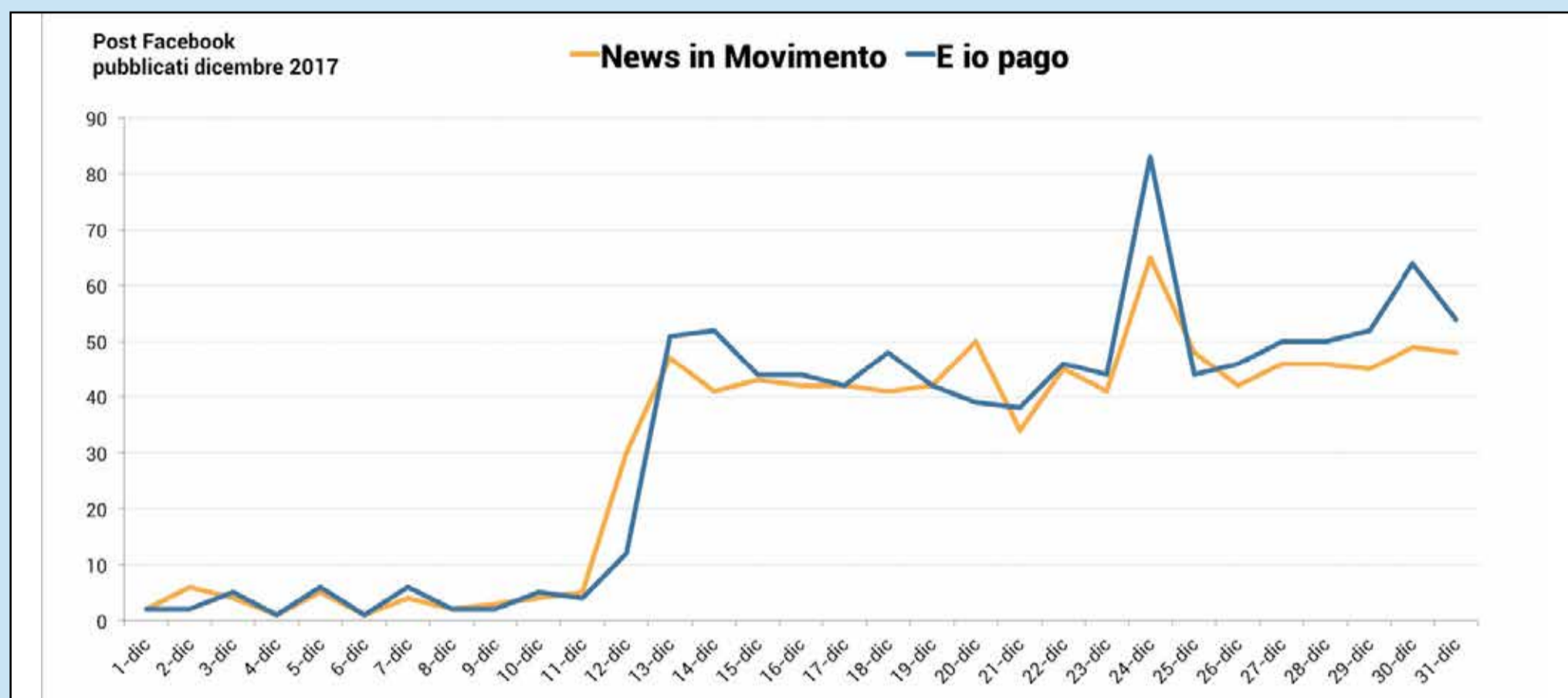
³Le cosiddette "camere dell'eco" sono spazi comunicativi in cui - soprattutto sui social network - le idee che si esprimono sono confermate e rafforzate le une con le altre perché condivise tra soggetti con mentalità molto simile, per cui lo scambio di informazioni è spesso tra messaggi affini. L'effetto informativo è quindi di un sostanziale riverbero che aumenta la convinzione della bontà dei contenuti tra i partecipanti alla comunicazione. Esiste una relazione evidente tra gli algoritmi delle piattaforme social e la formazione di "camere dell'eco": gli algoritmi rimandano a pagine, argomenti e persone che sono state gradite dagli utenti, "filtrando" le informazioni, e quindi formando intorno al singolo utente una sorta di "bolla" personalizzata all'interno della quale si trovano informazioni gradite perché già apprezzate in passato.

“E io pago”: propaganda professionale senza fini di lucro

Il collegamento tra “E io pago” (292K like) e “News in movimento dal Web” (pagina non ufficiale di sostegno al M5S da oltre 70K like) è rafforzato da alcuni post di invito pubblicati dalla seconda a seguire la prima.

Abbiamo inoltre analizzato l'andamento dei post pubblicati dalle due pagine nel corso dell'ultimo mese: entrambi presentano un trend anomalo e significativamente simile, con comportamenti quasi del tutto sovrapponibili.

Fino all'11-12 dicembre entrambe le pagine risultavano sì attive, ma pubblicavano, ancorché quotidianamente, in modo discontinuo e senza superare mai una media di 10 post al giorno. Improvvisamente, tuttavia, la coppia di pagine ha iniziato a postare con una frequenza molto più alta del solito, raggiungendo un ritmo di emissione pari a due post all'ora, 24 ore su 24 (809 post per “News in movimento”, 823 per “E io pago”).



È fondamentale sottolineare che un attivista o un gestore di pagine a livello amatoriale non può sostenere da solo un ritmo di pubblicazione di questo tipo. L'anomalia del caso è amplificata dal fatto che l'attività delle pagine non è capace di produrre alcun profitto economico. Se non sono amatoriali, dunque, le attività delle pagine sono professionali. Chi so-

stiene i costi di questo attivismo, incapace di autosostenersi tramite i proventi derivanti dal traffico creato? Se non è economica, la motivazione non può che essere politica.

Vediamo dunque alcuni dei principali contenuti, tra cui molti di carattere politico, condivisi dalle due pagine negli ultimi mesi.



[vai alla pagina originale](#)



[vai alla pagina originale](#)



[vai alla pagina originale](#)



[vai alla pagina originale](#)



[vai alla pagina originale](#)



[vai alla pagina originale](#)

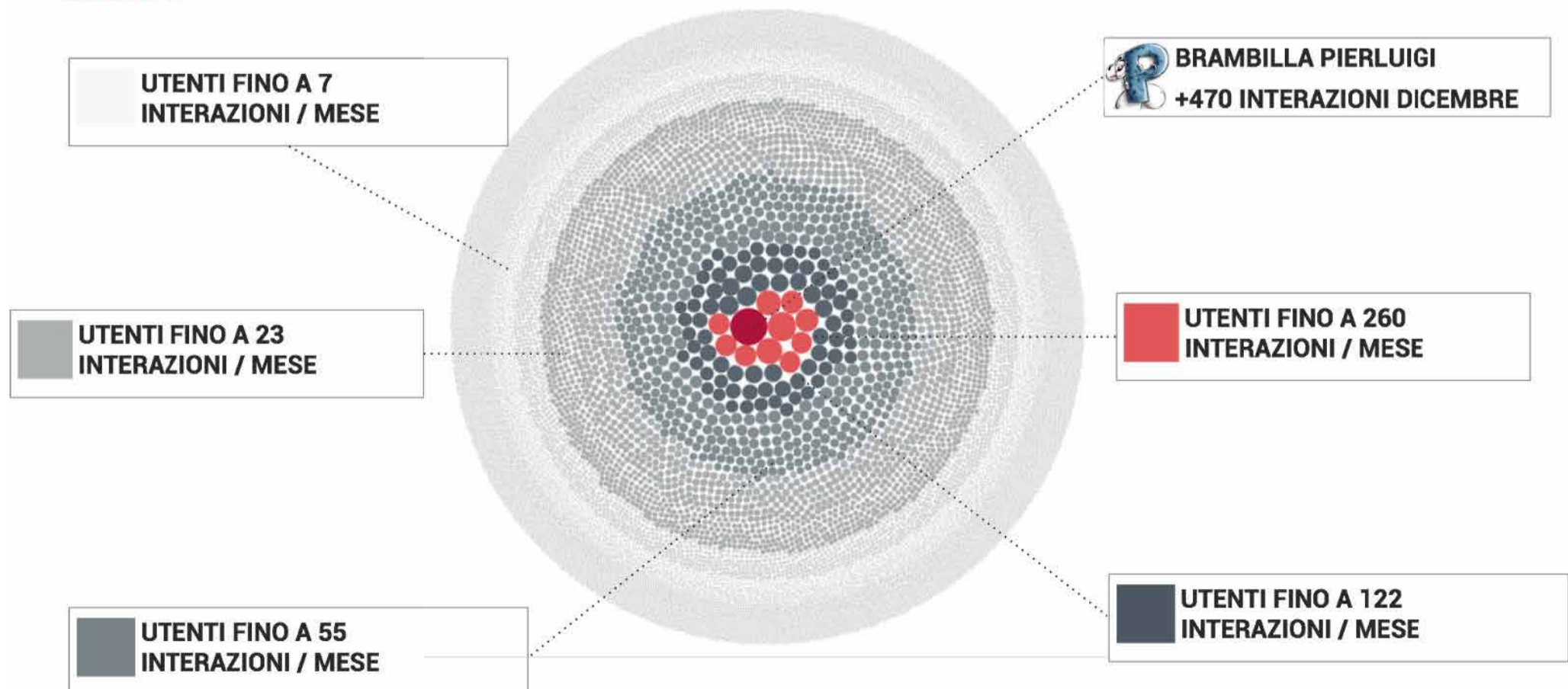
▶ Ma non fermiamoci ai soli contenuti pubblicati: per diventare virali, questi devono essere diffusi da utenti fedeli, attivi sulle pagine. Anche in questo caso, uno studio più approfondito di tutti gli utenti che hanno interagito nell'ultimo mese con entrambe le pagine evidenzia l'esistenza di anomalie che fanno immaginare un'attività sostenuta in modo non spontaneo. In entrambi i casi, un utente medio ha interagito con la pagina una sola volta in un mese: un'unica interazione in 30 giorni, dunque. Eppure, abbiamo rilevato attività dalle 150 alle 400 volte superiori alla norma, riconducibili ad alcuni singoli utenti. Ad esempio, Brambilla Pierluigi ([link profilo Fb](#)) tra il 13 e il 31 dicembre ha interagito con la pagina oltre 470 volte, quasi due like all'ora, tutti i giorni, tra le 7 e le 23. Il profilo si presenta con immagine aggiornata al

2013, condivisioni quotidiane e costanti di articoli xenofobi e gallerie di immagini neo-fasciste ([link](#)). Curiosa anche la sua amicizia con il profilo Facebook personale del blogger Pierre Cantagallo. Cantagallo è una figura pubblica di attivista del Movimento Cinque Stelle con un [profilo Facebook](#) pubblico da 185k like da cui condivide articoli, immagini, video e amicizie ben inserite nel Movimento, come quella di Pietro Dettori (attualmente unico dipendente dell'Associazione Rousseau, gestore del blog di Grillo). O, ancora, l'utente Renovada Velazquez ([link](#)) attiva a dicembre più di 524 volte considerando solo i like rivolti ai post della pagina "News in movimento dal Web" e che dal proprio profilo condivide costantemente petizioni online create da una Arelis Rodriguez con cui condivide la foto profilo.



E IO PAGO

A dicembre l'utente medio ha interagito con la pagina 1 volta

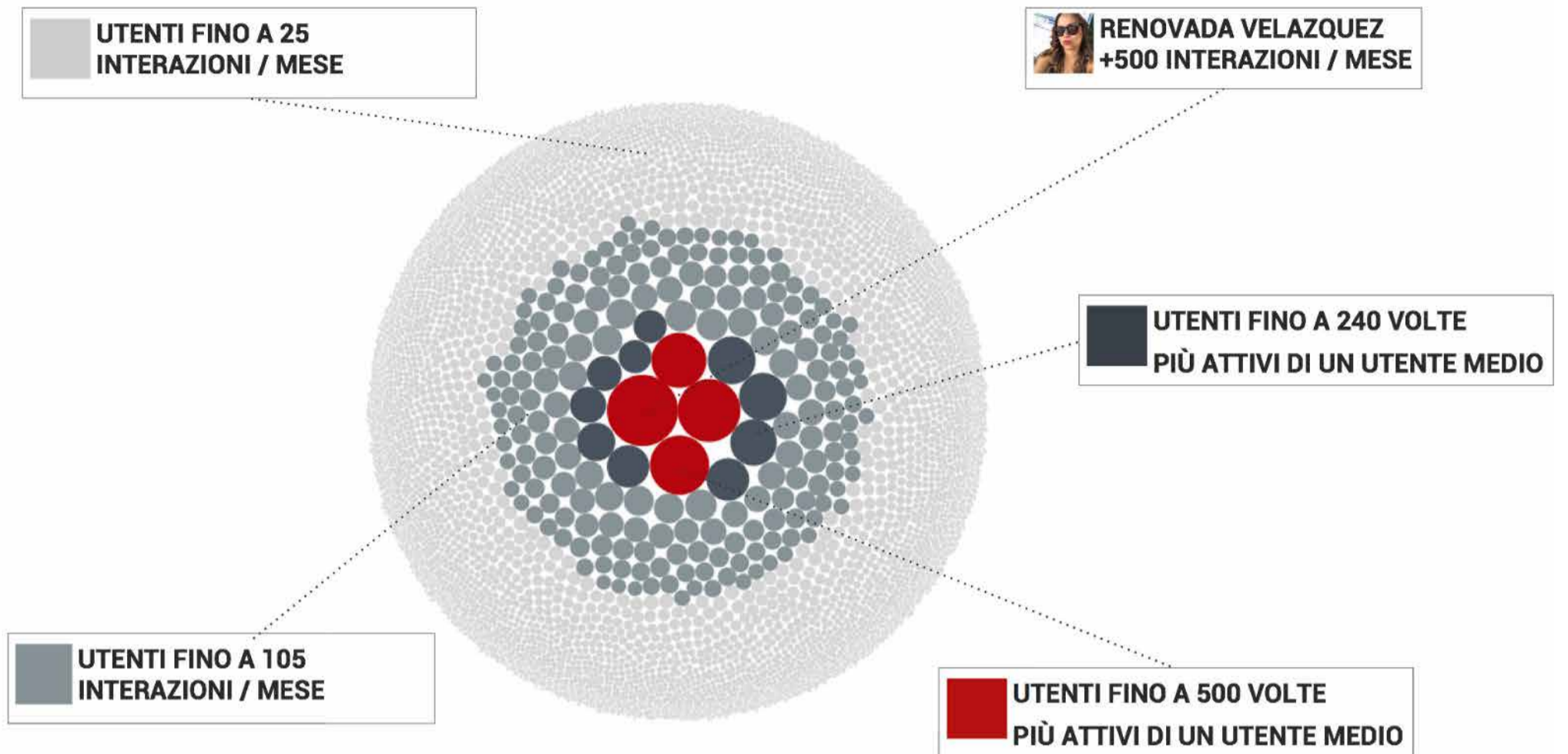


Ecco la **galassia di utenti** che hanno interagito nel mese di dicembre con la pagina "E io pago". Gli utenti più attivi sono mostrati al centro. In rosso scuro, l'utente Brambilla Pierluigi.



NEWS IN MOVIMENTO DAL WEB

A dicembre l'utente medio ha interagito con la pagina 1 volta



▶ Ecco la **galassia di utenti** che hanno interagito nel mese di dicembre con la pagina **"News in movimento dal web"**. Gli utenti più attivi sono mostrati al centro. In rosso scuro, l'utente Renovada Velazquez.

Altra pagina, stessi contenuti: "Io non voto Matteo Renzi"

■ La terza pagina analizzata in questo report si dichiara luogo di incontro per "chi non ha mai votato e non voterà mai Matteo Renzi e il PD". La pagina da 122K like (un numero di fan paragonabile a quello di un esponente di primo piano della politica italiana come, ad esempio, la Sottosegretaria alla Presidenza del Consiglio Maria Elena Boschi) si comporta

in modo simile rispetto alla coppia di pagine di cui sopra: 3/4 dei post pubblicati dalla pagina nel mese di dicembre contengono link ad articoli provenienti dal sito "Il fatto dal web". Il riferimento diretto a Matteo Renzi rafforza ulteriormente l'ipotesi che questo tipo di attività sia indirizzato a influenzare l'opinione pubblica in una direzione ben definita.



[vai alla pagina originale](#)



[vai alla pagina originale](#)



▶ Ancora una volta, l'analisi dei post pubblicati mostra un'attività di tipo professionale con oltre 1270 post pubblicati solo a dicembre (circa 40 post al giorno!). Non solo: l'analisi degli utenti attivi sulla pagina nell'ultimo mese rileva anomalie analoghe a quelle riportate sopra. Ad esempio: Antonio Scortecci, nes-

suna foto copertina, foto profilo presa da google e oltre 260 interazioni nel corso del mese ([link](#)) o Francesca Orizio ([link](#)). Questa utente ha caricato solo 2 foto e la foto profilo è aggiornata al 16 febbraio 2013, ma nel corso di dicembre è intervenuta più di 350 volte nelle sole discussioni della pagina "Io non voto Matteo Renzi".

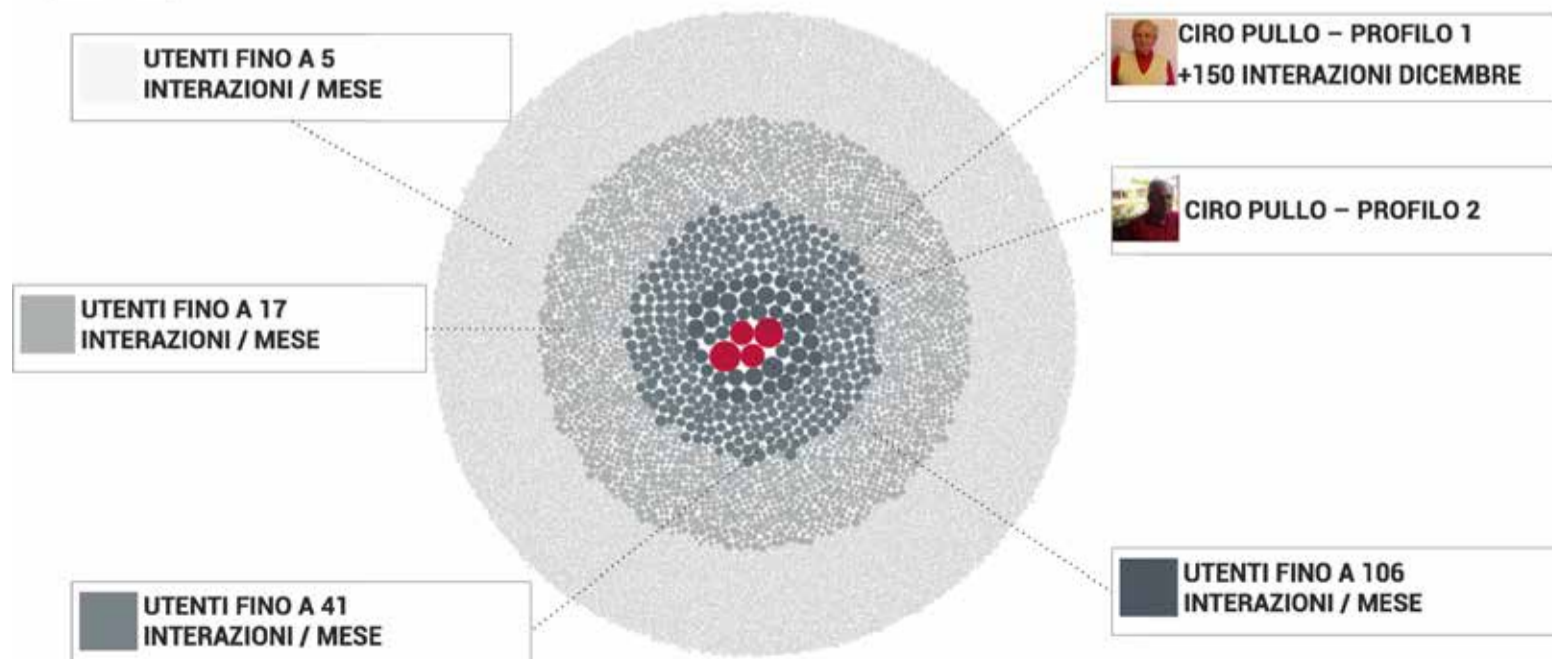
Soli ma in buona compagnia: un'altra pagina della famiglia Callidus Pro

■ Il portale "Siamo rimasti soli" è l'ultimo tassello che completa il puzzle della nostra analisi: il sito è ospitato sullo stesso server dei siti ufficiali a firma Callidus Pro e amministrato dallo stesso account Google analytics. La pagina Facebook "Italiani compatti" che conta oltre 252.600 like non è la pagina Facebook ufficiale del sito web "Siamo rimasti soli", ma nel corso di dicembre ha condiviso ben 413 volte contenuti provenienti da questo (l'80% del totale dei post pubblicati). L'analisi dei post pubblicati dalla pagina mostra poi un improvviso incremento delle attività a partire dal giorno 23 dicembre. La pagina, infatti, è passata da meno di dieci a più di 45 contenuti al giorno: anche in questo caso, siamo per l'ennesima volta di fronte ad attività di tipo professionale. E per l'ennesima volta i contenuti pubblicati da pagina e sito sono riconducibili alle aree politiche dell'estrema destra e del populismo antisistema: xenofobia, destabilizzazione istituzionale, complotismo, pseudoscienze, nazionalismo, protezionismo etc.



ITALIANI COMPATTI

A dicembre l'utente medio ha interagito con la pagina 1 volta



Ecco la **galassia di utenti** che hanno interagito nel mese di dicembre con la pagina "Italiani compatti". Gli utenti più attivi sono mostrati al centro. Al centro, i due profili fasulli **Ciro Pullo**.

► L'analisi degli utenti attivi sulla pagina ha inoltre mostrato alcune sorprese: ad esempio, l'utente **Ciro Pullo**, top influencer della pagina.

Con lo stesso nome esistono due profili Facebook (**Profilo 1** e **Profilo 2**) che utilizzano la stessa foto profilo e si sono scambiati l'amicizia. Questi account fasulli non sono solo attivi sulla pagina "italiani compatti", ma condividono costantemente altre pagine non ufficiali di cui abbiamo già trattato nel nostro primo report sulla disinformazione. Ad esempio, la pagina "Virus5stelle" (tristemente nota per aver pubblicato la card diffamante che riprendeva una foto di alcuni esponenti politici del PD spacciando-

la per la prova della loro presenza al funerale del boss mafioso Totò Riina), "Adessobasta" (network internazionale di disinformazione, false notizie e propaganda xenofoba con connessioni dirette con la Lega Nord) e post pubblicati da Daniele Ferrante (**link**), personaggio pubblico di area M5S (taggato su Facebook in alcuni post di Luigi Di Maio e del deputato M5S Riccardo Fraccaro, seguito da oltre 3.6k utenti) nonché admin della sopracitata pagina "Virus5stelle" e di altre 4 pagine a sostegno dei pentastellati ("Amici di Beppe Grillo", "Gli attivisti cambiano il mondo", "Vogliamo il movimento 5 Stelle al governo", "Un'Italia senza Renzi").

Conclusioni

■ In questo secondo report abbiamo cercato di fornire un ulteriore contributo per far luce sull'universo della disinformazione online in Italia, cercando di rappresentare quanto più fedelmente possibile alcuni tratti di un fenomeno densamente articolato e complesso, cui sarà necessario trovare soluzioni altrettanto complesse e di lunga lena. Riteniamo che il primo passo, irrinunciabile, sia favorire un percorso di responsabilizzazione di tutti i soggetti politici e non politici implicati - attivamente o passivamente - in questo ecosistema informativo inquinato.

Un percorso che non può eludere la risposta a una serie di domande suscitate dall'analisi del quadro complessivo e, nello specifico, dei dati oggettivi e difficilmente confutabili proposti in questa analisi.

Questi alcuni quesiti che proponiamo agli analisti e ai soggetti coinvolti:

- 1) quale rapporto esiste tra la Callidus Pro e i siti "Il Fatto dal Web" e "Siamo rimasti soli"?
- 2) Chi sono i responsabili di queste attività? Poiché le pagine Facebook qui analizzate non possono essere gestite da semplici attivisti, chi coordina e finanzia l'attività delle redazioni impegnate ventiquattr'ore su ventiquattro, sette giorni su sette, visto che i siti hanno un guadagno minimo dagli introiti pubblicitari?

- 3) Chi si nasconde dietro ai profili Facebook sospetti emersi? E quale collegamento tra questi profili fasulli e le pagine non ufficiali già emerse nel report precedente?

Quella contro il disordine informativo è una battaglia doverosa e possibile, in un sistema che non è affatto immutabile. Valga su tutti un esempio: da quando il Partito Democratico - attraverso il suo segretario - ha aperto un fronte di discussione sul caos comunicativo in Italia, una delle principali pagine di disinformazione nel nostro Paese, la già citata "Adesso basta", ha ridotto progressivamente le sue interazioni. Un primo segnale di quale sia la direzione giusta da intraprendere.

L'obiettivo - che crediamo generalmente condiviso - è quello di creare una cornice analitica e contestuale a un fenomeno di disordine informativo che appare crescere in maniera esponenziale. Le contromisure che potranno essere immaginate certamente non potranno prescindere da un impulso che stimoli un incremento della coscienza critica non solo delle forze politiche ma di tutti i cittadini, in un'epoca caratterizzata da un'onda informativa imprevedibilmente massiccia, nella convinzione che il dibattito e l'analisi rigorosa sia la premessa a ogni avvio di processo virtuoso.