Covid 19, ecco le grandi aziende che alimentano i siti di disinformazione



Migliaia di grandi aziende, come Pepsi, Starbucks, Comcast, Verizon, Marriott, e persino i Center for disease control statunitensi, contribuiscono a finanziare la disinformazione sul Covid-19.

Un'analisi di NewsGuard, l'organizzazione di giornalisti che monitora l'attendibilità dei siti, evidenzia che oltre 4.000 marchi hanno acquistato annunci su siti che pubblicano disinformazione sul Covid-19. Comprese aziende direttamente coinvolte nella campagna vaccinale, come Pfizer, e un centinaio di sistemi ospedalieri e assicuratori sanitari.

Il report è curato da Matt Skibinski, General Manager di NewsGuard. La traduzione è
di Virginia Padovese.

Dal febbraio 2020 ad oggi, 4.315 marchi hanno pubblicato oltre 42.000 annunci programmatici su siti noti per avere pubblicato

disinformazione sul Covid-19 e inseriti da NewsGuard nel suo Centro di monitoraggio della disinformazione sul Coronavirus.

Nella maggior parte dei casi, gli annunci erano probabilmente involontari, inseriti da algoritmi su piattaforme di acquisto di annunci programmatici, come DV360 di Google, e non inseriti intenzionalmente dai marchi coinvolti. I dati dimostrano però quanto la pubblicità programmatica stia supportando l'ecosistema della disinformazione online e quanto un'azione decisa da parte di queste aziende potrebbe ridurre notevolmente la portata della disinformazione.

ASSICURATORI SANITARI

Anche aziende direttamente coinvolte nella campagna vaccinale compaiono tra quelle che finanziano i siti di disinformazione sul Covid-19. Lo studio ha rilevato che 105 assicuratori e fornitori di servizi sanitari, tra cui Stanford Health Care, Emory Healthcare, Northwell Health, RWJ Barnabas, Oscar Health Insurance, United Healthcare, Beaumont Health, University of Pittsburgh Medical Center, New York Presbyterian e Mayo Clinic, hanno fatto pubblicità sui siti web che pubblicano informazioni false sulla pandemia. Tra i siti troviamo domini come WorldTruth.TV, che ha affermato che il vaccino contro il Covid-19 conterrà un microchip di tracciamento; TheGateWayPundit.com, che ha affermato che il dottor Anthony Fauci sta per "guadagnare miliardi" da un vaccino contro il Covid-19 e che le mascherine sono pericolose per la salute; e IntelliHub.com, che ha affermato che il vaccino modificherà il DNA dei pazienti.

Anche Pfizer, che attualmente offre uno dei vaccini a disposizione, e Merck, che ha recentemente interrotto i suoi sforzi di sviluppo di un vaccino, compaiono nell'elenco degli inserzionisti che pubblicano annunci sui siti di disinformazione sul Covid-19, come NOQReport.com, che tra le altre falsità ha affermato che la pandemia è stata progettata

da Bill Gates, e TheEpochTimes.com, che ha affermato che il virus è stato prodotto artificialmente.

PARTITO COMUNISTA CINESE

Persino i Centers for Disease Control, agenzia federale Usa che controlla la sanità pubblica degli Stati Uniti d'America, hanno investito in pubblicità su siti che pubblicano disinformazione sul Covid-19, inserendo annunci che esortano le persone a sottoporsi ai vaccini antinfluenzali su GlobalTimes.cn, il sito di propaganda cinese che non rivela di essere finanziato e gestito dal Partito Comunista Cinese e che sostiene che il virus abbia avuto origine in Europa. Il Cdc ha anche pubblicizzato su siti statunitensi che pubblicano disinformazione sul Covid-19, tra cui IndependentSentinel.com, che ha affermato che indossare una mascherina aumenta il rischio di contrarre il Covid-19 e che un insieme di zinco e antibiotici può "curare" il Covid-19. Anche altri marchi ben noti come Starbucks, Acura, Pepsi e Marriott sono stati pubblicizzati su IndependentSentinel.com.

L'elenco degli inserzionisti che finanziano i siti che pubblicano disinformazione sul COVID-19 include anche aziende coinvolte nella distribuzione di vaccini. Ad esempio, Kroger, che distribuisce vaccini a livello nazionale nei suoi negozi, ha pubblicizzato su oltre una decina di siti di disinformazione, incluso Intellihub.com, che ha falsamente affermato che il vaccino contro il Covid-19 modifica il DNA dei pazienti.

SOCIETA' DI MEDIA

Walmart, che probabilmente sarà tra i principali distributori dei vaccini contro il Covid-19 ha fatto pubblicità su 25 dei siti di disinformazione sul Covid-19, incluso il sito di propaganda controllato dal governo russo SputnikNews.com.

Nella lista troviamo anche società di media. Comcast ha

pubblicizzato i suoi prodotti a banda larga Msnbc, Nbc, Universal e Comcast su 14 dei siti di disinformazione sul Covid-19, tra cui CharlieKirk.com, che ha pubblicato affermazioni false sul farmaco idrossiclorochina e ha descritto il Covid-19 come una "pandemia di psicosi delirante"; e Disrn.com, che ha affermato che il Covid-19 è un virus artificiale, creato in laboratorio.

Una delle bufale più diffuse sul Covid-19 è stata la falsa affermazione che la pandemia sia stata causata o aggravata dalla tecnologia 5G. Nell'aprile del 2020, dopo che diverse antenne del 5G sono state prese d'assalto nel Regno Unito, OfCom, ente regolatore delle telecomunicazioni, ha rilasciato dei dati che mostrano che più della metà della popolazione del Regno Unito era stata esposta a disinformazione sul Covid-19 e la narrativa più comune era che il 5G era legato alla pandemia.

BILL GATES

I principali fornitori di telefonia mobile nel mondo hanno fatto annunci pubblicitari su numerosi siti che diffondono informazioni false sul Covid-19, inclusa la bufala del 5G.

Verizon, ad esempio, ha pagato pubblicità su 35 siti di disinformazione sul Covid-19, incluso ad esempio WorldTruthTV.com, dove si affermava falsamente che i circuiti 5G erano contrassegnati con il codice "COV-19", e che il COVID-19 è stato brevettato da un'organizzazione legata a Bill Gates.

Allo stesso modo, anche AT&T, Sprint, Boost Mobile, e Motorola hanno pubblicato annunci pubblicitari su siti di disinformazione sul Covid-19, come EnergyTherapy.Biz che hanno pubblicato la bufala del 5G.

La maggior parte delle aziende inserisce annunci attraverso le pubblicità programmatiche che utilizzano algoritmi per determinare quali pagine web raggiungeranno un determinato

tipo di pubblico. In altre parole, i marchi in genere non sanno dove stanno posizionando i loro annunci.

MODELLO DI BUSINESS

Le piattaforme pubblicitarie di Google, DV360 e DoubleClick, sono tra le più utilizzate per inserire annunci su siti web di disinformazione: il 67% di tutti i siti di disinformazione sul Covid-19 identificati da NewsGuard con posizionamenti di annunci presentavano tag pubblicitari di Google, e il 30% presentava tag di The Trade Desk, un'altra grande piattaforma pubblicitaria.

Da un lato, ciò significa che è improbabile che le aziende da sole possano porre fine al problema della pubblicità sui siti di disinformazione, anche se un impegno da parte dei marchi potrebbe già fare molto.

Dall'altro lato, se le piattaforme pubblicitarie fornissero strumenti per evitare i siti che pubblicano disinformazione quando si inseriscono annunci, potrebbero avere un impatto determinante sul modello di business della disinformazione.