

Google ha scovato 6mila account che spacciano fake news in Italia



Rimossi solo a gennaio oltre 6mila profili truffa. La piattaforma vara il suo piano di difesa per le elezioni europee, ma per Bruxelles non fa abbastanza

A gennaio Google ha rimosso 6.226 account pubblicitari truffa in Italia. Circa uno su otto di quelli oscurati nello stesso periodo nell'[Unione europea](#) (48.642 il totale). Gli analisti di Mountain View hanno dovuto sudare di più solo in altri tre Paesi: Gran Bretagna (16.679 account fermati), Estonia (12.295) e Romania (8.652). I numeri emergono dal [primo rapporto mensile](#) che Google è tenuta a pubblicare sulla scorta degli impegni siglati con la Commissione europea per difendere le [elezioni del parlamento comunitario dall'inquinamento di fake news e disinformazione](#).

Nel primo mese di attività dopo l'ok al codice di condotta con

Bruxelles (Facebook e [Twitter](#) gli altri firmatari), il gigante tecnologico ha ripulito la rete da oltre **48mila account di Google Ads** (per l'acquisto di annunci pubblicitari online) sospetti. In sostanza, ha staccato la spina togliendo la monetizzazione degli annunci e solo *"in alcuni casi lampanti, gli account pubblicitari sono stati disabilitati"*. Google ha punito i profili che hanno violato le regole sulla rappresentazione fasulla, ovvero che hanno dato **false informazioni** sulla propria identità, hanno pubblicato annunci tarocchi o, ancora, hanno diffuso quelle che comunemente si chiamano [fake news](#).

[Account Google Ads rimossi](#) [Infogram](#)

E l'Italia è, stando ai dati del motore di ricerca, uno dei 28 paesi europei in cui queste forme di disinformazione online sono più virali. Un numero confermato anche dai risultati di un altro repulisti effettuato a gennaio. Quello dei **contenuti non originali**, categoria con cui Google etichetta siti in cui ci sono più pubblicità che informazioni, portali che riscrivono alla bene e meglio testi altrui o ne fanno copie esatte. O, ancora, che diffondono contenuti sfornati da bot. In questo caso Google ha rimosso 3.258 account in tutta Europa, di cui 1.074 nel solo Regno Unito. E 214 in Italia (al quinto posto).

Se questi dati abbiano indotto Mountain View ad accendere un faro sulla **diffusione delle fake news** nel Belpaese, e sui rischi connessi alla corretta informazione in vista delle elezioni europee, Google non lo dice. *"Tutti i paesi sono casi speciali"*, taglia corto Mark Howe, responsabile per Europa, Africa e Medio Oriente delle relazioni con agenzie e industria della pubblicità per Google. Ma preoccupa il contagio delle fake news sulla vita politica. Tanto che Mountain View non esclude di *"allargare gli strumenti per le elezioni europee a campagne nazionali"*, osserva il manager.

Strumenti di difesa

Lo scorso 29 gennaio il gigante informatico ha pubblicato le

sue contromisure per mettere al sicuro il dibattito online sul voto per l'Europarlamento. In particolare Google ha introdotto **forme di verifica per gli inserzionisti** che comprano spazi pubblicitari online per i partiti in corsa. Dovranno dimostrare, documenti alla mano, di essere società o cittadini europei. I loro nomi saranno esposti in chiaro sotto gli annunci. Google inoltre userà il suo progetto *Shield* per **fermare attacchi Ddos** ([*Distributed denial of service*](#)) contro siti di informazioni, di organizzazioni non governative e partiti, e l'intelligenza artificiale per smascherare [*audio e video deep fake*](#). Infine, al termine delle elezioni, pubblicherà un rapporto con i risultati delle sue attività.

[Contenuti poco originali Google](#) [Infogram](#)

Non è ancora chiaro, però, quando scatterà la controffensiva. *"Le procedure di verifica saranno implementate in tempo per le elezioni"*, dice Howe. Bruxelles però sta con il fiato sul collo di Google, Facebook e Twitter. Leggendo i primi bilanci mensili, la Commissione europea chiede di **fare di più** e di fornire più informazioni. A Google, per esempio, ha contestato di non aver fornito metriche *"abbastanza specifiche"*, non aver *"precisato l'estensione delle azioni intraprese"*. Né di *"aver fornito evidenze della concreta implementazione di queste politiche"*. Mancano, insomma, le prove che l'abbia fatto per davvero.

La campagna 2018

Dal canto suo il colosso del web rivendica un **giro di vite alle fake news** e alla falsa pubblicità in rete. Nel rapporto su fiducia e sicurezza in campo pubblicitario Google dichiara di aver rimosso **2,3 miliardi di inserzioni ingannevoli** nel 2018 in tutto il mondo, più di sei milioni al giorno. Oscurati anche 58,8 milioni di annunci di phishing. *"Abbiamo aggiunto 31 nuove politiche pubblicitarie nel 2018, tenendo conto di aspetti che prima non avevamo preso in considerazione e seguendo l'evoluzione del mercato. Come le criptovalute"*,

precisa Howe. 0 i servizi di aiuto a chi soffre di tossicodipendenze.

Da un lato il sottobosco del fake continua a fiorire, tanto che l'anno scorso gli analisti hanno complessivamente azzerato un milione di account pubblicitari malevoli, il doppio del 2017. Dall'altro Google ha affinato gli standard di valutazione. Ha aggiunto **330 nuovi parametri**. Ed esteso il controllo alla comunicazione elettorale. Nella campagna di metà mandato negli Stati Uniti ha **bloccato 143mila annunci**. Oltre gli strumenti per le elezioni europee, Google ne svilupperà di specifici per la chiamata alle urne in India. L'azienda ha rimosso 1,2 milioni di pagine, oltre 22mila app e circa 15mila siti per contenuti che travisano o di bassa qualità. Altre 74mila pagine sono state cancellate perché ritenute pericolose.