

# Secondo uno studio, più di 500 siti web fanno affari d'oro con le fake news



Dati recenti e concordanti mostrano che la **disinformazione** sui **social network** genera di per sé **più engagement** della maggior parte delle notizie accurate e verificate. Su **Facebook**, per esempio, notizie false o tendenziose ricevono [sei volte più mi piace](#), condivisioni e interazioni rispetto alle notizie affidabili, come emerge da una ricerca della New York University e dell'Università francese di Grenoble Alpes. Non bastasse questo, la notizia preoccupante è **che con le fake news si guadagna**, e molto.

Secondo [un rapporto di NewsGuard](#), un'organizzazione che monitora tramite un team di giornalisti la disinformazione online, sono **519 i siti** – tra i 6.730 domini monitorati tra **Europa e Stati Uniti** – a diffondere regolarmente bufale o notizie infondate soprattutto su covid e vaccini. Questo significa che il 7% dei siti di notizie più seguiti **pubblica**

**sull'argomento contenuti dannosi.** Tra questi siti ce ne sono **41 anche in Italia**, anche se la maggioranza si trova negli Usa.

Lo studio mostra che questi siti guadagnano molti soldi con la pubblicità che ospitano, generando **un cortocircuito informativo** per cui la **disinformazione finanzia altra disinformazione**, inquinando il dibattito pubblico. L'analisi è stata condotta combinando i 7.500 siti il cui traffico e le cui spese pubblicitarie sono misurate da Comscore, e i siti di notizie valutati da NewsGuard. Le due organizzazioni hanno stimato che l'1,68% della spesa per la pubblicità programmatica nei 7.500 domini del campione è andata a siti che pubblicano disinformazione.

Considerando i 155 miliardi di dollari della spesa mondiale della pubblicità automatizzata che finisce sui siti web, chi pubblica fake news ricava **2,6 miliardi di dollari all'anno**. *“Centinaia di questi milioni di dollari finanziano la diffusione di **affermazioni false sulla salute**, bufale sui vaccini, disinformazione elettorale, propaganda e notizie false”*, sintetizza NewsGuard.

La disinformazione sul web è finanziata anche dai maggiori inserzionisti pubblicitari **anche se in modo involontario**. La pubblicità programmatica, infatti, è un processo che non offre informazioni chiare e complete alle aziende su dove esattamente compaiano le loro pubblicità e di conseguenza su quale tipo di informazioni stiano finanziando. Le piattaforme si limitano a incrociare domanda e offerta.

## **Le fake news più finanziate**

Che tipo di notizie false sta finanziando maggiormente la pubblicità? Dal report emerge che le **50 bufale più diffuse** riguardano i temi più sensibili in questo momento: **covid-19** e **i vaccini**. È paradossale scoprire poi che tra 4.000 noti marchi che hanno finanziato con i loro annunci

siti che promuovono disinformazione su covid 19 sono inclusi **produttori di vaccini, reti ospedaliere** e perfino i Centri per la prevenzione e il controllo delle malattie americani.

Per evitare questo circolo vizioso che non fa altro che aumentare la diffidenza verso la vaccinazione e la pericolosità della pandemia, NewsGuard propone anche un paio di soluzioni, ammettendo però che **non esiste una “bacchetta magica”** per fare sparire il problema.

Secondo l'organizzazione, le aziende **dovrebbero servirsi di più dell'intelligenza umana** e meno di quella artificiale nel campo pubblicitario. NewsGuard sta usando questa strategia con alcuni brand fornendo **una lista di esclusione di siti inaffidabili**, dando la possibilità agli inserzionisti di collaborare con le loro agenzie pubblicitarie e le piattaforme dedicate per tenere la loro pubblicità lontano da questi siti. NewsGuard offre inoltre delle liste di siti d'informazione che ritiene di qualità e affidabili e che gli inserzionisti possono usare per raggiungere il loro pubblico di riferimento

Non finanziare le notizie pseudoscientifiche e le bufale online è necessario perché non prosperino. Le notizie false **hanno un costo molto ridotto** e possono competere in termini di engagement ed introiti con organizzazioni giornalistiche che spendono significativamente di più per produrre contenuti accurati e di qualità. Per questo *“ogni dollaro speso in pubblicità che va a siti di disinformazione – scrive NewsGuard – contribuisce molto più alla produzione di notizie false di quanto un dollaro speso in pubblicità che va a media credibili”*.