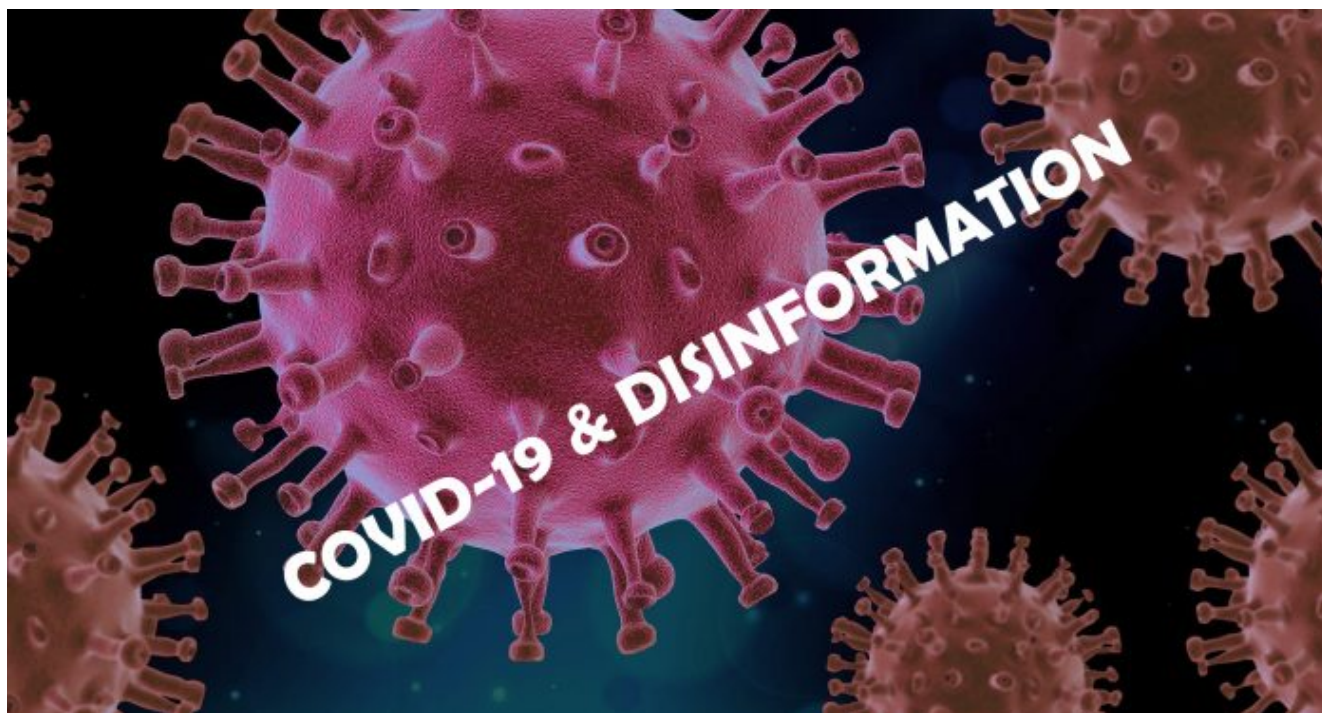


Covid 19, ecco le grandi aziende che alimentano i siti di disinformazione



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.

The sound of success



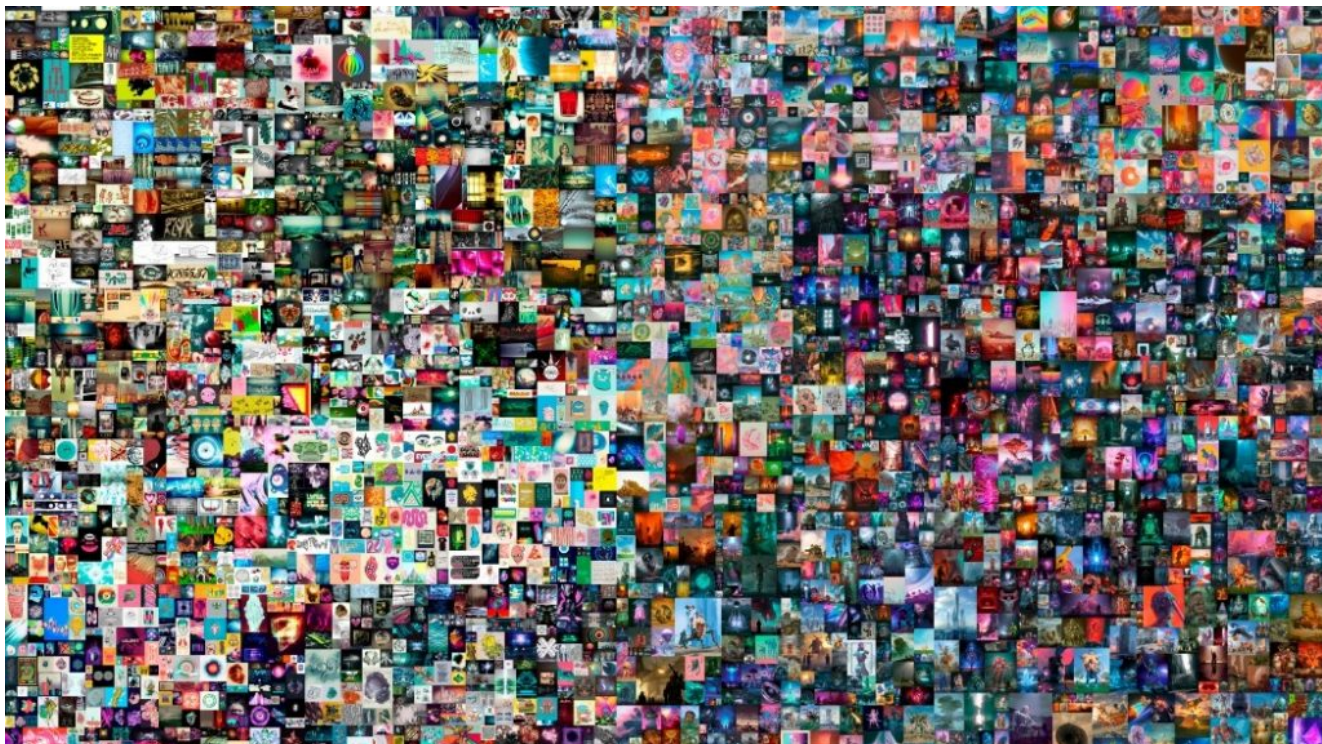
Arianna Sammarchi, nostra associata dell'area Sales e appassionata di marketing, ci avvicinerà al mondo del Sound Branding

**Carrefour potenzia l'impegno
nella moda sostenibile con
Tex Responsabile**



Tex come tessile: la moda sostenibile di Carrefour ruota attorno alla materia prima, sempre più green. Un impegno preso con il Fashion Pact

Gli Nft sono una grande bolla?



Dal valore delle opere vendute con token non fungibili ai costi ambientali, fino alla sopravvivenza dell'opera stessa, nel mirino ci sono i lati oscuri dell'ultima moda del mondo crypto

**Cronistoria di un video che
vuole infangare il
ricercatore italiano**



Pochi giorni prima del 29 aprile, quando era attesa l'udienza preliminare (poi rimandata al 25 maggio) per i quattro agenti dei servizi egiziani imputati nella tortura e omicidio di Giulio Regeni, un misterioso video è iniziato a circolare su YouTube. Privo inizialmente di una firma, una casa di produzione, una identità chiara, il video si presentava come un documentario giornalistico, una sorta di "inchiesta" sul ricercatore italiano brutalmente ucciso in Egitto. Il video, intitolato "The story of Regeni", malgrado l'aspetto che denotava una discreta capacità di produzione (segue il classico format documentaristico che alterna interviste a ricostruzioni sul campo) e malgrado la presenza di intervistati italiani piuttosto altisonanti (in particolare, l'ex consigliere militare del governo D'Alema, il generale Dino Tricarico, più due ex ministri, Maurizio Gasparri ed Elisabetta Trenta, oltre al giornalista Fulvio Grimaldi) si rivela quasi subito per quello che è: un'operazione di propaganda e depistaggio con l'obiettivo di screditare la figura di Regeni, e mandare un messaggio intimidatorio all'Italia.

Come scrive Giuliano Foschini su [Repubblica](https://www.repubblica.it), questo filmato racconta "una storia falsa, smentita dagli atti di cinque anni di indagini della magistratura italiana: allontana ogni responsabilità sui militari egiziani e lancia ombre sull'attività del ricercatore italiano al Cairo, ombre

ampiamente già categoricamente smentite dall'inchiesta italiana, con Regeni che viene raccontato come sostanzialmente un fiancheggiatore dei Fratelli Musulmani; accusa la procura di Roma; lancia un messaggio chiaro a tutto il Paese: il processo a carico dei cinque agenti della National security, che sta per cominciare in queste ore a Roma, potrebbe compromettere definitivamente i rapporti commerciali tra i due Paesi. In sostanza, il documentario è uno spot al governo di Al Sisi. Uno strumento, l'ennesimo, di depistaggio e di contronarrazione per cercare di depistare e alterare il flusso delle indagini".

Ma prima di procedere ricordiamo **a che punto siamo con l'indagine italiana**. Il 29 aprile ci sarebbe dovuta essere l'udienza preliminare a carico del generale Sabir Tariq, dei colonnelli Usham Helmi e Athar Kamel Mohamed Ibrahim e di Magdi Ibrahim Abdelal Sharif. "I quattro, appartenenti ai servizi segreti egiziani, sono accusati del sequestro, delle sevizie e dell'omicidio del ricercatore italiano, il cui corpo è stato ritrovato il 3 febbraio del 2016 ai bordi della Alexandria Desert Road, al Cairo", [scrive](#) Andrea Ossino su Repubblica. Ma a causa di un legittimo impedimento di un avvocato, che sarebbe entrato in contatto con una persona positiva al Covid, l'udienza è stata rinviata.

Tutta la storia sulla produzione e diffusione del video apre molti interrogativi

Il video è stato messo online su YouTube il 26 aprile, su un canale aperto il 22, senza attribuzioni di sorta. E poi su una pagina Facebook, [The Story of Regeni](#), da cui sono partite varie inserzioni rivolte a un pubblico italiano (e qui c'è un [utente](#) italiano che segnala di averne ricevuta una). Una delle inserzioni iniziava così: "Il primo documentario che ricostruisce i movimenti strani di Giulio Regeni al Cairo". Il canale e la pagina in questione oggi non esistono più, sono

state cancellate. Nel mentre su Twitter, tra il 27 e 30 aprile, vari account egiziani [promuovevano](#) il “documentario” come una interessante e rivelatrice inchiesta sulla vicenda.

Per quanto misteriosa la mano dietro al documentario, **restava il fatto che qualcuno era tranquillamente riuscito a intervistare i suddetti politici**. Wired Italia si è messa in contatto telefonico con la persona che ha realizzato le interviste agli italiani coinvolti, che ha chiesto di mantenere l’anonimato dicendo: “Mi hanno mandato le domande e io le ho fatte. Ho fatto il lavoro e rimandato il materiale”. “Non è stato però lui a prendere contatto con gli intervistati italiani – [scrive](#) Davide Ludovisi su Wired – bensì un certo Mahmoud Abd Amid, che si è presentato come “rappresentante di Al-Arabiya in Italia”. Eppure non c’è alcun riscontro di una sua collaborazione con l’emittente saudita. Abd Amid ha contattato l’ex ministra Elisabetta Trenta, per esempio – anch’ella comparsa nel video – usando un indirizzo Gmail ora non più attivo”.

Versione confermata anche a Repubblica, cui la Trenta dichiara: “Sono stata vittima di un raggiro, mi ha contattato un giornalista che si è presentato come di Al Arabiya in Italia ed è venuto, con due operatori, in un’università. Si sono presentati con una mail”. “Egregia professoressa – si legge – la nostra troupe è a Roma per svolgere un film documentario sui rapporti diplomatici ed economici fra Italia ed Egitto. Dopo aver effettuato molte interviste a riguardo credo che la Sua sarebbe fondamentale nella finalizzazione del progetto”. “Chiesi espressamente – dice la Trenta oggi a Repubblica – che non si parlasse di Regeni. Me lo assicurarono. Ed effettivamente nulla mi fu chiesto. Poi ieri mi hanno mandato questo documentario... Questa schifezza vergognosa”.

All’ex generale Tricarico invece gli operatori si sarebbero presentati come un giornalista egiziano di Al Jazeera, riferiva Wired. Che già il 30 aprile indirizzava invece i

sospetti verso una meno nota, ma ben connotata tv egiziana: “Prima di diventare telefonicamente irraggiungibile, il giovane intervistatore ci ha detto di collaborare come freelance con Al Jazeera, Al Arabiya e Ten. Non ci ha voluto dire chi gli ha commissionato la produzione, ma è stato molto fermo su un punto: Al Jazeera e Al Arabiya non c’entrano nulla. Su Ten invece ha glissato”.

Sospetti che sono stati confermati intorno al 30 aprile quando, mentre venivano chiusi i primi canali e pagine aperti per diffondere il video, **la tv egiziana TeN TV iniziava a [pubblicizzarlo](#), questa volta con tanto di logo**, su tutti i suoi canali social, postando anche decine di spezzoni e commenti sulla sua pagina Facebook. (Mentre la messa in onda sul canale era prevista per la sera del 30 – [TPI](#)).

TeN TV, [scriveva](#) tempo fa il manifesto, è un canale privato vicino ai servizi di intelligence del regime, già protagonista di plateali offensive mediatiche contro difensori dei diritti umani. Un canale pro-militari e pro-governo, secondo il saggio *Media, Revolution and Politics in Egypt*. Controllata dai servizi segreti, secondo l’analista politico Maged Mandour su [Open Democracy](#).

Ora, alcune note e domande.

Il video è apparso non solo in concomitanza con l’udienza in Italia ma anche con l’uscita, qualche giorno prima, di un altro documentario sull’uccisione di Regeni, di tutt’altro tenore (dove compaiono testimoni che [accusano](#) i militari egiziani), fatto da ArabyTv (Fadaat media), trasmesso il 22 aprile, e intitolato “Giulio Regeni, The buried facts”. Tanto che su Twitter sembra esserci [traccia](#) di questa contrapposizione.

Chiarita l’attribuzione a TeN TV (ma non le modalità della sua prima diffusione in sordina), resta da capire come abbiano fatto gli organizzatori a farsi passare per altro,

raggiungendo persone di così alto profilo che, stando alle loro stesse dichiarazioni, almeno in alcuni casi, ritenevano di parlare con interlocutori del tutto diversi da quelli effettivi e per un documentario di altra natura.