La Media Manipulation: come il comportamento di link sharing può influenzare gli utenti inconsapevoli - Il caso Mag24.es

Bruno Amodeo, Giulia Carloni, Laura Fanelli, Viktoriya Koval, Elis Mati, Giorgio Zollo - Gruppo 18 2020/2021

** University of Urbino Carlo Bo*

Riconoscimenti

Progetto del team 18 per il Laboratorio di Web Marketing del corso di laurea Magistrale in Comunicazione e Pubblicità per le Organizzazioni - Università di Urbino Carlo Bo.

Informazioni aggiuntive su questo report possono essere richieste a fabio.giglietto@campus.uniurb.it.

Principali risultati

- Nel contesto di un più ampio studio sulla diffusione delle fake news correlate alla politica e alla società italiana, è stato rilevato un network di 7 pagine Facebook che eseguivano azioni di Coordinated Link Sharing Behaviour sul social network, approfittando del potenziale effetto della Two-Step Flow Communication (Lazersfeld, 1944)[1]. Le pagine in questione appartengono sia a network politici (Presidente Trump Fan Club Italia) che mixed network che talvolta inseriscono, come per Grande Cocomero Classic, anche curiosità e gossip molto vicini al manosphere[4].

- La portata potenziale del network è abbastanza rilevante con un conteggio cumulativo di più di 500 mila iscritti. La pubblicazione mensile del network è di oltre 5200 post.

- Il tasso di interazione è relativamente basso con lo 0,09% di interazione mensile. Nonostante ciò, i principali post mensili sono stati condivisi più di 5000 volte al mese e spesso vengono "fissati in alto" alla pagina Facebook.

- La grande maggioranza dei contenuti pubblicati è costituita da foto macros (più del 90%) con titoli e testi su immagini orientati al clickbaiting e alla stimolazione della condivisione di notizie che lette in tal modo destano rifiuto, disapprovazione, e indignazione.
  Si è notato che quasi il 4.58% delle foto include collegamenti nel messaggio o nella descrizione del post. Inoltre, si evidenzia un utilizzo cospicuo della pratica di applicazione di link shortener (es. bit.ly) andando ad "oscurare" l'effettivo URL del link. Già questo può essere considerato un primo elemento di problematicità e red flag[3] non mostrando la pagina di atterraggio agli utenti.

- In generale i post hanno nella propria didascalia un rimando testuale persistente agli articoli del Corriere della Sera, de La Repubblica e simili, ma senza mai aggiungere un link o riferimento ipertestuale che rimandi effettivamente all'articolo citato.
  Gli unici link presenti sono spesso abbreviati tramite link shortener e rimandano sempre alla testata Mag24, talvolta, altre testate minori come BlastingNews[2].
  Questa strategia è giustificabile con un probabile tentativo di far risultare più veritiere le notizie che pubblicano sulla loro pagina, nominando testate autorevoli, ma facendo, effettivamente, atterrare gli utenti sul sito di proprio interesse.

- Il sito Mag24.es sembra avere come interesse la vendita di spazi pubblicitari attorno alla notizia. Queste display o rete ads e banner pubblicitari servono a far monetizzare la testata di riferimento che guadagna così, dai click degli utenti. Lo studio più approfondito a livello meso e micro (A-B-C framework) ci ha permesso, poi, di rilevare anche intenti di vendita di prodotti "naturali" e diffusione di notizie cospirazioniste No-Vax.

- La ricerca non includerà i dati sensibili delle persone fisiche coinvolte per motivi legali, ma un qualunque ricercatore può liberamente approfondire la tematica con i link utili all'investigazione.

Descrizione del caso: contenuti, attori e comportamenti

Contenuti

Durante le indagini sulla media manipulation e source hacking relativa alle notizie politiche e sociali in Italia (Appendice 1), ci siamo imbattuti in un file rete di 7 pagine Facebook (Appendice 2) che condividono costantemente lo stesso contenuto nello stesso lasso di tempo (fig.1, 2a, 2b, 3).
La portata potenziale della rete è significativa, con un cumulativo di iscritti che conta oltre 500 mila utenti.
La pagina più grande in termini di mi piace (Grande Cocomero Classic) vanta oltre 341.000 like, mentre la più piccola (Amo la Mia Italia) ne conta 8.000.
Queste pagine sono state create tra il 2014 e il 2020 e vengono gestite da amministratori con sede in Italia e Spagna (Appendice 2).
Negli ultimi 26 mesi le pagine appartenenti a questo network hanno pubblicato una media di 5.242 post al mese (141.500 in totale tra il 01/01/19 e 31/03/21).
La tipologia di contenuto pubblicato è stata prevalentemente di foto e immagini macros (88.52%), seguite da link (9.29%).
I restanti tipi di post utilizzati sono video di Facebook (n = 2700) e stati (n = 281).
La maggior parte dei post foto è di tipo macros: immagini in cui si trova un testo sovrapposto a una foto o sfondo.

Figura 1: CLSB con metodo di inserimento del link alla notizia nel commento
Si nota un titolo clickbait cospirazionista con termini come "messo il bavaglio" o "come ai tempi dell'inquisizione". L'articolo nel link ha totalmente riportato il testo dell'articolo di Libero sottolineando un possibile cluster di coordinamento attivato nella stessa data.

Un'analisi più approfondita, ci ha permesso di rilevare come la quasi totalità dei post sia stata utilizzata per far atterrare gli utenti su siti web esterni, con l'aggiunta di un link abbreviato (es.bit.ly) nel testo o nei commenti (Fig.2a e 2b).
L'inserimento del link nei commenti o con link shortener inizia a seguito dell'inasprimento delle linee guida della community di Facebook per sfuggire all'azione di controllo da parte dei Fact-Checkers.

Figura 2a: la pagina di atterraggio del link è stata "celata" dietro all'URL abbreviata (Cutt.ly). Si nota un titolo clickbait sull'immagine macro a sfondo cospirazionista e termini come "tolta la parola", "staccato il microfono". Nel primo esempio, un utente ha ricondiviso il post con l'esatto testo del post coordinato: potrebbe aver letto la notizia su una di queste pagine, ricondividendo però, il post "autentico".

I siti in questione, tramite i mezzi descritti, sfrutta la diffusione dei post e notizie attraverso lo studio degli algoritmi di Facebook; l'uso smodato di titoli clickbait sbalordendo l'utente che, ormai incuriosito e già in procinto di leggere la notizia, la condivide, vedendo sfruttati i propri bias cognitivi.
I link sono spesso "accorciati ed oscurati" attraverso tools di link shortening - come bit.ly - non solo per estetica, ma anche per celare la destinazione della landing page.

Figura 2b: esempio di *leak* (in questo caso intercettazione) riportato in una macro con titoli clikbait ed il classico modus operandi di celare il link dietro ad una URL abbreviata. Non si parla di *leak forgery*[6]: il post non ha aggiunto un collage di altre informazioni per dimostrare la veridicità del fatto, ma si è limitato alla trasposizione del contenuto di tendenza. Anche qui notiamo come la notizia di mag24.es sia esattamente uguale per data e contenuto a quella di Libero

Complessivamente, il 9% dei post contiene collegamenti esterni i quali, quasi sempre, rimandano al dominio **mag24.es**, giornale online (webzine) di "Informazione Indipendente" come si auto definisce da payoff.
Il sito giornalistico di cronaca, politica, gossip e scandalo, ha lacune informative: nessun team editoriale, redazione o bottoni di collegamento ai contatti social;

Sul sito è consultabile solo un link relativo alla "Privacy Policy" che, rispettando i criteri base della nuova legge GDPR, riporta la possibilità di poter gestire i propri cookies, accettandoli tutti, in parte o rifiutandoli; il sito si è, tecnicamente tutelato legalmente dalla possibile mancanza di trasparenza sull'uso dei dati degli utenti.
Un forte *red flag*[3] è l'assenza di un indirizzo/nominativo di un responsabile alla sicurezza sulla privacy, capo redazione o team editoriale che lavori alla stesura delle notizie.

Ultimo, ma non per importanza, un secondo elemento di criticità per l'autorevolezza e inaffidabilità del contenuto del sito: c'è una cospicua quantità di siti "altri" tra i cookies - di vario genere e non pertinenti all'argomento - i quali assumono i permessi per accedere ai metadata degli utenti e alle loro tracce di navigazioni.
Abbiamo fatto ricorso a NewsGuard[5] per analizzare la qualità della pagina: purtroppo il dominio è tutt'ora sotto esame e non è possibile quantificare il punteggio effettivo del sito.

Il dominio difficilmente soddisferebbe gli standard giornalistici di base, infatti:

1. Non viene mai citata la fonte originale della notizia, anche quando testualmente le fonti sono "nominate".

2. Le notizie del sito si limitano a ri-condividere i contenuti di altri media di informazione (spesso *Il Giornale* o il redattore *Nicola Porro*) ed è comunque un'attività minima.

3. Il sito presenta un pulsante di collegamento ad una pagina Facebook che, però, non esiste più (segue studio approfondito su questo argomento).

Abbiamo avanzato un calcolo approssimativo per poter, in qualche modo, indicare il punteggio del sito Mag24.es.
Secondo i criteri di scoring per i siti in analisi di NewsGuard[5] - vista l'attuale mancanza di feedback del tool (fig.3) - si potrebbe affermare che il punteggio massimo potenziale dovrebbe essere circa di 7.5/100 pt., pochi per considerarsi "affidabile".
Ovviamente questo è un calcolo azzardato senza alcun consenso o appoggio da parte di Newsguard[5] o qualunque altra fonte ad esso collegato. Ciò che possiamo dire con certezza è che il ranking sulle valutazioni della qualità dei link e backlink presenti su mag24.es è di soli 1,5/10 pt. (fig.4).

Figura 3: fase di valutazione del sito al 24/05/2021

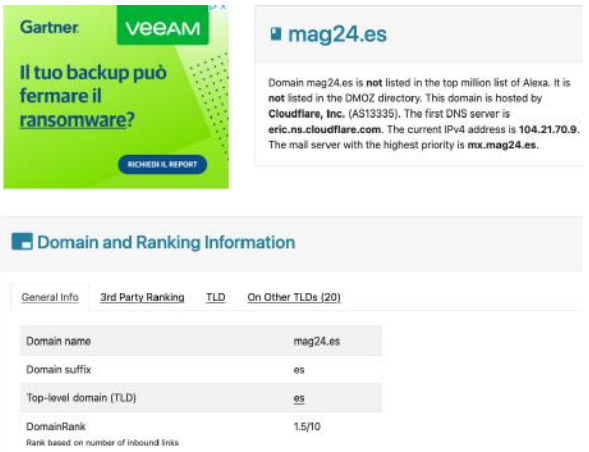


Figura 4: il domain ranking di Mag24.es (https://dnslytics.com/domain/mag24.es)

Continuando la ricerca sull'affidabilità del dominio, molti web-magazine, hanno dedicato articoli e parte del loro spazio web per denunciare la disinformazione portata avanti dal sito Mag24.es: un articolo sull'argomento è stato scritto da *Open*.
Analizzando il sito mag24.es si nota che la media di visualizzazione è di 416 pagine con una media di utenti giornaliera pari a 208 (Fig.5). La monetizzazione della pagine è di circa 1$ al giorno per una valore stimabile del sito di 240$ (Fonte Cute Stat). Questi dati sono puramente stime che, molto probabilmente, si differenziano in gran parte dall vera natura dell'economia e traffico reale del sito.
Il bounce rating, o frequenza di rimbalzo, è del 66,7%: più del 66% degli utenti atterra su una pagina e poi esce dal sito senza visualizzarne altre (Fig.6) (Fonte Alexa.com, anche qui, le stime sono da approfondire e ritenere puramente indicative e non totalmente veritiere).
Questo ci fa pensare che gli utenti atterrano sul sito dopo aver cliccato il post senza poi andare a leggerne altri perchè a)lo condividono sui propri social o b)terminano la lettura uscendo.

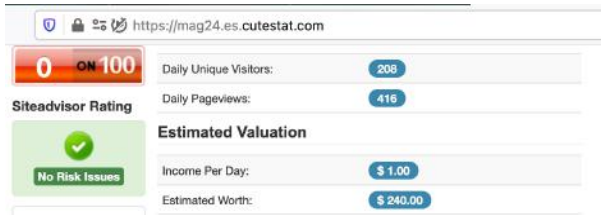


Figura 5

Figura 6

Attori

La homepage di Mag24.es tratta notizie di attualità politica, cronaca, gossip, consigli sul benessere, viaggi e sport.
Mag24.es possedeva una propria pagina Facebook, ma al momento della nostra analisi la pagina risulta rimossa o temporaneamente oscurata (Aspetto della pagina Facebook Mag24.es nel 2019).

Nelle sette pagine analizzate fin qui, la presenza di Mag.24 è costante e presente non solo nei link dei post, ma anche in alcuni *metadati* delle pagine come lo spazio *informazioni della pagina*: Grande Cocomero Classic, Italia Sovrana e Fuori dall'Europa contengono nella sezione "sito web" il link per esteso di Mag.24. La pagina Liberi e Indipendenti inserisce tra i link il sito Mag24.es e www.grandecocomero.info/ al quale oggi c'è un sito giapponese di articoli su curiosità. Liberi e Indipendenti ha anche la stessa identica descrizione delle informazioni rispetto alla pagina Grande Cocomero Classic sottolineandone il collegamento.
La quasi totalità dei post pubblicati da tutte e sette le pagine campione effettua un meticoloso lavoro di ri-condivisione delle notizie che, indirizzando tutte verso il sito mag24.es ci fanno pensare a veri e propri Coordinated Link Sharing Behaviour.

I Dati Pivot della prima fase di raccolta (collection) della ricerca OSINT su Mag24.es

I dati pivot che sono stati ricercati provengono da fonti aperte quali SNS (Social Network Sites), Istituti di ricerca e materia grigia (domini e nomi utenti) interessante ai fini della ricerca OSINT: Open Source INTelligence.

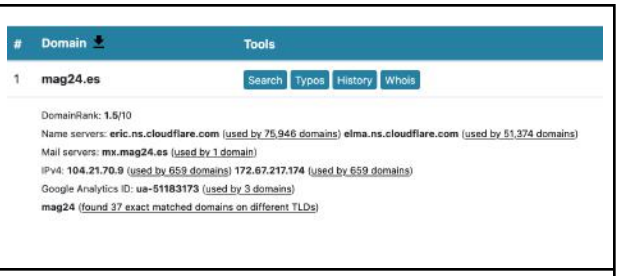
Mag24.es usa un IP statico che si ricollega ad un server condiviso: un' azienda offre un servizio di hosting dei domini, come vero e proprio "appoggio" a siti che non ricercano una particolare stabilità del server e, quindi, non ospitano numeri importanti di utenti visitatori.
Attraverso alcuni protocolli di rete che ci hanno consentito l'interrogazione dei loro database, (Fonte DnsLytics), abbiamo scoperto come il dominio Mag24.es sia stato oscurato dalle liste dei tool.
L'host Cloudflare su cui poggia il sito, **104.21.70.9**, si trova in America, a San Francisco. Il provider italiano risulta essere Aruba, localizzato ad Arezzo, Italia, IP statico **62.149.128.151**.
Il server di posta elettronica con la priorità più alta (MX Record) è **mx.mag24.es** e rappresenta un server messaggi autorizzato a ricevere email per il dominio Mag24.es.
Utilizzando il tool di ricerca inversa "Reverse MX lookup" per mx.mag24.es troviamo un solo dominio che utilizza questo server mail, ovviamente il nostro mag24.es con, appunto, IP **62.149.128.151** (Fig.7).

Analizzando il Google Analytics ID di Mag24.es (UA-51183173) si trovano correlati altri due domini, oltre a mag24.es (Fig.8 e 9):

1. **www.capra.news** (22/10/20)
2. **www.robedamaschi.it** (22/02/20)

MX Record	IP Address	Provider	ASN
mx.mag24.es (pref: 10) used by 1 domain	62.149.128.151 (IT)	Aruba S.p.A. (IT)	AS31034
	62.149.128.154 (IT)	Aruba S.p.A. (IT)	AS31034
	62.149.128.157 (IT)	Aruba S.p.A. (IT)	AS31034
	62.149.128.160 (IT)	Aruba S.p.A. (IT)	AS31034
	62.149.128.163 (IT)	Aruba S.p.A. (IT)	AS31034
	62.149.128.166 (IT)	Aruba S.p.A. (IT)	AS31034

Figura 7



#	Domain	Tools
1	mag24.es	Search Typos History Whois

DomainRank: 1.5/10
Name servers: eric.ns.cloudflare.com (used by 75,946 domains) elma.ns.cloudflare.com (used by 51,374 domains)
Mail servers: mx.mag24.es (used by 1 domain)
IPv4: 104.21.70.9 (used by 659 domains) 172.67.217.174 (used by 659 domains)
Google Analytics ID: ua-51183173 (used by 3 domains)
mag24 (found 37 exact matched domains on different TLDs)

Figura 8

Found **8** domains using Analytics ID: ua-51183173.

#	Domain	Tools
1	**capra.news**	Search Typos History Whois

First seen using this Analytics ID on **2020-10-22**, last checked on **2021-03-15**.
Name servers: **eric.ns.cloudflare.com** (used by 75,946 domains) **elma.ns.cloudflare.com** (used by 51,374 domains)
IPv4: **104.21.70.28** (used by 662 domains) **172.67.218.205** (used by 662 domains)
Google Analytics ID: **ua-51183173** (used by 3 domains)
Google Adsense ID: **pub-7689914983794334** (used by 1 domain)
capra (found 124 exact matched domains on different TLDs)

2	**mag24.es**	Search Typos History Whois

First seen using this Analytics ID on **2017-09-18**, last checked on **2021-05-06**.
DomainRank: **1.5**/10
Name servers: **eric.ns.cloudflare.com** (used by 75,946 domains) **elma.ns.cloudflare.com** (used by 51,374 domains)
Mail servers: **mx.mag24.es** (used by 1 domain)
IPv4: **104.21.70.9** (used by 659 domains) **172.67.217.174** (used by 659 domains)
Google Analytics ID: **ua-51183173** (used by 3 domains)
mag24 (found 37 exact matched domains on different TLDs)

3	**robedamaschi.it**	Search Typos History Whois

First seen using this Analytics ID on **2020-02-22**, last checked on **2021-04-03**.
Name servers: **amit.ns.cloudflare.com** (used by 55,085 domains) **jasmine.ns.cloudflare.com** (used by 70,505 domains)

Figura 9

Quello che abbiamo notato, attraverso l'indagine a ritroso su questi nuovi siti, è che potrebbe esserci un collegamento tra questi ed alcuni siti esterni volti alla vendita di prodotti, ne spiegheremo i passaggi qui sotto:

- Sul sito **Robedamaschi.it** un link button rimanda ad una pagina Facebook: si chiama **Top Birra** e tratta argomenti legati all'alcol e notizie inerenti alla tematica "pazzie fatte da ubriachi".
Dando uno sguardo a questa pagina troviamo due post con link verso mag24.es e robedamaschi.it e un metadato nel box informazioni che presenta l'URL www.topbirra.it, sito dedicato al tema birra, analizziamolo:

- Il proprietario e creatore del sito è **M.P.**, con la collaborazione e copyright della **S.S.**, nonché agenzia di marketing e comunicazione dello stesso M. P.
- Andando a cliccare il link del creatore della pagina in fondo alla homepage del sito, ci ritroviamo sull'account instagram di M. P. (**@m--------i**).
Anche qui argomentazioni alcoliche e rimando a diverse pagine di servizi che M. P. offre con la sua agenzia.
- Tra i servizi offerti sul LinkTree della pagina Instagram di M.P. la possibilità di **acquistare una carta dei vini** (menù digitalizzato) - fornita probabilmente dalla sua agenzia - e un prodotto chiamato **K-Cap** "the farting cap" visualizzabile ed ordinabile qui e per cui è possibile avere un sampling inviando un whatsapp ad un numero che corrisponde alla proprietà di S. S.
- Anche sulla pagina Facebook, nella sezione "shop", troviamo il servizio di menù digitalizzato.

Il registrante (persona fisica a cui sono stati collegati i domini) di mag24.es, capra.news e robedamaschi.it è **F. S.** che, - in attività dal 24/08/2017 - oltre ad avere la proprietà dei siti in questione, pubblica nel suo account Facebook privato molti contenuti e post delle 7 pagine prese in analisi da questo report. (Fig.10)

Información de Dominio

Los datos de contacto de este dominio están ocultos. Si desea comunicarse con el Titular y el PCA pulse aquí

DATOS DEL TITULAR

Nombre del Dominio	mag24.es
Estado	Activado
Identificador	FCBEFB-ESNIC-F5
Titular	[redacted]
Fecha de Alta	24-08-2017
Fecha de Caducidad	24-08-2021
Agente Registrador	TUCOWS

PERSONA DE CONTACTO ADMINISTRATIVO

Identificador **FCBEFC-ESNIC-F5**

PERSONA DE CONTACTO TECNICO

Identificador **FCBEFE-ESNIC-F5**

SERVIDORES DNS

Nombre Servidor	**IP**
eric.ns.cloudflare.com	
elma.ns.cloudflare.com	

Figura 10

Per concludere la ricerca, abbiamo analizzato nuovamente tutte le pagine trovando questo interessante metadato: due numeri di cellulari spagnoli tra le informazioni delle pagine Facebook Grande Cocomero Classic e Italia Sovrana e Fuori Dall'Europa.
Inserendo su WhatsApp i suddetti numeri di cellulare abbiamo trovato la corrispondenza di F.S. (Fig.11)

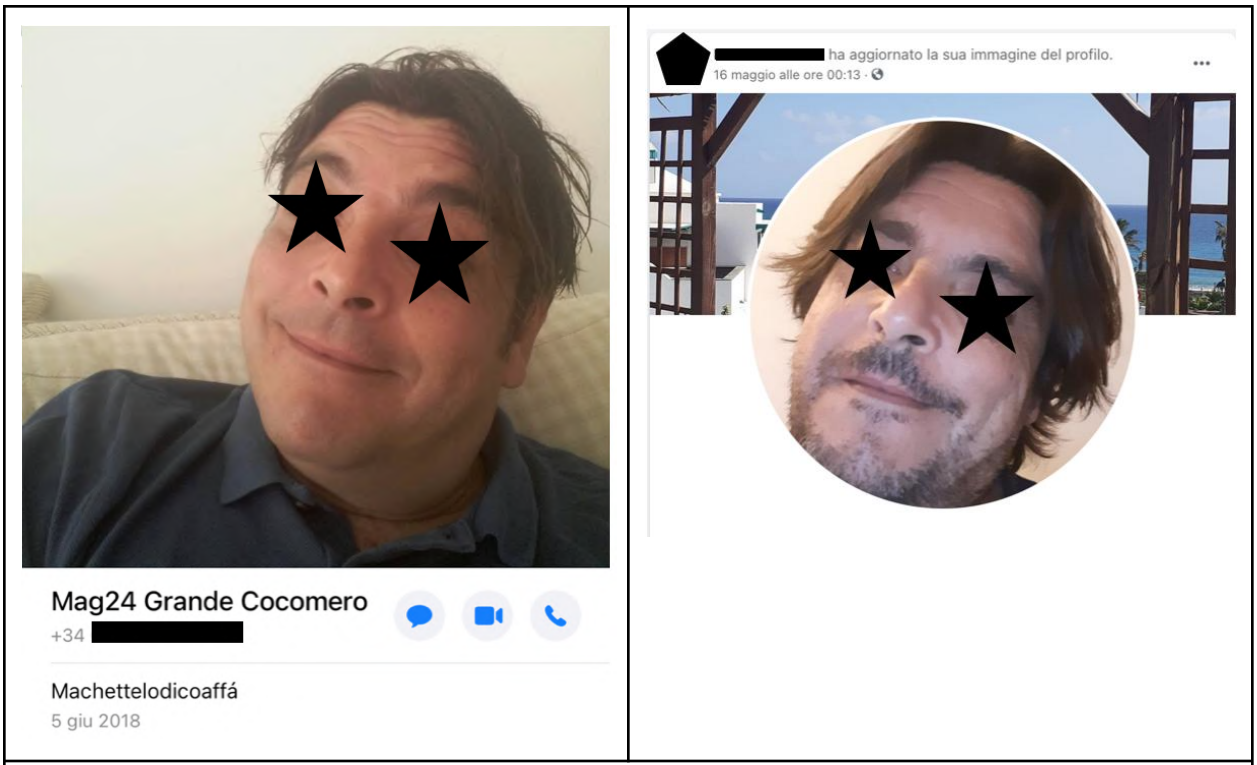


Figura 11: corrispondenza tra i numeri spagnoli delle pagine del network e il profilo di F.S su Facebook

Altri domini collegati all'ID Analytics di Mag24.es (**UA-51183173**) di proprietà del sig. F.S. sono stati oscurati sul tool di ricerca dnslytics, ma possono essere analizzati su SpyonWeb.com.
In particolare troviamo molto interessante, cliccando sull'icona di ricerca di spyonweb.com, il collegamento con **www.grandecocomero.com** (14/04/20) il quale mostra un codice *Google AdSense* **pub-7689914983794334**.
Questo codice si ricolega non solo al sito www.grandecocomero.com (sito di guestposting con un solo articolo, con nome uguale a una delle 7 pagine analizzate e copyright nuovamente dell'agenzia S.S), ma ad altri due nuovi siti: **gigimoncalvo.it** e **medicbunker-la-verita.blogspot.com** oltre ad un sito non più attivo dal 2019, **tuttomercatosport.com**, ma comunque rintracciabile qui con il tool WayBackMachine.
Anche su questi nuovi siti abbiamo una ripetizione dei modus operandi precedentemente analizzati: notizie clickbait che gridano allo scandalo, uso di un'impaginazione da blog più che da testata giornalistica autorevole e assenza totale di riferimenti alla redazione che si occupa della stesura degli articoli.
Il sito di Gigi Moncalvo ha, però, un intento di **vendita dei propri libri** incentrati sulla vita della famiglia Agnelli (fig.12). L'informazione che in qualche modo chiude il cerchio della ricerca è la firma del copyright del sito del giornalista Gigi Moncalvo: nuovamente l'agenzia di comunicazione S.S.

Dal sito medicbunker-la-verita.blogspot.com notiamo cospicui riferimenti a terzi siti come byoblu, siti cospirazionisti, No-Vax, di vendita di prodotti "naturali" e alternativi alla medicina classica:

primo fra tutti Macrolibrarsi poi VivereInModoNaturale, NaturalNews (dove si vende la possibilità di ricevere notizie non censurate sulla salute - con relativi link a piattaforme alternative quali GAB - e prodotti "naturali" che nessun medico consiglia per via della "censura in atto"), Pressenza, Zerohedge e NewsTarget (con red flag[3] da parte di NewsGuard[5]). Questi siti vendono, tra l'altro, lo stesso genere di prodotti "naturali" di medicbunker-la-verita.blogspot.com.

Sulla pagina Facebook collegata a medicbunker-la-verita.blogspot.com troviamo adirittura un bottone per l'acquisto diretto di un libro cospirazionista attorno alla tematica del Covid-19 su questo sito piuttosto ricorrente all'interno di medicbunker-la-verita.blogspot.com e dei suoi articoli (Fig.14).

Il dominio di macrolibrarsi.it è di tre persone che abitano il territorio del riminese-cesenate (Fonte Whois) e molto probabilmente avrà acquistato gli spazi pubblicitari su medicbunker-la-verita.blogspot.com, ma rimane comunque molto strano che un libro sul covid19 cospirazionista possa essere messo in così tale luce sulla pagina Facebook.

Figura 12

Figura 13

Figura 14

Comportamenti

Il tipo di attività di posting utilizzati dalle reti e pagine esaminate, riflettono una strategia ben precisa di CLSB (Coordinated Link Sharing Behaviour): utilizzare il coordinamento di posting tra le pagine Facebook con link sharing verso Mag24.es per generare traffico sul sito.
Le notizie - che vanno dalla cronaca al gossip - sono state presentate come post ad immagini macros e titoli clickbait; infatti, tali post, servirebbero come mezzo per indirizzare il traffico verso il sito e guadagnare visualizzazioni, aumento del valore del sito ed introiti provenienti dagli spazi dedicati agli inserzionisti come vere e proprie ad farmers.

Il comportamento che suscita maggior interesse è la scelta e la condivisione di articoli che appartengono a fonti affidabili di notizie soprattutto *Il Corriere* e *il Giornale*.
Sebbene alcuni articoli riportino le medesime foto, il testo degli stessi è opportunamente cambiato e levigato, come per aggiungere una sfumatura diversa al suo significato o per evitare sanzioni di copyright.
Questo tipo di comportamento racchiuso nelle più ampie tecniche di source hacking, si può definire di *keyword squatting*[7], mostra il tentativo di offuscare l'identità di chi scrive (in questo caso mag24.es) per non farlo riconoscere e avere la possibilità di rappresentare in modo errato, decontestualizzato e manipolato mediaticamente, vari gruppi ideologici o addirittura, persone fisiche.

La domanda che più ci sembra pertinente è il perchè una pagina di notizie discutibili debba pubblicare articoli modificati ispirati dalle testate veritiere; per dare una risposta a questa domanda occorre analizzare l'andamento della rete, nella crescita e diminuzione dei suoi followers, e nel tasso di engagement, in relazione ai post pubblicati.

Negli ultimi 26 mesi, il numero cumulativo di *mi piace* delle pagine è aumentato del +11,08% da 480 mila circa a poco meno di 540 mila, con una crescita abbastanza rapida e costante per tutto il periodo, +53.6K.
Il mese di Gennaio 2019 rappresenta il periodo di maggiore crescita per la pagina con il +2.2% di followers guadagnati su una media di 2000 post pubblicati, mentre il mese meno proficuo risulta essere Aprile 2020 con un tasso di decrescita del -0.103% e la perdita di 500 utenti con più di 6000 post pubblicati mensilmente in media.
Durante gli ultimi due anni di attività la pagina ha ricevuto 9.34 M di interazioni in totale per i post pubblicati su Facebook, tuttavia la maggior parte dell'attività avviene su post riguardanti foto (92.2%) senza la presenza di un link di collegamento. I link si fermano al 4.58%.
La prevalenza di immagini Macros avviene in un ambiente favorevole alla loro condivisione: analizzando infatti i post di Facebook abbiamo notato come mediamente il numero maggiore delle interazioni provenga da like e dalle condivisioni in eque parti.

Il volume delle interazioni e following sarà certamente incrementato dalla strategia di continua ricondivisione delle notizie di mag24.es, di *keyword squatting*[7], d'uso di riferimenti a testate autorevoli senza link diretti, di titoli clickbait, ma nonostante le macros giochino sicuramente un ruolo essenziale in questo processo, ci teniamo per noi un sospetto di attività di data crafting basati sull'uso di *follower factories* e *click farms*[8]. Non avendo approfondito la questione preferiamo lasciare spazio ai futuri ricercatori che vorranno continuare l'esplorazione di questo dubbio, partendo anche da questo report e data collector.

Comportamenti di pubblicazione

Cosa è successo in quei periodi e perchè è stata così forte la variazione di engagement durante il periodo in esame?

Perchè si sono attivati dei forti cambiamenti nell'algoritmo di Facebook, negli standard della community dello stesso social e sono state aperte, chiuse/oscurate alcune pagine in analisi.

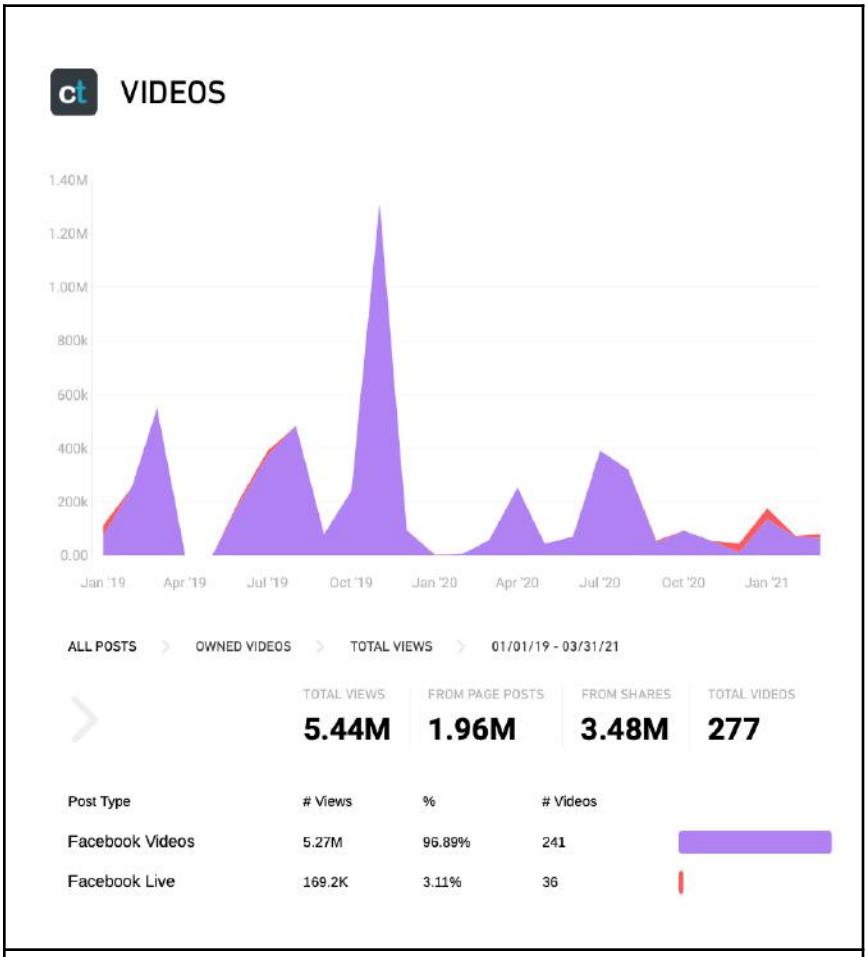


Figura 15: andamento della pubblicazione di video del network di pagine in analisi, in relazione agli aggiornamenti degli algoritmi di Facebook

Notiamo un calo drastico dell'uso dei video tra Maggio e giugno 2019 in concomitanza con l'uscita del nuovo algoritmo che spinge le condivisioni di video originali e di qualità a discapito dei contenuti che tipicamente venivano condivisi dalle pagine analizzate.

CrowdTangle: i picchi bassi

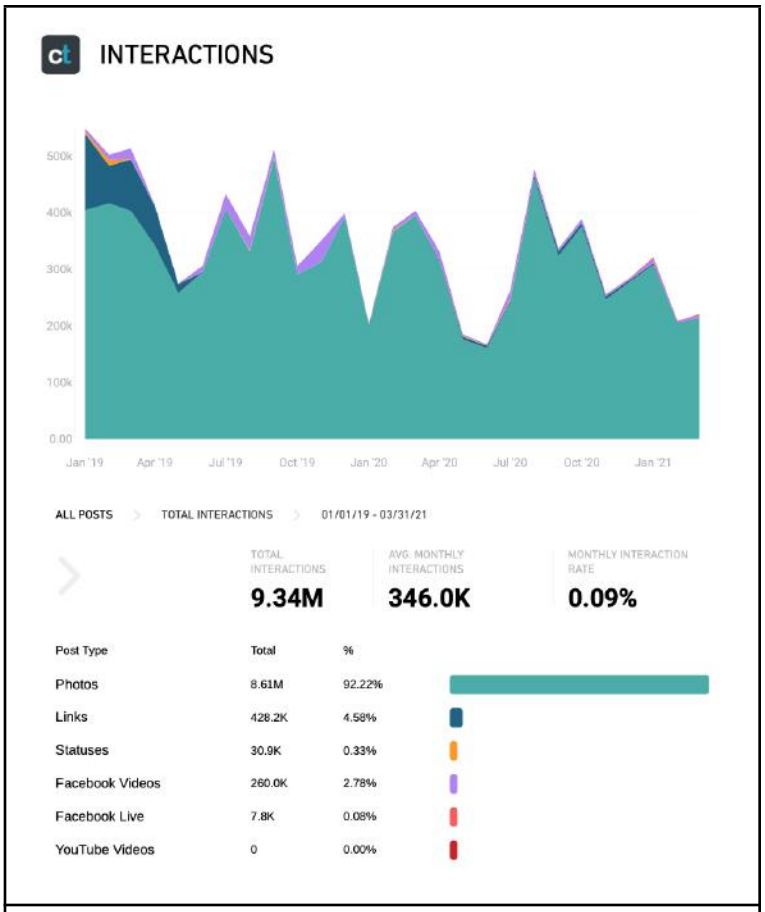


Figura 16: il grafico mostra esattamente il valore numerico delle interazioni dei *post* che ne hanno ricevuto di più

Guardando le "interaction" (fig. 16) prese dall'analisi di CrowdTangle notiamo picchi **bassi** esattamente nei seguenti periodi:

Metà aprile e maggio 2019

In questo periodo Facebook ha attivato novità nell'algoritmo in merito all'inserimento di un "bollino" certificante la fonte autorevole sulle notizie del newsfeed e la scelta di mostrare per primi i contenuti degli utenti/pagine con cui più interagiamo.

Probabile chiusura in questo periodo della pagina facebook di Mag24.es (databile al 2019) e perdita delle relative interazioni e percentuali di followers. L'engagement bait ("condividi ora", "tagga un amico" e altre attività di interazioni non significative) era stato punito proprio durante il 2019.

Mag24.es possedeva una propria pagina Facebook, ma al momento della nostra analisi (maggio 2021) la pagina risulta rimossa o temporaneamente oscurata (Fonte Archive.Today).

Metà ottobre 2019
Nuova policy (attualmente ancora più aggiornata) sulla circolazione di notizie in modo scorretto e coordinato tra più pagine e/o account - 10 ottobre 2019

Gennaio 2020
Primo aggiornamento per contrastare la manipolazione dei media e frasi scritte in modo decontestualizzato, non riportate correttamente o addirittura associate ad una persona che non le ha mai dette.
Intervento sui contenuti di interferenza politica scorretta.

Luglio 2020
Aggiornamento della policy contro il hate speech e inasprimento dei regolamenti a partire da luglio 2020

Ottobre 2020
Istituzione dell'OversightBoard per verificare la compatibilità dei contenuti segnalati dagli standard della community

Marzo 2021
Prioritizzazione dei contenuti originali che devono contenere media unici, analisi significative, materiali di ricerca inclusi e visual personalizzato e non copincollato o semplicemente creato come un costante template.

Dicembre 2020 fino a marzo 2021
Durante il periodo dicembre 2020 e marzo 2021, la piattaforma ha dato inizio a diversi processi di controllo e limitazione della disinformazione attorno alla tematica del covid-19, fake news, gruppi No Vax e false claims.

CrowdTangle: i picchi alti

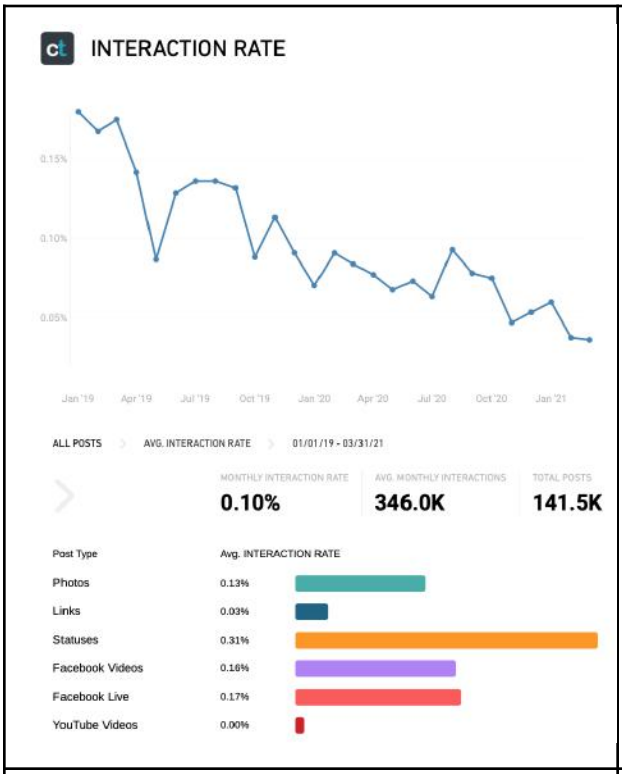


Figura 17: tasso di interazione che mostra la percentuale di *mi piace*, membri dei *gruppi*, *followers* e *post* con maggiore interazione

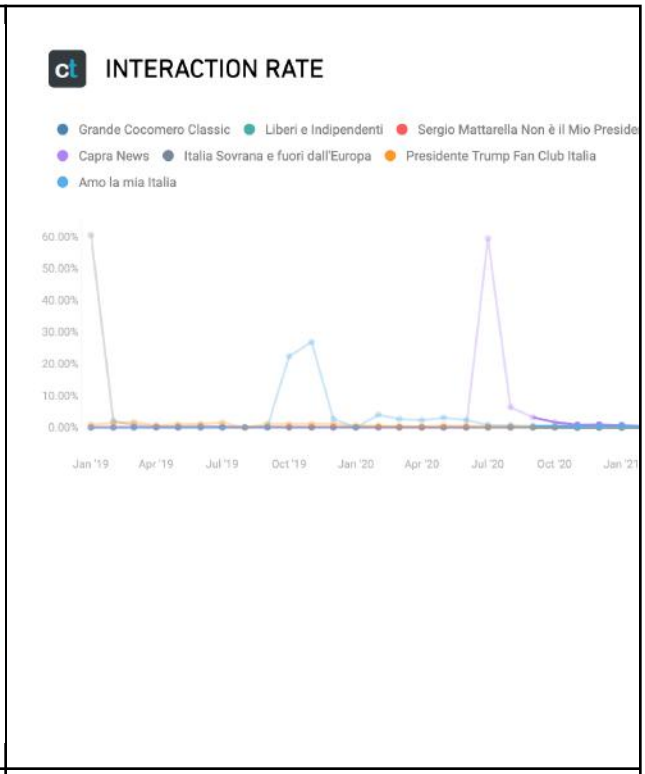


Figura 18: tasso di interazione generico di ogni singola pagina del network studiato

Per poter comprendere i **picchi di ripresa** che notiamo nella interaction rate (fig.17), teniamo sotto controllo anche le migliori interazioni delle pagine per tipologia di post (fig.18), esattamente tra:

Luglio e settembre 2019

Primi mesi di spinta di contenuti composti da foto e macros a discapito dei link che, con l'aggiornamento di aprile-maggio 2019, erano nel mirino dei fact-checkers.

Creazione della pagina Italia Sovrana e Fuori dall'Europa il 21 gennaio 2019 e successiva modifica del nome il 17 febbraio 2019 con link al sito Mag24.es.

Acquisizione di followers in concomitanza delle elezioni europee 2019 (26 maggio 2019).

Caduta del governo scelto con le votazioni di marzo 2018 (20 agosto 2019) e primi mesi del governo Conte II.

Pagina più attiva: Italia Sovrana e fuori dall'europa e Presidente Trump Fan Club Italia.

Novembre 2019
Creazione delle pagine Amo la Mia Italia nel 17 ottobre 2019 (pochi giorni dopo l'annuncio dell'aggiornamento che vietava il CLBS) probabile unione con precedente altra pagina (fanbase già esistente).
Primi mesi del Conte II (5 settembre 2019).
Pagina più attiva: Amo la mia Italia.

Febbraio e marzo 2020
Primi mesi del covid e prime teorie complottiste, vicine alle correnti No Vax, della costituzione di un ordine mondiale e hateful groups verso le comunità cinesi.
Pagina più attiva: Amo la mia Italia.

Settembre e primi di ottobre 2020
Malcontento per l'operato di Conte e del governo, primi rialzi dei contagi (seconda ondata) e ripresa dell'istituzione dei dpcm con coprifuoco.
Creazione e crescita della pagina Capra News (22 luglio 2020).
Pagina più attiva: Capra News.

Gennaio 2021
Malcontento per il governo e le chiusure delle festività.
Fermento politico per l'ennesimo voto di fiducia verso Conte e primi nominativi dei potenziali sostituti del governo tra cui il futuro Draghi.
Pagina più attiva: Grande Cocomero Classic.

Conclusioni

Nel caso analizzato abbiamo potuto quantificare una vasta tela coordinata di azioni che ci hanno portato su diversi siti, ma con una costante: gli attori che articolano il tutto.
La rete pubblica informazioni di tipo politico, cronaca o gossip totalmente alterate e in alcuni casi probabilmente inventate, utilizzando un meccanismo di condivisione che fa circolare rapidamente la notizia.
La motivazione di tale comportamento è sicuramente **economica** (introiti da parte del sito il quale offre spazi pubblicitari in ogni pagina), ma ci sono altre motivazioni che abbiamo trovato nella ricerca e che sono emerse nell'analisi dei dati: motivazioni di tipo **ideologico-cospirazionista**, *hyper-partisan*[9] con tendenze alla *manosphere*[4] (robedamaschi.it) e di un certo livello di *Alt-Right*10.(clima perenne di guerra e ostilità verso il parlamento).
Molte notizie tendenti a destra, vengono ricopiate totalmente nello stesso giorno di pubblicazione da parte dei giornali tipicamente di destra come *Libero*, facendoci avanzare ipotesi di un cluster che a)aprofitta della notizia e ne amplifica gli echi sfruttando la sensazionalità per i propri scopi economici sulla testata ed ideologici sulle pagine o b)c'è un comportamento di un vero e proprio cluster in cui avviene uno scambio di "articoli" tra grandi testate e piccole testate come mag24.es.
Gli articoli che vedono protagoniste citazioni di personaggi "a sinistra" come quella riguardante l'editoriale su *Il Messaggero* di Romano Prodi, non vengono ugualmente copiate e incollate dalla fonte, ma modificate e ricontestualizzate come più conviene alla direzione (fonte Blasting News e ricondivisione su Grande Cocomero Classic, fig.19).
Stessa cosa vale per il tweet della Lucarelli che, decontestualizzato in mag24.es e Libero, è stato travolto di critiche senza approfondimenti obiettivi.

Figura 19

I comportamenti del network mostrano una tendenza persistente al nascondere le fonti, gli autori e gli addetti alla "circolazione" di queste notizie, in una sorta di "trolling invisibile".

Nonostante la rete principale risulti essere Mag24.es, abbiamo trovato la presenza di numerose sottoreti che includono diverse piattaforme social (persino Telegram); dopo numerose analisi,

queste reti risultano essere strettamente correlate tra loro (uguali ideatori).
L'evidenza, infatti, ci suggerisce che ci sia una strategia comune di condivisione virale (CLSB) facendo uso dei post (principalmente) macros e spingendo la circolazione di notizie scritte in modo decontestualizzato.
La nostra ricerca vuole sottolineare come, in un periodo storico di forte traffico informativo, la nascita di pagine riguardanti fake news, media manipulation o tendenziose sia sicuramente un problema da tenere sotto controllo.

Con una rete simile, anche macro eventi come le elezioni europee del 2019, possono essere facilmente influenzate: le attività di media manipulation eseguite e proposte al momento giusto e con i mezzi giusti, trasmettono informazioni politiche distorte ad un pubblico ampio e inconsapevole e gli effetti si possono notare già dall'alto engagement che scaturiscono i post più "scandalistici".
Ora, però, pensiamo alle conseguenze drammatiche che una falsa informazione di questo genere può comportare: non solo risultati elettorali, ma anche informazioni No-Vax e anti-mediche su un pubblico ignaro e non preparato tecnologicamente e culturalmente ad indagare ed affrontare questo tipo di argomentazioni porterebbe a gravi risvolti.
Il "salto del fact-checking" è più che evidente e gli autori della rete sembrano essere piuttosto preparati ogni qualvolta le piattaforme modificano l'algoritmo o la policy. L'inserimento dei link nei commenti rende del tutto inefficace anche un'azione di tracking come quello effettuato da CrowdTangle; non c'è da stupirsi se i lavori di CLSB e guadagno sia così frequente.
Il lavoro di "smascheramento" delle tecniche di data crafting è stato soddisfacente in questa ricerca rispetto alla strumentazione in nostro possesso, ma siamo certi che l'ecosistema di attori che tentano di sfruttare Facebook o Google per il proprio guadagno è molto più ampio della rete qui esposta.
Vi invitiamo, esperti di sicurezza, giornalisti e ricercatori, a portare avanti le vostre indagini qualora ne aveste l'interesse.
Ci auguriamo che qualcuno possa concludere la ricerca partendo da dove stiamo per lasciarci e possa ampliare il lavoro svolto.
Sono state intenzionalmente oscurate le attribuzioni delle azioni alle persone coinvolte, ma abbiamo fornito tutti i dettagli necessari per affrontare un prosieguo della ricerca.
Vi auguriamo, infine, di poter collaborare e stringere un bel rapporto di amicizia tra colleghi con la stessa empatia, solidarietà e affiatamento con cui noi, il gruppo 18, abbiamo lavorato in questo mese di ricerca.

Appendice 1: Metodologia

I dati sono stati raccolti utilizzando CrowdTangle, piattaforma di analisi dei social media per rilevare i CLSB: condivisione di notizie/post/contenuti mediali su un certo numero di pagine (5/6 di solito) di un network. Questa strategia ha lo scopo di aumentare la portata del suo contenuto o link, solitamente problematico.

Il report si è sviluppato attraverso l'applicazione del framework A-B-C (François, 2019) che tiene conto di tre diversi vettori di inganno: attori manipolativi, comportamento ingannevole e dannoso e contenuto della manipolazione.

Siamo partiti con l'analisi di alcuni contenuti dannosi, per poi rilevarne il contenuto ingannevole fino a risalire all'identificazione degli attori manipolatori.
Lo step successivo ha rilevato sinonimi in altri network fino a definire un insieme di attori manipolatori/cluster.

La rete Mag.24 è stata ritrovata in uno studio dedicato alla circolazione di notizie italiane false e fuorvianti su questioni di attualità politica, cronaca e gossip televisivo su Facebook da Avaaz.org[11]: organizzazione non governativa che, tra le varie tematiche, si occupa anche di fact-checking e disinformazione[11]; non solo, la poca trasparenza del sito mag24.es è stata notta anche da testate nazionali quali La Stampa e Il Corriere specificando come simili pagine fossero collegate tra loro per aumentare le proprie interazioni ricondividendosi a vicenda sotto elezioni europee 2019 ed italiane 2018 in sostegno di partiti come destra e Movimento 5 Stelle.

Utilizzando CrowdTangle, abbiamo constatato che la rete Mag.24 è effettivamente quella su cui vengono fatti atterrare gli utenti dai post.
Ad ogni blocco altre pagine Facebook soccorrono il lavoro di backlinking ovviando, così, al possibile limite di circolazione del post.

La ricerca si è svolta con l'ausilio di alcuni tools utilizzati durante la collection dei dati pivot:

- Viewdns.info/dnslytics.com/spyonweb.com/nic.es
  Per la ricerca dei domini e dei nomi collegati ad essi.

- Advangle.com
  Operatore logico che sostituisce i comandi di Google dorks per la ricerca più dettagliata e filtrata su Google.

- Wayback Machine (archive.org)
  Ci ha permesso di vedere cosa c'era nella home page di un sito in una certa data e che magari ad oggi non è più presente.

- Archive.Today
  Tool da usare per rintracciare articoli che sono stati ora oscurati.

- Usersearch.org
  Per la ricerca di username collegati ai domini.

- Hunter.io
  Per cercare il nome del dominio e trovare gli indirizzi email collegati a tale dominio.

- Spyonweb.com
  Utile per notare se ci sono account Google Adsense o Analytics collegati tra loro e su quali pagine operano.

- Cutestat.com
  Ranking delle pagine e incoming money.

- Whopostedwhat.com
  Per la ricerca di post FB in base alla data, intervallo di date, luogo e parole chiave.

- NewsGuard
  Ranking di tipo giornalistico delle pagine per contrastare il diffondersi di notizie false, cattiva informazione e disinformazione.

Appendice 2: Pagine del network

Pagina/URL	Followers	Data di creazione della pagina	Provenienza amministratori pagina
Liberi e indipendenti https://www.facebook.com/693454557390040	121k	18 sett 2014	Spagna (2) Italia (1)
Capra News https://www.facebook.com/102929668179506	25K	22 lugl 2020	Spagna (1) Italia (1)
Grande Cocomero Classic https://www.facebook.com/1540048466210636	309K	10 sett 2014	Spagna (2) Italia (1)
Italia sovrana e fuori dall'Europa https://www.facebook.com/817094178639371	28k	21 gen 2019	Spagna (2) Italia (1)
Presidente Trump fan club Italia https://www.facebook.com/245268892595473	11k	3 febr 2017	Spagna (1) Italia (1)
Amo la mia Italia https://www.facebook.com/107421217344816	9k	17 ott 2019	Spagna (1) Italia (1)

Sergio Mattarella non è il mio presidente https://www.facebook.com/585198994957256	33k	30 gen 2015	Spagna (2) Italia (1)

Bibliografia e sitografia

[1]Lazarsfeld, Berelson e Gaudet - *The people's Choice. How the Voter Makes up his mind in a Presidential Campaign*, 1944

[2] it.blastingnews.com

[3] Il *red flag* è una caratteristica che, sommata ad altri red flags, può indicare potenzialmente delle forme di media manipulation

[4] La *Manosphere* sono reti di blog, forum e siti dedicati alla mascolinità come i Pick-up artist e Men Right Activisms. Le argomentazioni variano dal consiglio su come sedurre le donne, temi di mascolinità alpha e diritti dell'uomo nei confronti del genere femminile. Esempi di questo genere sono The Red Pill - subreddit

[5] newsguardtech.com

[6] La *leak forgery* è una delle tecniche di *source hacking* con cui viene effettuata una spettacolarizzazione di documenti sensibili o segreti, attraverso i media. Un esempio ne è la vicenda legata ai "Macron Leak"

[7] Il *keyword squatting* è una tecnica per cui si cerca di offuscare la propria identità per rappresentare in modo errato gruppi ideologici o persone fisiche. Ne sono un esempio alcune tecniche di appropriazione di parole chiave attorno a notizie dell'ultima ora, eventi, vips, hashtag di tendenza, ecc. usate poi su argomenti non-accurati o affiancati ad informazioni maliziose.

[8] Acker, A. (2018). Data Craft. Data & Society. datasociety.net
Il *data craft* sono metadati manipolati e pratiche atte a creare e "giocare" con la proliferazione di dati sui social media, attraverso i nuovi meccanismi computazionali e algoritmici di organizzazione e classificazione.
Queste pratiche, tramite la manipolazione e falsificazione dei metadati, generano falsi click e tassi

di engagement.
I *followers factories* e *click farms* sono delle forme organizzative unite per promuovere falsi profili di celebrità, vendere followers, visualizzazioni in cambio di denaro o di una prestazione similare. Sono un esempio finti followers, finti tassi di engagement, like4likes, scambio di commenti o follow4follow.

[9]Le fonti *Hyper-Partisan* riportano verità decontestualizzate, falsità e salti logici per creare una visione distorta. Molti siti "di parte" tendono a comunicare le proprie notizie in questa maniera.

10. Le forme di *Alt-Right* si rintracciano in alcuni siti, account, personaggi influencer di una certa posizione politica di estrema destra, promuovendo argomenti come il suprematismo bianco, culto del passato, ostilità verso il parlamento, clima di guerra perenne. Ne sono un esempio l'organizzazione Qanon.

[11] Qui è possibile consultare il grande lavoro di fact-checking ed oscuramento di alcune pagine tra cui mag24 avaazpress.s3.amazonaws.com

Ogni riferimento teorico è stato ripreso dai seguenti report:

- https://datasociety.net/output/lexicon-of-lies/
- https://datasociety.net/output/media-manipulation-and-disinfo-online/
- https://datasociety.net/library/data-craft/
- https://datasociety.net/output/source-hacking-media-manipulation-in-practice/
- https://doi.org/10.31235/osf.io/3jteh