



FAKE NEWS: NON FATEVI CONTAGIARE

CROCE ROSSA ITALIANA & THE FOOL

Osservatorio VERA SALUTE

Long COVID | Marzo 2024

Osservatorio online su disinformazione e Fake news su tematiche sanitarie.

Tool di analisi utilizzati: Brandwatch, Buzzsumo e Audiense.



Croce Rossa Italiana



Indice

Introduzione.....	3
Le top Fake News sul Long COVID.....	4
La disinformazione online sul Long COVID.....	5
Profili demografico e valoriale dei diffusori di disinformazione social.....	6
Panorama sulle interazioni social generate dalle news sul Long COVID.....	7
TikTok: tra informazione e disinformazione.....	8
Conclusioni	9

1. Introduzione

Nell'era dell'informazione digitale, l'**accesso alle notizie** è diventato più diretto e **immediato** che mai.

Tuttavia, è vitale riconoscere che non tutte le informazioni con cui entriamo in contatto sono affidabili, motivo per il quale diventa essenziale **consultare fonti affidabili** quando si tratta di questioni come la salute e il benessere.

Le **fake news** rappresentano un **fenomeno dilagante** che richiede un intervento concreto: questo genere di informazioni ingannevoli possono riguardare, infatti, qualsiasi argomento e le conseguenze possono **influenzare negativamente** sia le nostre **scelte** che i nostri **comportamenti**.

La **consapevolezza** assume un ruolo cruciale per poter **prendere decisioni informate** e proteggere il nostro benessere.

A tal proposito, il focus di questa edizione dell'**Osservatorio VERA SALUTE** verterà sulla disinformazione online sul **Long COVID**.

2. Le top Fake News sul Long COVID

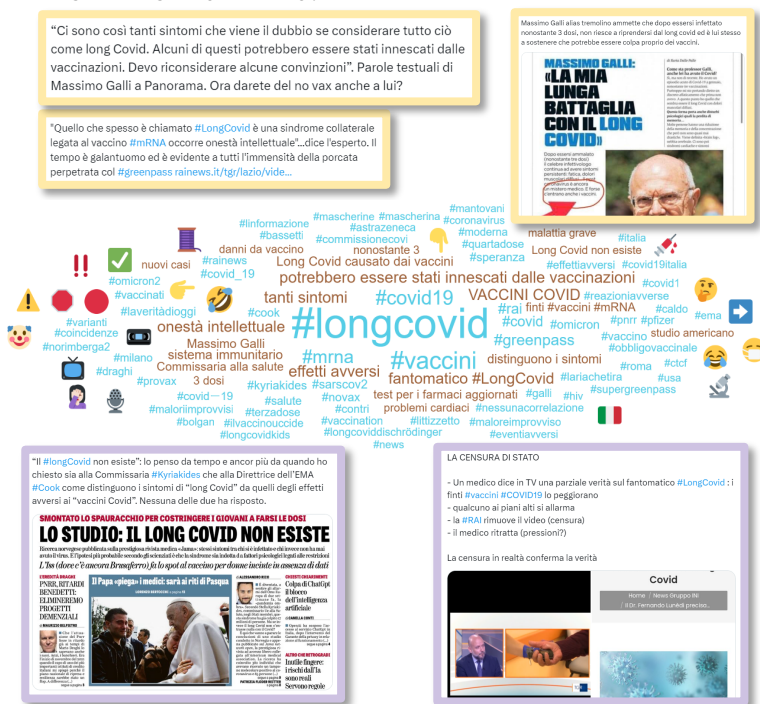
Questa edizione di **marzo** indagherà la disinformazione e le false notizie presenti online e sui social dal 2020 a oggi in riferimento al **Long COVID**.

Questo documento esamina alcune delle più comuni Fake News:

- **Il Long COVID è una questione psicologica:** Falso. Il Long COVID ha una base fisiologica dimostrata da diversi studi e può includere una gamma di sintomi che vanno ben oltre la salute mentale. L'impatto psicologico può essere significativo, ma ci sono molteplici sintomi fisici documentati che suggeriscono l'implicazione di altri sistemi organici;
- **I bambini e i giovani non possono avere il Long COVID:** Falso. Sebbene il rischio di Long COVID nei bambini e nei giovani sia generalmente più basso rispetto agli adulti, questi possono comunque svilupparlo;
- **Il vaccino causa il Long COVID:** Falso. Non ci sono prove scientifiche che sostengano questa affermazione. Viceversa, esistono molti studi che evidenziano come la vaccinazione contro il COVID abbia avuto un effetto sulla riduzione del rischio di sviluppare sintomi a lungo termine nei pazienti vaccinati prima o dopo l'infezione da COVID-19;
- **Il Long COVID colpisce solo le persone con sintomi gravi di COVID-19:** Falso. Anche persone che hanno avuto forme lievi di COVID-19 possono soffrire di Long COVID. I sintomi a lungo termine possono insorgere indipendentemente dalla gravità dell'infezione iniziale;
- **Il digiuno intuitivo aiuta a guarire dal Long COVID:** Falso. A oggi, non esistono né terapie né diete specifiche per i disturbi legati al Long COVID. Per alleviarli si attuano soluzioni personalizzate a seconda della manifestazione clinica o del disturbo che viene riscontrato dal soggetto interessato.
- **I sintomi del Long COVID sono costanti nel tempo:** Falso. I sintomi possono effettivamente fluttuare e cambiare nel tempo. Alcune persone con Long COVID sperimentano periodi in cui i sintomi migliorano, seguiti da periodi di peggioramento;
- **Solo il sistema respiratorio è colpito dal Long COVID:** Falso. Il Long COVID può influenzare molteplici sistemi del corpo umano inclusi quello cardiocircolatorio, quello neurologico, quello digestivo e quello immunitario.

3. La disinformazione online sul Long COVID

La **word cloud** mostra i topic che ruotano attorno alla disinformazione sul Long COVID più presenti nelle news e nei social media.



L'analisi del conversato che copre il periodo dal 2020 al 2023 fa emergere circa **21.000 interazioni digitali** pertinenti a discorsi di disinformazione relativi alla condizione post-virale conosciuta come **Long COVID**. L'analisi di queste conversazioni digitali mostra un **picco nel 2022**, con circa **9.000 interazioni**, una quantità significativamente maggiore rispetto agli anni successivi e precedenti, ovvero 8.000 nel 2023, 3.500 nel 2021 e solo 19 nel 2020. Il 2022 ha registrato un **incremento notevole, pari al +473%** nelle interazioni rispetto al 2023.

Tra le conversazioni analizzate, le teorie della disinformazione si concentrano principalmente su **due narrative fallaci**: la **negazione dell'esistenza del Long COVID** e l'erronea **associazione** di questa condizione con la somministrazione dei **vaccini** anti-COVID-19. Un tema ricorrente nell'ambito della disinformazione vaccinale include alcune citazioni, non interpretate correttamente e attribuite al **Dott. Massimo Galli**, che sono state utilizzate per supportare falsi collegamenti tra la vaccinazione e il Long COVID. Nel corso del 2021 sono emerse anche diverse news italiane che hanno raccontato del **digiuno intuitivo** proposto dall'attrice **Gwyneth Paltrow** per contrastare i sintomi del **Long COVID**.

Attraverso un'analisi più specifica delle interazioni sui social media, abbiamo individuato che il contenuto più influente relativo a tali tematiche di disinformazione risale a settembre 2023. Si tratta di una pubblicazione di un **giornalista** su Twitter che alludeva erroneamente a un **collegamento tra il Long COVID e la vaccinazione**, raggiungendo 103.000 visualizzazioni, 2.300 interazioni e 930 retweet. Il secondo contenuto più diffuso è attribuibile a un profilo utente, il quale ha etichettato il Long COVID come una condizione «*fantomatica*», basando le sue affermazioni su un'intervista controversa con il **Dott. Fernando Lunedi** trasmessa dal TG3 Lazio.

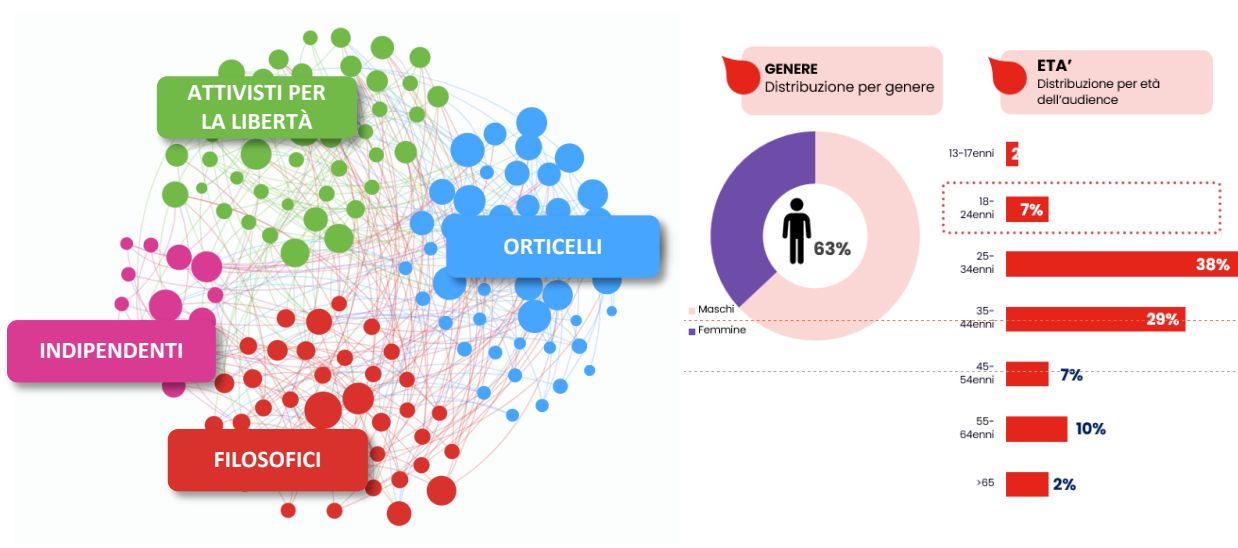
4. Profili demografico e valoriale dei diffusori di disinformazione social

L'analisi condotta utilizzando la **piattaforma Audiense** sugli account X (ex Twitter) che hanno contribuito alla diffusione di disinformazione sul **Long COVID**, registra **quattro principali profili caratterizzanti**:

- **FILOSOFICI**: sono analitici ma sentimentali, sono aperti e intrigati da nuove idee e amano esplorarle. L'autorità per loro è un nemico da combattere;
- **SCETTICI**: miopi, passivi e scettici, amano la routine familiare e tendono a non credere mai a ciò che gli viene raccontato;
- **ORTICELLI**: scomodi e legati a valori tradizionali. Hanno una visione limitata del mondo legata esclusivamente a ciò che accade intorno a loro;
- **ATTIVISTI PER LA LIBERTÀ**: la lotta per la libertà in tutte le sue forme è al centro del loro modus vivendi.

Dal punto di **vista demografico**, la distribuzione del **genere** del campione analizzato registra una prevalenza degli uomini (63%) rispetto alle donne (37%).

La suddivisione invece per **fasce di età** evidenzia come più ricorrente quella **25-34 anni** (38%), seguita a distanza dalla fascia 35-44 anni (29%).



Nota Metodologica: l'analisi della topic wheel realizzata tramite Audience mostra i dati degli utenti X (ex Twitter) che hanno contribuito alla diffusione della disinformazione sul Long COVID

5. Interazioni social generate dalle news sul Long COVID

Durante l'arco dell'ultimo biennio, **Buzzsumo** registra come gli articoli sul Long COVID abbiano generato oltre **284.000 interazioni sui social**, indicando un alto livello di coinvolgimento del pubblico su questo argomento.

L'analisi quantitativa delle prime cinque notizie ordinate per numero di interazioni rivela una predominanza di articoli ben documentati che descrivono le ricerche scientifiche attinenti al **Long COVID**. Tuttavia, una discesa ulteriore nell'elenco delle notizie rileva la **presenza di contenuti meno affidabili**, come evidenziato da un articolo pubblicato sul sito web **ilparagone.it**, intitolato esplicitamente "**La bufala del Long COVID**", il quale ha suscitato una risonanza significativa evidenziata da oltre **3.400 interazioni social**.

Tale fenomeno sottolinea la presenza di una narrativa alternativa e contrapposta rispetto al consenso scientifico, che merita ulteriore indagine e contestualizzazione all'interno del discorso pubblico e accademico.

Select Page	FACEBOOK ENGAGEMENT	X SHARES (TWITTER)	PINTEREST SHARES	REDDIT ENGAGEMENT	NUMBER OF LINKS	EVERGREEN SCORE	TOTAL ENGAGEMENT
☐ Tre dosi proteggono dal Long Covid , anche con Omicron - Sanità - Ansa.it By Agenzia Ansa Jul 2, 2022 ansa.it	11.7K	67	0	0	2	2	11.8K
☐ Long Covid , tre dosi di vaccino proteggono indipendentemente dalla variante: lo studio By Redazione Sky.Tg24 Jul 2, 2022 sky.it	10.7K	10	0	0	3	2	10.8K
☐ "Tre strade attivano il Long Covid . L'unica protezione è un ciclo vaccinale completo" By huffpost Italia Jun 22, 2022 huffingtonpost.it	8K	4	0	0	-	3	8K
☐ Giuditta, medico dell'ospedale di Firenze, ha avuto il Covid 18 mesi fa e non è più tornata in... By huffpost Italia May 19, 2022 huffingtonpost.it	4.7K	10	0	0	-	3	4.7K
☐ Oltre la metà di chi ha preso il SarsCov2 soffre di Long Covid : così ISS prova a curarli By Antonella Cangemi May 4, 2022 farpage.it	3.8K	45	0	0	2	3	3.8K
☐ La bufala del Long Covid . Gli effetti avversi mai realmente indagati By Antonio Oliverio Mar 12, 2023 ilparagone.it	3.4K	18	0	0	-	3	3.4K

Nota Metodologica: la classifica degli articoli social con più interazioni negli ultimi due anni è stata realizzata attraverso il tool di analisi Buzzsumo.

6. TikTok: il social tra informazione e disinformazione

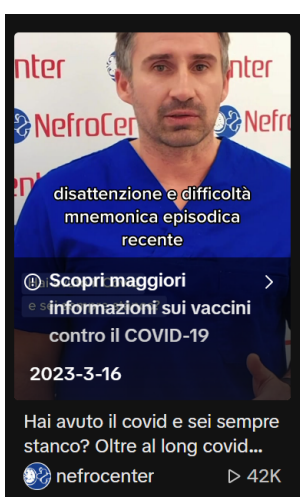
Nell'ambito della **piattaforma di social networking TikTok**, particolarmente pervasiva tra gli individui appartenenti alla **Generazione Z**, si osserva una presenza circoscritta di **disinformazione** riguardante il **Long COVID**.

I contenuti che hanno ricevuto maggior attenzione e interazioni sono costituiti da video che includono testimonianze dirette di individui i quali continuano a esperire disturbi non risolti anche a tre anni di distanza dall'infezione iniziale da COVID-19. Si osserva la **presenza occasionale di notizie infondate**, per esempio circa il presunto beneficio della Vitamina C nell'assistere il sistema immunitario contro le conseguenze del COVID-19. Parallelamente, si è registrato un interesse virale verso contenuti di varia serietà, tra cui quelli che mostrano monete che rimangono attaccate al braccio dopo la vaccinazione, implicando erroneamente connessioni con la vaccinazione stessa.

Osserviamo, inoltre, che su **TikTok emergono contenuti informativi prodotti da professionisti sanitari**, come evidenziato dai video dell'account **Nefrocenter** (16.000 follower), che trattano le difficoltà mnemoniche riscontrate in alcuni pazienti, e del **Dott. Ivan Pierozzi** (26.000 follower), che enfatizza la persistenza di sintomi nel lungo termine post-infezione. Questa varietà di contenuti sottolinea il **ruolo di TikTok come piattaforma influente sia per la diffusione di informazione che di disinformazione**, enfatizzando l'importanza del discernimento critico da parte degli utenti nel valutare la veridicità e l'affidabilità delle informazioni consumate.



17K like
1,2K commenti
1,1Mln visualizzazioni



158 like
47 commenti
42K visualizzazioni



59 like
2 commenti
6K visualizzazioni

Nota Metodologica: i contenuti analizzati su TikTok sono emersi tramite ricerca manuale.

8. Conclusioni

Lo studio sulla diffusione delle fake news e della disinformazione relative al **Long COVID** attraverso le piattaforme social a partire dal 2020 ha rivelato una significativa presenza di dialogo fuorviante, con un picco di conversazioni nell'anno 2022. Tale fenomeno è principalmente caratterizzato da due correnti di disinformazione: la **negazione dell'esistenza del Long COVID** e la sua **erronea associazione con la vaccinazione**. Il coinvolgimento di figure pubbliche e l'appropriazione indebita delle parole di esperti hanno ulteriormente esacerbato la diffusione di informazioni inesatte.

L'analisi delle interazione sui social network ha mostrato che, nonostante le informazioni accurate e scientificamente fondate siano tra i contenuti che ottengono maggiori interazioni, **esiste anche una sotto-categoria di contenuti che perpetua narrazioni false** e ottiene un notevole grado di coinvolgimento dell'audience. La diffusione di tali fake news è stata prevalentemente catalizzata da profili demografici maschili, compresi tra i 25 e i 44 anni, i quali dimostrano una propensione doppia rispetto alla media nazionale a condividere contenuti sui social media.

Nell'ambito della Generazione Z su **TikTok**, la prevalenza di fake news è stata contenuta; tuttavia, la piattaforma ha comunque ospitato una varietà di contenuti, sia informativi che fuorvianti, **evidenziando la necessità di una verifica critica delle fonti**.

In risposta alla proliferazione di false narrazioni in ambito sanitario, è imperativo sviluppare strategie di contrasto che includano la promozione dell'alfabetizzazione mediatica e sanitaria, la verifica delle informazioni e l'incoraggiamento di contenuti prodotti da professionisti sanitari. Ricerche precedenti indicano l'efficacia di interventi mirati, come la smentita diretta di informazioni errate e **l'utilizzo di piattaforme digitali per diffondere informazioni corrette**. Strategie di questo tipo dovrebbero essere considerate come **un impegno sociale congiunto tra professionisti sanitari, piattaforme di social media e istituzioni educative** per mitigare l'impatto della disinformazione e guidare il pubblico verso fonti affidabili.

Questo studio fornisce un contributo al riconoscimento dei pattern di diffusione della **disinformazione online** e sottolinea l'importanza di un intervento tempestivo e basato su evidenze con l'obiettivo di preservare la salute pubblica.



Croce Rossa Italiana

