

Introduzione

Non scrivo queste pagine per fare morale a qualcuno, né perché pensi che possano interessare a tutti. So bene che molti usano i social per svagarsi e non hanno alcuna voglia di fermarsi a riflettere su ciò che succede dietro le quinte. Eppure, ogni tanto sento il bisogno di mettere nero su bianco quello che vedo ogni giorno scorrendo il feed, perché provo un misto di indignazione e frustrazione davanti a come stanno cambiando le cose.

Qualche giorno fa, dopo una cerimonia molto seguita e una polemica nata attorno a una performance musicale che ha diviso il pubblico, sono apparse all'improvviso decine di pagine con titoli quasi identici. Stessa foto, stesso tono volutamente provocatorio, stessi post costruiti per scatenare reazioni opposte. Migliaia di commenti, spesso durissimi, e un'ondata di discussioni senza fine. A quel punto mi sono chiesto: chi sta davvero usando chi? Le persone che commentano stanno esercitando liberamente la propria opinione oppure stanno semplicemente alimentando una macchina progettata per monetizzare la loro rabbia?

Perché il punto non è se si possa criticare o difendere qualcuno — il confronto è sempre esistito e continuerà a esistere. Il problema nasce quando il contesto della discussione viene costruito artificialmente per provocare scontri e generare interazioni. Sempre più spesso i social sembrano premiare non chi informa o crea valore, ma chi riesce a spingere le persone a reagire di pancia. E quando vedo storie strappalacrime inventate o polemiche gonfiate ad arte solo per raccogliere like e commenti, faccio fatica a non provare disgusto.

I social network erano nati per avvicinare le persone e ampliare le conoscenze. Oggi una parte crescente dei contenuti sembra invece progettata per sfruttare la buona fede degli utenti, trasformando emozioni sincere in traffico e monetizzazione. Non sempre si tratta di truffe evidenti, ma troppo spesso si tratta di provocazioni costruite con precisione chirurgica per ottenere visibilità e guadagno.

Queste pagine nascono anche come uno sfogo personale. Non pretendono di cambiare il modo in cui le persone usano i social, ma vogliono almeno provare a mettere in ordine alcune riflessioni maturate osservando ciò che accade ogni giorno online. Perché prima ancora di chiederci cosa pensiamo di un contenuto, forse dovremmo iniziare a chiederci perché qualcuno lo ha pubblicato proprio in quel modo.

Pagine Facebook acchiappa-interazioni: il fenomeno e chi c'è dietro

Tattiche per massimizzare commenti e reazioni

Su Facebook si stanno diffondendo sempre più **pagine costruite per attirare reazioni continue**. L'obiettivo non è tanto informare, quanto accumulare commenti, “mi piace” e condivisioni, perché ogni interazione aumenta la visibilità e contribuisce ai meccanismi di monetizzazione della piattaforma. Una delle tecniche più utilizzate consiste nel pubblicare **contenuti volutamente provocatori su temi di forte impatto** — politica, cronaca o personaggi noti — capaci di dividere il pubblico e alimentare discussioni accese. Più il dibattito degenera in scontro, più l'algoritmo amplifica la diffusione del post. Questo sistema genera entrate soprattutto quando viene replicato su molte pagine contemporaneamente: se una singola pagina produce risultati limitati, reti composte da centinaia di profili permettono di moltiplicare visualizzazioni e ricavi pubblicitari.

Accanto a questo modello esiste anche una dinamica più controversa. In alcuni casi le provocazioni non servono solo a creare traffico, ma anche a spingere gli utenti a scrivere commenti offensivi che possono essere utilizzati successivamente **per richieste economiche o azioni legali**. Lo scontro online diventa così parte integrante del meccanismo di monetizzazione: prima si alimenta il conflitto per aumentare la visibilità, poi si sfruttano le reazioni più estreme come ulteriore fonte di guadagno.

Quiz banali e indovinelli virali: molte pagine pubblicano quesiti matematici elementari o rompicapi semplici (ad esempio “Quanto fa $1+1$?” oppure espressioni ambigue). Sono problemi che chiunque può provare a risolvere e che spesso generano dibattiti perché la risposta non appare immediata. Questo porta centinaia di persone a commentare con soluzioni diverse. Un esempio noto è l'enigma $6 \div 2(1+2) = ?$, che per mesi ha circolato su Facebook passando da una pagina all'altra e accumulando migliaia di risposte. L'obiettivo non è davvero mettere alla prova le capacità matematiche degli utenti, ma utilizzare l'invito implicito a “rispondere nei commenti” come esca per aumentare artificialmente l'engagement del post. Indipendentemente dal contenuto delle risposte, gli amministratori intervengono spesso con messaggi entusiasti o con inviti a proseguire la discussione, così da mantenere attivo il thread. In alcuni casi queste iniziative possono nascondere vere e proprie truffe, come finti giochi a premi in cui, dopo aver partecipato al quiz, l'utente viene contattato privatamente con la promessa di una vincita e invitato a pagare una tassa anticipata per riceverla. Nella maggior parte delle situazioni, però, lo scopo principale resta quello di far “esplodere” le interazioni e aumentare la visibilità della pagina, con conseguente crescita del suo valore e delle possibilità di monetizzazione.

Appelli emotivi e storie strappalacrime: si tratta di contenuti progettati per suscitare pietà o commozione, spingendo gli utenti a reagire d'istinto con commenti, cuori o condivisioni. Spesso mostrano immagini di bambini malati, animali in difficoltà o persone anziane accompagnate da frasi del tipo “Condividi se hai un cuore” oppure “Lascia un cuore se ami tua madre”. In alcuni casi anche pagine a tema religioso utilizzano lo stesso meccanismo, invitando gli utenti a scrivere “amen” nei commenti come gesto simbolico di partecipazione. Una parte significativa di questi

materiali risulta però artificiale o riciclata: fotografie realistiche ma inventate, create con strumenti digitali o riutilizzate in contesti completamente diversi. Nonostante questo riescono a raccogliere grandi quantità di interazioni da utenti in buona fede. Si tratta di pagine costruite per attirare clic e reazioni, che sfruttano l’emotività per crescere rapidamente. I contenuti appaiono spesso ripetitivi, tradotti in modo approssimativo o privi di reale qualità, proprio perché realizzati in serie con l’unico scopo di ingannare l’algoritmo e amplificare la diffusione. Dietro alcune di queste attività si ipotizza la presenza di reti automatizzate o gruppi che operano dall’estero, capaci di pubblicare continuamente post emotivi per accumulare follower e aumentare il valore della pagina. Una volta raggiunta una certa dimensione, il nome della pagina può essere modificato o ceduto ad altri, trasformando il pubblico costruito con appelli sentimentali in uno strumento per promuovere prodotti, siti commerciali o contenuti spam. In questo modo l’emozione diventa una leva di sfruttamento, dove la partecipazione degli utenti viene utilizzata principalmente per alimentare traffico e monetizzazione.

Opinioni su argomenti divisivi: alcune pagine pubblicano quotidianamente domande del tipo “Siete d’accordo con questa riforma?” oppure “Cosa ne pensate dell’argomento X?”, scegliendo temi particolarmente sensibili come immigrazione, vaccini o fatti di cronaca. Si tratta di questioni capaci di polarizzare il pubblico e generare discussioni accese nei commenti. Anche in questo caso il principio resta lo stesso: alimentare dibattiti continui — spesso veri e propri litigi — in modo che il contenuto rimanga visibile a un numero sempre maggiore di persone. È una forma più sottile di clickbait: invece di diffondere notizie false, si prende un tema reale e lo si presenta con un taglio studiato per provocare reazioni istintive. L’algoritmo della piattaforma tende infatti a premiare i contenuti con un alto livello di interazione, anche quando l’engagement è negativo, aumentando così la diffusione organica della pagina. In questo modo le divisioni sociali diventano il carburante della visibilità, mentre l’accuratezza delle informazioni passa spesso in secondo piano.

Notizie false e bufale sensazionalistiche: un altro filone riguarda pagine che diffondono notizie distorte, teorie complottistiche o titoli costruiti per creare allarme. Frasi come “Non ve lo diranno mai in TV” o contenuti sensazionalistici su personaggi noti vengono utilizzati per attirare clic e generare reazioni immediate. In molti casi dietro questi post non c’è alcun intento informativo, ma la semplice ricerca di traffico da trasformare in guadagno pubblicitario. Negli ultimi anni sono emersi esempi di reti organizzate capaci di produrre grandi quantità di articoli inventati e promuoverli attraverso pagine social con titoli virali, puntando su emozioni forti come rabbia o entusiasmo. Il contenuto in sé diventa secondario: ciò che conta è spingere gli utenti ad aprire il link e aumentare le visualizzazioni. Anche nel contesto italiano si trovano pagine dal nome apparentemente giornalistico che pubblicano in continuazione articoli di bassa qualità, ricchi di pubblicità e costruiti per intercettare i temi più discussi del momento. Si tratta spesso di contenuti realizzati in serie, pensati per sfruttare l’algoritmo e alimentare il bisogno di conferme o la reazione emotiva di una parte del pubblico.

Chi gestisce queste pagine?

Viene spontaneo chiedersi chi si nasconda dietro questo tipo di attività. **In molti casi non si tratta del singolo utente isolato, ma di gruppi organizzati** che gestiscono contemporaneamente numerose pagine con schemi molto simili tra loro. Team coordinati possono pubblicare contenuti studiati per attirare interazioni, raccogliere grandi quantità di reazioni e poi indirizzare il pubblico verso altri profili, gruppi o progetti collegati alla stessa rete. Questo lascia intuire l'esistenza di strutture più ampie, talvolta collocate all'estero, che operano dietro pagine apparentemente locali.

Anche l'aspetto dei contenuti può suggerire una produzione su larga scala: immagini generiche, testi ripetitivi o traduzioni approssimative indicano spesso materiali creati in serie e adattati rapidamente a diverse lingue. In alcuni casi si ipotizza l'utilizzo di vere e proprie "fabbriche digitali", dove numerosi account — reali o automatizzati — vengono impiegati per amministrare pagine e aumentare artificialmente le interazioni attraverso like e commenti pilotati. Lo scenario più ricorrente è quello di piccoli gruppi di operatori che controllano contemporaneamente molte pagine, pubblicando contenuti virali preconfezionati e intervenendo nelle discussioni per mantenere alta l'attenzione.

Il fine resta principalmente economico: monetizzare direttamente attraverso pubblicità e programmi interni alle piattaforme oppure far crescere il valore della pagina — in termini di follower e engagement — per rivenderla o utilizzarla successivamente per promuovere prodotti e servizi. Non sempre dietro queste attività si trova criminalità organizzata tradizionale; più spesso emergono figure legate a forme di imprenditoria digitale aggressiva o a strategie di marketing poco trasparenti. Tuttavia esistono zone grigie in cui queste pratiche possono incrociarsi con truffe online, phishing o raccolta di dati personali senza reale consenso.

In sintesi, dietro le pagine acchiappa-interazioni possono esserci amministratori opportunisti, reti coordinate anche a livello internazionale o vere e proprie strutture dedicate al clickbait. Ciò che accomuna realtà molto diverse tra loro è l'idea che ogni interazione sui social rappresenti una risorsa economica da sfruttare, spesso senza particolare attenzione alle conseguenze per gli utenti.

Uso di troll e profili falsi

Uno degli aspetti meno visibili del fenomeno riguarda l'impiego di account falsi o troll per orientare le discussioni. Le pagine costruite per generare interazioni non si affidano sempre solo alle reazioni spontanee degli utenti, ma possono introdurre profili creati appositamente per pubblicare messaggi provocatori e alimentare il confronto. In questo modo la conversazione appare già accesa e coinvolgente, spingendo altri utenti reali a partecipare.

Le piattaforme social dichiarano periodicamente di intervenire contro bot e profili non autentici utilizzati per azioni coordinate, segno che queste pratiche esistono e vengono monitorate. Attraverso account fittizi è possibile simulare entusiasmo, indignazione o sostegno, facendo crescere artificialmente l'engagement di un contenuto. In alcuni casi i primi commenti sotto un post possono essere inseriti proprio per creare l'impressione di un dibattito già in corso, inducendo gli altri utenti a intervenire e amplificando l'effetto valanga.

Anche le tradizionali "esche da interazione" si sono evolute nel tempo. Oggi non sempre si trovano inviti espliciti a mettere like o condividere, perché queste pratiche sono state progressivamente

limitate dagli algoritmi. Al loro posto compaiono conversazioni guidate in modo più sottile, dove profili compiacenti o troll contribuiscono a mantenere viva la discussione e a renderla apparentemente spontanea. L'utilizzo di account automatizzati o di persone incaricate di provocare reazioni fa ormai parte dell'ecosistema delle pagine acchiappa-interazioni, con lo scopo di far sembrare un contenuto più popolare o controverso di quanto sia realmente e sfruttare così la maggiore visibilità generata dall'algoritmo.

Il lato oscuro: rischi e conseguenze

Dietro queste dinamiche emerge una parte meno visibile dei social network, dove l'interazione viene sfruttata in modo sempre più strumentale. Le conseguenze non riguardano solo la qualità dei contenuti, ma anche il modo in cui gli utenti percepiscono e vivono l'ambiente digitale.

Disinformazione e inganno: gli utenti possono essere esposti continuamente a contenuti superficiali o distorti, progettati più per attirare attenzione che per informare. Questo contribuisce a creare confusione e a diffondere convinzioni errate, rendendo il dibattito online sempre più fragile. Quando contenuti costruiti artificialmente circolano senza controllo, diventa difficile distinguere tra informazione autentica e manipolazione, con il rischio di trasformare il social in uno spazio dominato da pubblicazioni prive di reale valore.

Sfruttamento emotivo e assuefazione all'indignazione: molte pagine puntano su emozioni forti come rabbia, compassione o indignazione per aumentare le reazioni. Nel tempo questo meccanismo può generare una sorta di assuefazione, spingendo gli utenti a reagire in modo sempre più impulsivo. L'emotività diventa uno strumento per generare clic, mentre il confronto autentico passa in secondo piano. Chi partecipa in buona fede rischia di essere strumentalizzato, soprattutto quando interagisce con contenuti costruiti appositamente per manipolare la sensibilità del pubblico.

Rischi legali e truffe: alcune dinamiche mostrano come gli scontri online possano trasformarsi in opportunità economiche per chi li provoca. Commenti scritti senza riflettere possono essere utilizzati per minacce legali o richieste di denaro, mentre altri contenuti nascondono vere e proprie truffe, come promesse di premi inesistenti o raccolte fondi costruite ad arte. In questi casi l'utente rischia non solo di perdere denaro, ma anche di condividere informazioni personali senza rendersene conto.

Mercificazione della comunicazione e perdita di fiducia: alla base di tutto emerge una trasformazione profonda del modo di comunicare online. Like, commenti e condivisioni — strumenti nati per creare connessioni — diventano una risorsa economica da sfruttare. Quando gli utenti percepiscono che dietro molti contenuti esiste un secondo fine, la fiducia generale diminuisce e cresce la diffidenza verso ciò che si vede nel feed. Questo può innescare un circolo vizioso: più contenuti superficiali ottengono visibilità perché funzionano, più gli utenti critici si allontanano, lasciando spazio a un ambiente digitale sempre più fragile e vulnerabile.

In conclusione, le pagine acchiappa-commenti rappresentano uno degli aspetti più controversi della comunicazione digitale contemporanea. Sfruttano le debolezze umane e le dinamiche degli algoritmi per ottenere visibilità e guadagni, generando spesso disinformazione, manipolazione emotiva e rischi concreti per gli utenti, con un progressivo impoverimento della qualità dei

contenuti online. Essere consapevoli che dietro molti post può esistere una strategia precisa — talvolta gestita anche a grande distanza — aiuta a osservare il proprio feed con maggiore lucidità. Non tutto ciò che appare spontaneo nasce davvero da uno spirito comunitario: molte pagine sono progettate per guidare le reazioni del pubblico. L'auspicio è che una maggiore consapevolezza degli utenti, insieme a interventi più efficaci da parte delle piattaforme, possa ridimensionare queste dinamiche. Nel frattempo, mantenere un atteggiamento critico verso i contenuti e verificare sempre le informazioni resta una delle difese più semplici ed efficaci.

8 febbraio 2026

Claudio Carusi