

CAMPUS 62
Conference Proceedings

© Copyright 2019 Eurilink
Eurilink University Press S.r.l.
Via Gregorio VII, 601 - 00165 Roma
www.eurilink.it - ufficiostampa@eurilink.it
ISBN: 978 88 85622 61 6
ISSN: 2611-3910
Prima edizione, maggio 2019
Progetto grafico e impaginazione Eurilink

È vietata la riproduzione, anche parziale, di questo libro,
effettuata con qualsiasi mezzo, compresa la fotocopia.

BALLE PLANETARIE

Guida alla lettura e all'utilizzo consapevole
dei media nell'era della fabbrica globale
delle *fake news*

G. Bianchi, S. Caputo, L. Cerasa, C. Chiominto,
M. Consolo, M. Iaccarino, D. Malacaria, A. Negri,
F. Vitali Gentilini

A cura di Luciano Cerasa



INDICE

PREFAZIONE Luciano Cerasa	7
IL SENSO GEOPOLITICO DELLA MANIPOLAZIONE DIGITALIZZATA Francesco Vitali Gentilini	15
BIG DATA E POLITICA: COME MANIPOLARE LE EMOZIONI Marco Consolo	31
BALLE ECONOMICHE: QUELLE SOTTILI SFUMATURE CHE TRASFORMANO LE “FAKE” IN FIUMI DI DENARO Corrado Chiominto	43
FAKE DEI NON ALLINEATI E VERITÀ <i>MAINSTREAM</i> : QUELLO CHE NON CI RACCONTANO I GRANDI GIORNALI Davide Malacaria	61
LA MADRE DI TUTTE LE BUFALÉ: LE ARMI DI DISTRUZIONE DI MASSA DI SADDAM HUSSEIN E L’INTERVISTA SCOMPARSA Alberto Negri	71
LA RUSSIA ALLA GUERRA DELL’INFORMAZIONE TRA LA “TRADIZIONE” DELLA GUERRA FREDDA E LA NUOVA <i>SPETS PROPAGANDA</i> Michela Iaccarino	77

SPIRALE DEL SILENZIO E SOVRA-ESPOSIZIONE MEDIATICA: LE NUOVE ARMI DI DISINFORMA- ZIONE DI MASSA Sebastiano Caputo	87
SIRIA E UCRAINA: IL METODO SHARP Giorgio Bianchi	97
RINGRAZIAMENTI	115

PREFAZIONE

Da qualche anno è entrato prepotentemente nel lessico della comunicazione politica un nuovo anglicismo che è diventato ormai sinonimo di una sorta di peste mediatica, in grado di avvelenare ogni civile confronto e di far vacillare regimi dittatoriali e consolidati ordinamenti democratici: “fake news”.

Molti, tra coloro che invocano da tempo addirittura commissioni dell’Accademia della crusca deputate a salvaguardare la purezza della lingua italiana dall’uso sciatto e pigro – da parte soprattutto dei giornalisti – di vocaboli anglosassoni, si sono interrogati sull’opportunità di utilizzare dei termini inglesi per definire concetti ben rodati nella nostra lingua, come in questo caso. Parliamo delle vecchie, care notizie false, conosciute fin nel giardino dell’Eden quando fu accreditata, da una fonte dotata di attendibilità e fascino irresistibile, la presunta innocuità di una mela.

In realtà la differenza delle due definizioni non è solo nominalistica ma universalmente sostanziale in tutti gli idiomi e individua significati profondamente diversi. Con le “fake news” ci si distacca dalla bugia e dalla “bufala” inconsapevole per entrare nella dimensione immorale della malafede e del dolo e oltre. Una pratica in cui si arriva alla manipolazione sistematica della fede pubblica, dei risultati elettorali, dei mercati attraverso la fabbricazione su scala mondiale di false notizie, operata da governi, multinazionali e potenti lobby economiche e finanziarie con pochi scrupoli e molti interessi in ogni angolo del globo.

In questa prospettiva la “fabbrica globale delle menzogne” oggetto dell’indagine sviluppata in questo studio - scritto a più mani da analisti, inviati e reporter diretti testimoni di quegli accadimenti che ridisegnano continuamente i rapporti di forza

globali dopo la fine della contrapposizione tra i due blocchi - è da considerarsi come la prosecuzione della guerra fredda combattuta con altri mezzi.

Messo nelle retrovie l'armamentario, sempre minaccioso, delle testate nucleari e il vecchio spionaggio semprevivo, romanticizzato con la letteratura di genere da 007 a Ken Follett, eserciti di "spin doctor" e di "troll" in carne e ossa si fronteggiano dalla caduta del Muro sui social e sul web con gelida professionalità, in una nuova prima linea virtuale ben lontana dai campi di battaglia e tracciata dietro le tastiere dei computer.

La sottile linea rossa tra realtà e complotto passa oggi tra i diversi fronti aperti che la geopolitica ufficiale ci offre spingendoli di volta in volta nel cono di luce dei media: dall'Iraq, alla Libia, alla Siria, alla Cecenia, dall'Ucraina al Venezuela, dalla Turchia a Israele, dalla Palestina, all'Egitto, all'Iran, allo Yemen, per contendersi la nostra fiducia e arruolarci contro i "cattivi" nell'esercito dei "buoni".

In realtà l'utilizzo dilagante dei social network ha amplificato in maniera esponenziale la capacità di ciascuno di noi di procurare un danno all'immagine pubblica di qualcuno e di influenzare la visione dei nostri *follower* su ciò che accade, o spesso non accade, nel mondo. Prima dell'avvento di Facebook e Twitter le piccole menzogne e i pettegolezzi formulate per invidia, calcolo personale, risentimento, passione politica o per minare la reputazione dell'oggetto delle nostre maldicenze - che sia un vicino, un concorrente in amore, un compagno di lavoro o di scuola, un personaggio dello spettacolo o della politica - sarebbero rimaste circoscritte alla ristretta cerchia delle persone con cui ci relazionavamo fisicamente ogni giorno.

Oggi la rete ci consente di condividere e pubblicizzare il nostro pensiero pressoché all'infinito e in tempo reale. Abbiamo a disposizione una tecnologia di comunicazione così potente che in teoria ci permetterebbe di diffondere un *post* personale all'intera platea degli iscritti al servizio e in poco tempo.

Per capirci, attualmente navigano su Facebook 2,2 miliardi di utenti attivi, 1,9 miliardi su Youtube, 330 milioni su Twitter, più

di un miliardo su Instagram, per citare solo i colossi del settore. In teoria se si partisse con l'invio di un *post* o un *tweet* a 89 *follower* o "amici" e tutti condividessero il post ai propri contatti in successione, ciascuno in egual numero, si raggiungerebbe l'intero universo degli utenti social in soli 5 passaggi.

Tutti sono raggiungibili e orientabili con le tecniche giuste, come ci insegnano gli esperti di web marketing. Ma se le conoscenze e le tecnologie acquisite in campo militare vengono spesso utilizzate per finalità civili (e Internet ne è un fulgido esempio) è da sempre vero anche il contrario.

Varie analisi sul caso Cambridge Analytica hanno evidenziato il ruolo avuto dalla società di comunicazione nelle elezioni e nei referendum sostenuti in vari Paesi, a partire da Regno Unito e Stati Uniti. Con un numero assai limitato di soggetti raggiunti dai messaggi personalizzati (pubblicità camuffate, news su Facebook, "fake news" e tweet) CA è riuscita a influenzare una platea impressionante di utenti attivi senza che essi stessi se ne rendessero conto. Per spostare il risultato elettorale è bastato individuare e influenzare un piccolo target selezionato di soggetti. Nel caso italiano la società aveva raccolto i dati di 214.077 persone grazie ai consensi forniti da solo 57 utenti, adottando tecniche simili a quelle utilizzate nel marketing per gli acquisti ad impulso. Come scrive Francesco Vitali Gentilini nel suo studio qui pubblicato, alcune analisi, condotte durante le campagne elettorali francesi e argentine del 2017, italiane e brasiliane del 2018, fino ad arrivare alle elezioni europee del maggio 2019, hanno evidenziato chiaramente, senza riuscire a scalfirne i segreti, l'incredibile potere dell'algoritmo di FB che decide che cosa potranno leggere o meno i due miliardi e passa di utenti del social network sulle loro bacheche, indifferentemente dal fatto che i post siano stati pubblicati da un amico, da un troll o da un qualunque media "reale".

Ma non basta. Sulle bacheche del social più diffuso si moltiplicano da qualche tempo i post di utenti che segnalano tra il sorpreso, il preoccupato e l'arrabbiato, una curiosa circostanza. A seguito di conversazioni ritenute "private", scritte o ambientali, capita che si ritrovi successivamente sulla bacheca

personale Facebook sponsorizzazioni attinenti l'argomento affrontato o il suggerimento di chiedere "amicizia" proprio a una persona nominata poco prima. Il fenomeno alimenta in molti il sospetto che gli algoritmi si nutrano anche di tutto quanto si scrive e si dice attraverso WhatsApp, Google, Instagram e perfino di quello che è alla portata del microfono del telefonino. Il varco normativo che renderebbe queste azioni di filtraggio perfettamente legali sarebbero i consensi all'utilizzo concessi dallo stesso utente al momento del download degli applicativi. Ma le forti perplessità sulla correttezza e i potenziali abusi sull'acquisizione di informazioni raccolte con queste modalità di accesso alle "vite degli altri" e sul loro uso, rimangono e richiedono chiarimenti.

L'analisi dei comportamenti di massa nell'utilizzo dei media (social e tradizionali) ci porta a incrociare due fattori, antropologici e culturali, che più degli altri sono capaci di rafforzare la penetrazione e il consolidamento di un messaggio, in modo tale da indurlo anche nelle convinzioni più inconscie e profonde. Sono due arnesi che nella cassetta degli attrezzi del nostro bravo *spin doctor 4.0* ovviamente non possono mancare.

Gli strumenti per creare una "Fake" di successo: fascino e credibilità

Il primo è l'*appeal*, il fascino, la seduzione in molti casi, che un argomento o un personaggio esercitano sul grande pubblico o su una determinata *web tribù* (comunità legate da pratiche comuni o interessi contingenti, dalle mamme attempate con problemi di menopausa agli amanti del sushi, dai proprietari delle mitiche 2 *cavalli* agli appassionati di Burraco, del rodeo o delle costolette alla brace) e che può essere utilizzato come veicolo, ambientazione, *frame*, di qualunque messaggio per accreditarlo e diffonderlo in quel pubblico alla velocità della luce.

Lo studio dei *topic trend* e dei *post* che raccolgono il maggior numero di *like* e di condivisioni facendoli diventare "virali", suggerisce alcuni campi d'interesse particolarmente sensibili e

attraenti per gli utenti nelle varie fasce culturali e di età. Molti sono trasversali e accumulati dall'amore per se stessi, come la salute, la bellezza, il cibo, i rapporti interpersonali, lo sport, la cronaca e i personaggi che li popolano. Altri riguardano un gruppo più ristretto, una *community* creatosi intorno a un interesse specifico, che sia un hobby, un gioco di ruolo, un gruppo musicale, una droga, una preferenza sessuale, perfino una malattia.

Qualunque argomento o accadimento suscitati in quel momento contrapposizione o richieda all'utente/lettore un giudizio di approvazione o disapprovazione, può divenire un terreno fertile dove seminare verità (false, mezze o perfino ripescate dal passato) capaci di convogliare nella direzione voluta le emozioni del pubblico, anche quelli più lontani dalla politica che vivono nell'inconsapevolezza che tutto il nostro personale si rispecchia, volenti o nolenti, nel governo della *polis*.

“Fake” apparentemente innocue, se “postate” da un leone della tastiera qualsiasi per rimediare un centinaio di “like” in più della media personale, diventano micidiali e molto influenti se confezionate ad arte in quantità seriale da un professionista della comunicazione politica ed economica che sa come farle divenire virali. Sui social funziona come in economia: la moneta cattiva scaccia quella buona e ripristinare la verità è molto difficile, come rimediare a una calunnia con una smentita.

L'altro requisito che uno “stregone della notizia” – come li definisce molto efficacemente il giornalista Marcello Foa nei suoi libri – non può trascurare se vuole trasformare la sua palla in una fake news di successo, è la credibilità delle fonti alle quali l'ha affidata. Può sembrare un'impresa apparentemente impossibile: come si fa a creare l'effetto “gregge” intorno a una notizia in modo che tutti i media mondiali la prendano per buona? Prima di tutto i nostri *spin doctor* conoscono molto bene la filiera lungo la quale una notizia nasce, si diffonde e giunge fino alle singole comunità individuate come target dell'informazione preconfezionata, che siano lettori, utenti, politici o giornalisti.

In cima alla piramide delle fonti che alimentano il circuito delle informazioni in Occidente troviamo i grandi network televisivi come CNN o Fox news e le agenzie di stampa internazionali come Reuters, Agence France Presse, Ap, Upi. Al secondo livello le tv e i giornali americani *mainstream*, che trovano oggi la loro massima diffusione soprattutto tramite i loro siti online. Al terzo troviamo la catena informativa delle tv non statunitensi e delle agenzie nazionali, europee e asiatiche. Più in basso le Tv piccole e medie e i grandi giornali e siti non americani, fino ad arrivare alla base costituita dalle piccole emittenti e dalle testate locali, in formato cartaceo e online.

Il peso dei mattoncini italiani in questa grande piramide dell'informazione è in costante diminuzione, di pari passo con la crisi degli editori nostrani, che non sono riusciti in questi anni a riconvertirsi in funzione delle nuove regole imposte dall'avanzare della tecnologia e delle esigenze dei nuovi pubblici che le utilizzano. Paradossalmente oggi abbiamo un numero di utilizzatori dei media di massa (e di chat dove in fin dei conti si legge e si scrive come facevano i nostri nonni), esponenzialmente molto più elevata che nel passato.

Ma la reazione prevalente agli aggiustamenti del mercato spinto dalla prepotente trasformazione tecnologica da parte di chi produce l'informazione, che rimane il vero valore aggiunto del web, è stata una semplice ristrutturazione "industriale" dei costi del lavoro analoga a quanto si fa nell'industria metalmeccanica. Questo approccio ragionieristico ha portato le agenzie e i giornali a diffusione nazionale a ridurre gli organici e di conseguenza a circoscrivere l'indispensabile presidio professionale dei giornalisti lì dove accadono i fatti e nascono le notizie.

Il vuoto lasciato dall'informazione professionale: la moneta cattiva scaccia la buona

Questo vuoto di presenza e di controllo nella società e sul territorio – e la conseguente carenza qualitativa della produzione informativa originale – viene facilmente colmato dai

comunicatori di professione, al servizio della politica o dei grandi interessi finanziari ed economici. Il risultato è che l'80% delle informazioni che alimentano il circuito mondiale dei media proviene ormai da istituzioni pubbliche e private, con un effetto a cascata anestetizzante sulla nostra piramide.

Milioni di “veline” vengono fornite ogni giorno dagli emittenti istituzionali alle redazioni decimate, in cambio dell'assenza di qualsiasi osservazione critica. Tanto più autorevoli e organizzate sono le fonti tanto più riusciranno a saturare e spalancare la rete di “cancelli” che dividono o mettono in comunicazione i vari livelli della piramide.

Gli esempi non difettano. Entità governative come la Casa Bianca che si trovano a diretto scambio osmotico con il vertice della piramide possono facilmente imporre all'attenzione dei giornali e dei social media mondiali un argomento e la loro versione dei fatti, bombardandoli con informazioni di provenienza diretta e indiretta su un ventaglio aperto a 360 gradi su tutti gli argomenti che ne saturano i terminali, imponendo quale notizia vada in primo piano fino all'ultimo caporedattore della terra.

Già i capi della comunicazione di Ronald Reagan negli anni '80 avevano capito che il miglior sistema per tenere occupati i giornalisti di palazzo era togliere loro il tempo di andare a ficcanasare in giro dando “da mangiare alla bestia” come loro stessi dicevano. Il metodo era semplice e ancora largamente praticato da molti uffici stampa *mainstream*. Consisteva nel rito di convocare ogni mattina alla Casa bianca un *briefing* con la stampa in cui si comunicava ai giornalisti una serie di notizie sull'attività governativa: riempivano i taccuini, non potevano essere ignorate visto l'importanza degli argomenti altrimenti si prendeva “un buco” dal compagno di scrivania della testata concorrente e diventavano inevitabilmente i principali *headlines* del giorno saturando la piramide.

Lo *spin* di Washington è stato determinante per far arrivare in cima all'agenda dei media e alla ribalta davanti all'opinione pubblica questioni dimenticate o costruite a tavolino. Tutti gli interventi militari cui abbiamo assistito in questo ultimo

trentennio sono stati sempre preceduti da una campagna di comunicazione che li giustificasse e li rendesse inevitabili e urgenti agli occhi degli elettori e dell'opinione pubblica mondiale, corredandoli di volta in volta con motivazioni umanitarie, pacifiste, ambientali, di tenuta della democrazia, di lotta al terrorismo.

Grazie ad abili *spin doctor* scopriamo, quando e dove serve, una recrudescenza della fame nel mondo, un'emergenza umanitaria o un'epidemia di Ebola e di morbillo, l'uso di armi chimiche, un presunto genocidio (tra i tanti veri regolarmente ignorati) o una strage di bambini. Oppure nel campo dell'alimentazione e della salute cosa fa male e cosa assolutamente no o molto meno di quanto vorrebbe dare a intendere qualche ricercatore al servizio di organizzazioni di fanatici salutisti o ecologisti "antisistema", inoculando ragionevoli dubbi nei decisori politici.

Umberto Eco ha affrontato spesso nella sua pubblicistica il tema della creazione e della propagazione delle fake news. Ma probabilmente è nell'assunto su cui ha fondato la trama di uno dei suoi libri di maggior successo, *Il pendolo di Foucault*, basato sulla creatività della finzione, che si ritrova il principio guida di ogni buon stregone della notizia: su una falsa credenza accettata come attendibile si possono costruire teorie, piani, complotti. Tutti assolutamente veri.

Luciano Cerasa
Giornalista economico d'inchiesta
ed esperto di comunicazione

IL SENSO GEOPOLITICO DELLA MANIPOLAZIONE DIGITALIZZATA

Francesco Vitali Gentilini

Analista presso Autorità Garante della Privacy

I primi impieghi sul campo, su larga scala, delle nuove tecniche di information and communication warfare legate all'uso dei social media risalgono alle primavere arabe del 2010-2011¹. Ma ci sono voluti quasi otto anni – un'era geologica in campo tecnologico - alle classi dirigenti dei Paesi europei per rendersi conto delle loro potenzialità e dei rischi posti alle stesse democrazie occidentali. È stato infatti necessario lo scoppio ritardato del caso “Cambridge Analytica”², con le sue immediate ripercussioni politico-elettorali sulle arene nazionali, affinché Governi e istituzioni europee cominciassero a definire le prime controstrategie³, confuse e inadeguate, per l'analisi e la

¹ F. VITALI GENTILINI, «Evoluzione dell'infosfera. Le nuove fonti di informazione: il giornalismo diffuso e i social network», *Nomos & Khaos*, Rapporto Nomisma 2011-2012, Agra, Roma 2011, p.187-200.

² M. ROSENBERG, N. CONFESSORE, C. CADWALLADR, “How Trump Consultants Exploited the Facebook Data of Millions”, *The New York Times*, 17-3-2018. <https://www.nytimes.com/2018/03/17/us/politics/cambridge-analytica-trump-campaign.html>; Cfr. F. VITALI GENTILINI, Il lato oscuro degli algoritmi e dei loro padroni, in *Limes – Rivista italiana di geopolitica*, n. 2, 2017 p. 213-220. La questione è stata poi analizzata più approfonditamente dalle apposite Commissioni in seno al Parlamento statunitense e a quello del Regno Unito.

³ Il 12 settembre 2018, durante il discorso sullo “stato dell'Unione”, la Commissione europea – vista l'imminenza della campagna elettorale per la scelta dei nuovi parlamentari europei, tra l'altro funestata dall'incertezza sulla posizione della Gran Bretagna (Brexit o non Brexit) – ha proposto una serie di misure “concrete” per garantire elezioni europee “libere, eque e sicure”. In particolare, ha proposto la creazione di una Rete di cooperazione in materia elettorale (*European Cooperation Network on elections*) per incentivare la

definizione di risposte coordinate a questo tipo di minacce. Misure peraltro inficiate dal fatto che i soggetti pubblici e privati coinvolti nella questione sono essi stessi a volte vittime, a volte coautori, a volte mandanti delle campagne di influenza sviluppate in chiave interna o verso altri Paesi.

Per comprendere meglio l'estensione e la pervasività del fenomeno è assolutamente necessario approfondire il livello di analisi dei processi in atto, delle tecnologie e soprattutto delle metodologie tecniche e scientifiche che – agognate sin dai tempi degli antichi romani, raffinate durante la guerra fredda e sperimentate nelle campagne di comunicazione strategica sviluppate per la cosiddetta “guerra al terrore” del post 11 settembre – hanno reso possibile questi livelli di manipolazione sociale.

L'insostenibile leggerezza di dati e sensori: tutto è intelligence

Due dei principi alla base della progettazione della tecnologia contemporanea sono l'usabilità e l'invisibilità, che possono essere riassunti con la semplicità di utilizzo, e il celamento all'utente della complessità che si nasconde dietro il funzionamento dell'applicativo software o dello strumento hardware utilizzato. Ad esse si è aggiunto quello che possiamo definire mimetismo tecnologico, ovvero la trasformazione di

cooperazione tra gli Stati membri, nonché l'adozione di un Piano di azione contro la disinformazione (*Action Plan against disinformation*), con un focus sulle potenziali campagne di influenza provenienti dalla Russia. I principi reali del Piano d'azione per intensificare gli sforzi volti a contrastare la disinformazione in Europa e al di là dei suoi confini sono stati presentati il 5 dicembre 2018, a sei mesi dalle elezioni. Tra questi, l'annuncio che le istituzioni dell'UE e gli Stati membri si sarebbero dotati di un apposito Sistema di allarme rapido, inteso ad agevolare la condivisione dei dati e delle valutazioni delle campagne di disinformazione e a segnalare minacce di disinformazione in tempo reale. Tale sistema è stato nuovamente annunciato, con maggiori dettagli, dalla Commissione europea, il successivo 15 marzo 2019.

oggetti analogici – che prima ci circondavano o ci accompagnavano in modalità inerte – in nuovi strumenti con la stessa forma, non percepiti quindi come distonici nella vita quotidiana della persona, ma dotati di cuore e sensi avanzati e autonomi. Oggetti intelligenti, capaci di forme proprie di elaborazione, spesso connessi al cloud della casa produttrice, ma resi innocui nella loro forma. Talmente banali che la loro presenza non viene quasi percepita. Oggetti che comunicano, operano, interagiscono in maniera invisibile tra di loro, convogliando i dati raccolti verso destinatari e per scopi quasi sempre impossibili da verificare. È tale l'assenza di percezione negli utenti/cittadini della loro pervasività nella vita di ogni giorno che, per renderla esplicita, è necessario fare ricorso a confronti di tipo storico. Ad esempio, fino a qualche anno fa, i servizi segreti israeliani, per raccogliere informazioni sulla salute di un leader arabo, erano costretti a operazioni coperte molto complesse, magari manipolando lo scarico di un water per prelevare le sue deiezioni a scopo di analisi. Ora basta avere accesso ai dati di un'app per acquisire informazioni sulla salute riferibili alla maggior parte della popolazione di un Paese⁴, inclusi i suoi leader politici, imprenditori e generali. Per scoprire la posizione di un campo di addestramento segreto nel deserto⁵, occorreva utilizzare satelliti spia estremamente costosi o, più recentemente, inviare droni specializzati; ora chiunque può

⁴ In base all'ultimo report *Nielsen Digital Wellness and Health*, che analizza il ruolo di Internet nella gestione del benessere personale, sono 8.2 milioni gli italiani che a dicembre 2018 hanno utilizzato applicazioni installate su smartphone e tablet per monitorare o migliorare il loro stato di salute. I dati analizzati fanno riferimento a oltre 150 applicazioni tracciate mediante il panel meterizzato mobile della società di analisi statistica. Vedi: L. FACCHINOTTI, Il benessere passa dallo smartphone, *Insights Nielsen*, 29-03-2019. <https://www.nielsen.com/it/it/insights/news/2019/il-benessere-passa-dallo-smartphone.html>

⁵ Vedi ad es. D. LANNI, “Ecco come un'app per il fitness può rivelare basi militari e percorsi dei soldati Usa”, *La Stampa*, 29/01/2018. <https://www.lastampa.it/2018/01/29/esteri/ecco-come-unapp-per-il-fitness-pu-rivelare-basi-militari-e-percorsi-dei-soldati-usa-mFsKmakWz20pO0BGPpyofIP/pagina.html>

saperlo semplicemente analizzando i percorsi caricati on line dagli applicativi di fitness utilizzati dai soldati sul posto. Per pedinare o intercettare una persona erano necessarie squadre speciali impiegate h24 e tecnologie costose, ora basta collegarsi al suo telefono cellulare per avere una cimice tecnologica “vivente”, oppure acquisire le registrazioni raccolte da quei registratori da remoto – ovvero tutti gadget a comando vocale come smart tv e altoparlanti intelligenti (assistenti vocali) – posizionati in casa dallo stesso utente. Saltuariamente, gli organismi di sicurezza di uno Stato, in particolare quello americano, hanno un sussulto e si rendono conto che tale accumulo di dati sui loro cittadini, in mani straniere, può comportare un problema serio. Un semplice esempio recente è quello relativo a *Grindr*, una delle app per incontri tra “gay, bi, trans, and queer people” più utilizzate al mondo. Creata nel 2009 in California, è stata scalata dalla azienda cinese *Beijing Kunlun Tech*, che ne ha acquisito il 60% nel 2016, per salire al 100% a fine 2018.

Solo dopo il completamento dell’acquisizione⁶, però, il *Committee on Foreign Investment in the United States* (Cfius) – un organismo intergovernativo, con potere di controllo sugli investimenti stranieri negli USA – si è reso conto dei rischi che tale operazione poteva causare alla sicurezza nazionale. Difatti, i dati personali raccolti dall’app sugli utenti LGBT - dalle preferenze sessuali alla geolocalizzazione, dalle condizioni di salute ed eventuale sieropositività ai messaggi scambiati in privato – potevano essere riferibili anche a militari, funzionari dell’intelligence o di altre agenzie governative. Il Cfius è quindi intervenuto, come fatto in precedenza⁷ nel caso di *MoneyGram*

⁶ C. O’DONNELL, L.B. BAKER, E. WANG, “Exclusive: Told U.S. security at risk, Chinese firm seeks to sell...”, 27-3-2019 <https://www.reuters.com/article/us-grindr-m-a-exclusive/exclusive-u-s-pushes-chinese-owner-of-grindr-to-divest-the-dating-app-sources-idUSKCN1R809L>.

⁷ L. B. BAKER, “Exclusive: AppLovin tweaks Chinese takeover deal after U.S. pushback”, Reuters, 21/11/2017.

G. ROUMELIOTIS, “U.S. blocks MoneyGram sale to China’s Ant Financial on national security concerns”, Reuters, 2/1/2018.

International Inc o della società *AppLovin*, per obbligare i cinesi a rimettere *Grindr* in vendita sul mercato americano.

Per i governi e le società coinvolte⁸ – Ict e Ott (le grandi società della rete, i cosiddetti Over-The-Top) – tutti questi dati e tecnologie sono il migliore esempio di strumenti dual-use. Lo stesso dato, lo stesso strumento può essere usato per finalità commerciali, politiche, militari e così via. Basti pensare ai dati captati “involontariamente” dalle *Google cars* che hanno girato il mondo dotate non solo di telecamere a 360 gradi, ma anche di apparati che geolocalizzavano e raccoglievano informazioni su tutte le reti e i dispositivi connessi in quel territorio, dai *MAC address* ai sistemi operativi usati, dalla posizione e denominazione delle reti wi-fi a quelle delle reti cellulari. Informazioni che hanno consentito, prima dei concorrenti, ad esempio, grazie alla triangolazione delle reti wi-fi, di abilitare la geolocalizzazione di un utente per finalità di marketing senza passare dai gps dei cellulari o dalle informazioni in possesso delle compagnie telefoniche. Informazioni sugli hardware e software usati – sul livello di protezione della rete – che possono facilitare enormemente operazioni di cyber war contro target individuali, imprese o istituzioni. Al tempo stesso, le registrazioni dei simpatici “altoparlanti intelligenti”, come i più conosciuti *Google Home* o *Alexa* di *Amazon*, possono essere utilizzati per fornire informazioni sul meteo, analizzare i colpi di tosse per sapere che qualcuno in casa è ammalato e proporre di conseguenza un ottimo sciroppo per la tosse, oppure raccogliere registrazioni utili a un processo penale, così come già successo negli Usa. Sono tutti sistemi progettati nella logica opposta rispetto ai principi di *privacy-by-design* e *privacy-by-default* agognati dalla normativa europea, in particolare il recente Regolamento EU in materia di privacy, il cosiddetto GDPR⁹. Un

⁸ F. VITALI GENTILINI, “La strategia del cuculo - I giganti digitali vogliono prendersi tutto”, in *Limes – Rivista italiana di geopolitica*, n.10, 2018, p. 45-52.

⁹ Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016, relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati e che abroga la direttiva 95/46/CE (Regolamento generale sulla protezione dei dati)

Regolamento che, nonostante sia stato soggetto, in fase di stesura, a innumerevoli – e spesso efficaci – assalti da parte delle varie lobby¹⁰, in particolare degli Ott statunitensi, conserva una sua capacità di proiezione di potenza sia sul mercato interno, sia internazionale. Le stesse lobby e governi che hanno al momento bloccato un regolamento¹¹ – formalmente in discussione sin dal 10 gennaio 2017 – che per loro poteva essere ancora più pericoloso, quello che doveva riscrivere la direttiva ePrivacy¹², specificamente pensata per il mondo della rete.

Tutto, in questo mondo digitalizzato, diventa quindi funzionale al lavoro dell'intelligence, a quella militare ma soprattutto a quella politica ed economica. Funzionale a Paesi, occidentali e orientali, dove il giusto interesse nazionale – se non sufficientemente regimentato e democraticamente controllato – giustifica operazioni di qualunque genere, attivate non solo in chiave strategica, ma anche per vendere un semplice pacchetto di chewingum in più rispetto a quelli proposti legittimamente dalla concorrenza sul mercato.

Alcune lezioni dal caso cambridge analytica

Finalmente sono state pubblicate varie analisi sul caso Cambridge Analytica (CA) e sul ruolo avuto nelle elezioni e nei

¹⁰ Vedi ad esempio B. GOODWIN, D. CAMPBELL, S. KLOVIG SKELTON, "Facebook asked George Osborne to influence EU data protection law", 02 Mar 2019 14:00.

<https://www.computerweekly.com/news/252458229/Facebook-asked-George-Osborne-to-influence-EU-data-protection-law>.

¹¹ Proposta di Regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio relativo al rispetto della vita privata e alla tutela dei dati personali nelle comunicazioni elettroniche e che abroga la direttiva 2002/58/CE (Regolamento sulla vita privata e le comunicazioni elettroniche) – COM/2017/010 final – 2017/03 (COD).

¹² Direttiva 2002/58/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 12 luglio 2002 relativa al trattamento dei dati personali e alla tutela della vita privata nel settore delle comunicazioni elettroniche (Direttiva relativa alla vita privata e alle comunicazioni elettroniche).

referendum sostenuti in vari Paesi, a partire da Regno Unito e Stati Uniti, “genitori naturali” dei suoi esperti e delle metodologie utilizzate sul campo. Paradossalmente, il nome di questa società è stato citato così tante volte dai media da condurre a un effetto contrario¹³ a quello dell’allarme e della consapevolezza, ovvero alla “saturazione”, che spinge terribilmente in basso il livello attentivo dei lettori quando ci si riferisce al caso citato. Il ruolo di questa società, e di quelle ad essa collegate, è stato al tempo stesso sia sottovalutato sia sopravvalutato nella sua capacità di influenzare i risultati di consultazioni elettorali.

Un esempio di sottovalutazione riguarda l’efficacia della campagna condotta da CA e società simili. Alcuni analisti e osservatori esterni hanno evidenziato che il numero di soggetti raggiunti dai messaggi personalizzati di CA, da pubblicità camuffate a news su Facebook, da “fake news” tweet ad hoc, era estremamente basso rispetto alla platea generale, ovvero al totale della popolazione attiva sulle piattaforme interessate. Questa mera comparazione numerica conduce però a un errore concettuale profondo. Volendo usare una metafora nel campo del marketing, è come se si equiparasse l’efficacia di un messaggio pubblicitario non targettizzato trasmesso su un canale televisivo generalista vecchio stampo, con quello di un messaggio pubblicitario estremamente personalizzato, veicolato singolarmente al giusto soggetto, come può fare ad esempio Amazon per il suo marketplace elettronico. L’obiettivo principale – in parte raggiunto - di Cambridge Analytica, infatti, non era raggiungere tutti, ma raggiungere e influenzare nel voto o nel non-voto un piccolo target ben selezionato di soggetti utili a spostare il risultato elettorale in contesti specifici.

Per perfezionare il proprio strumento psico-elettorale, la società aveva utilizzato poderose “leve” di analisi ed escamotage per acquisire i dati. Tanto che nel caso italiano, in base alle

¹³ Questo fenomeno, conosciuto nel campo dei media e delle scienze cognitive, è già stato sperimentato in molteplici occasioni, incluse quelle legate alle rivelazioni di Snowden o alle pubblicazioni del gruppo di Wikileaks.

dichiarazioni ufficiali comunicate da FB, la società aveva raccolto i dati di 214.077¹⁴ italiani partendo dai consensi forniti da solo 57 utenti del nostro Paese.

Da un altro punto di vista, il suo impatto è stato talmente sopravvalutato da distorcere l'attenzione da fenomeni decisamente più invasivi. Molti analisti si sono infatti concentrati solamente sul ruolo di CA, sui messaggi veicolati prima a pagamento, poi attraverso schemi di diffusione virale, sulle bacheche degli utenti. Questo approccio è però rimasto alla superficie, concentrandosi sulla capacità manipolatoria dei messaggi di questa società, senza analizzare meglio il ruolo che invece ha avuto o potrebbe avere in forma diretta la piattaforma sociale che li ha veicolati.

CA, infatti, aveva gli strumenti per cercare di agire sull'intenzione di voto, o sulla scelta di votare/non votare di un limitato numero di soggetti ben definito, in un tempo limitato, giocando sul profilo della loro personalità. Cambridge Analytica agiva con strategie di breve termine, adottando tecniche simili a quelle utilizzate nel marketing per gli acquisti ad impulso.

Società come Facebook e gli altri Ott – creando, definendo, e manipolando in forma istantanea il flusso informativo reso visibile sulla bacheca nonché sulle loro interazioni quotidiane tra utenti – possono agire non solo su obiettivi di breve termine, ma anche su quelli di medio e lungo termine, spostando gradualmente una massa incredibilmente ampia di soggetti verso una direzione, senza che essi stessi se ne rendano conto. La capacità manipolatoria di queste società – pur basata su metodologie di neuro e psico-marketing comuni a quelle di CA – è quindi molto più invasiva e in grado di influire nel tempo sulla scala delle priorità e dei valori di una specifica persona. È come il paradosso della rana: se la getti in una pentola bollente, probabilmente sarà in grado di saltare subito fuori; se invece la cali in una pentola di acqua fredda e cominci ad alzare

¹⁴ Cfr. Provvedimento del Garante per la protezione dei dati personali del 10 gennaio 2019 [doc. web n. 9080914].

<https://www.garanteprivacy.it/web/guest/home/docweb/-/docweb-display/docweb/9080914>

gradualmente la temperatura, finirà lessata senza rendersene conto.

Due esperimenti da ricordare e il salto di qualità delle neuroscienze

Esistono due esperimenti condotti nell'ultimo decennio che, più di altri, vale la pena analizzare con attenzione, perché ci possono fornire spunti di riflessione sulle metodologie tecnologiche e scientifiche che hanno abilitato e abilitano operazioni di information and communication warfare, di manipolazione sociale come quelle appena citate.

Il primo è quello segretamente condotto, nel 2012, da Adam D.I. Kramer, membro del *Data Science team* di Facebook, su 689.003 utenti anglofoni del social network. Il *data scientist*, insieme ad altri scienziati sociali della Cornell University e della University of California, aveva suddiviso gli utenti selezionati in tre gruppi principali e aveva modificato l'algoritmo che seleziona le notizie (*News Feed*) – postate dal network di amici – in modo da presentare all'utente, nella propria bacheca, aggiornamenti con intensità emotiva diversa. Il test offrì evidenza scientifica del fatto che il “contagio emotivo” tra utenti si manifestava anche in assenza dei classici elementi paraverbali considerati particolarmente importanti dalla psicologia sociale. Gli utenti a cui era stato mostrato un maggior numero di notizie con un contenuto emotivo positivo, infatti, avevano pubblicato più post con un contenuto emotivo positivo; quelli che avevano subito una manipolazione emotiva negativa avevano invece pubblicato post negativi. Gli utenti a cui erano stati celati i messaggi emotivamente più coinvolgenti avevano reagito riducendo per alcuni giorni le proprie interazioni on-line. Questo studio di Facebook, rimasto segreto fino alla pubblicazione di un breve articolo sulla

rivista *Proceedings della National Academy of Sciences (Pnas)*¹⁵, offriva già evidenza scientifica di alcune delle possibilità manipolatorie, prima non previste, dei Social Media. “Esperimenti” come questo non sono conoscibili all’utente, a meno che non esista un leak dall’interno delle società coinvolte, anche solo per un casuale articolo scientifico pubblicato per le finalità di carriera accademica di uno dei soggetti coinvolti, in grado di fornire evidenza empirica di quello che si sta facendo sugli utenti. Questo esperimento ci ricorda l’effetto di “additivo sociale”¹⁶ dei Social Media, ovvero la loro capacità di velocizzare o rallentare considerevolmente fenomeni politici, sociali, economici in essere. Ci ricorda l’importante possibilità di chi detiene gli strumenti di riuscire a “forzare” i processi cognitivi di un soggetto, determinando adeguati “stimoli collativi”¹⁷, influenzando la nostra “attenzione esecutiva”¹⁸ al fine di determinare il tipo di routine che adottiamo, e agire di conseguenza.

Il secondo esperimento da conoscere meglio è “fbTREX – Facebook Tracking Exposed”¹⁹, che vuole rendere l’algoritmo

¹⁵ A. D. I. KRAMERA, J. E. GUILLORY, J. T. HANCOCK, “Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks”, *Pnas*, vol. 111, no. 24, 17 giugno 2014, pp. 8788-8790.

¹⁶ Op. cit. F. VITALI GENTILINI, 2011.

¹⁷ Ci si riferisce, ad esempio, a forme irregolari o fuori contesto, a colori intensi, a movimenti improvvisi. Gli stimoli collativi catturano l’attenzione anche dei bambini, in quanto non sono filtrati da differenti esperienze culturali.

¹⁸ Tra le funzioni della “attenzione esecutiva” vi è quella di inibire alcune risposte e di facilitarne altre. Essa consente di bloccare le informazioni che non servono e rendere maggiormente disponibili delle informazioni che occorrono per lo scopo che stiamo perseguendo. Come ricorda lo studioso Bagnara: “L’attenzione esecutiva, quando impegnata nella ricerca di informazione, è una spia dell’identità: basta sapere a che cosa una persona presta attenzione per ricostruire la sua identità”. S. Bagnara, “L’economia e la società dell’attenzione” in F. BUTERA, S. BAGNARA, R. CESARIA, S. DI GUARDO, *Knowledge working*, Mondadori, Milano, 2008.

¹⁹ S. MILAN, C. AGOSTI, Personalisation algorithms and elections: breaking free of the filter bubble, *Internet Policy Review*, 7/2/2019.

<https://policyreview.info/articles/news/personalisation-algorithms-and-elections-breaking-free-filter-bubble/1385>.

visibile e scrutinabile. L'idea alla base è di registrare quello che il social network ha selezionato per un individuo connesso e fare delle analisi comparative per capire se un contenuto viene avvantaggiato o penalizzato. Poiché l'algoritmo è personalizzato, non sarà mai possibile dedurre un'ipotetica agenda dell'algoritmo solo sulla base di quello che individualmente si osserva dai profili. A partire dal 2017, il fondatore del progetto "fbTREX", Claudio Agosti, ed un suo team, hanno realizzato un esperimento creando delle identità virtuali automatizzate (BOT) che si fingevano utenti umani di Facebook in modo tale da registrare e studiare come la piattaforma modificasse, in maniera imperscrutabile, la dieta informativa, ovvero le notizie proposte agli utenti connessi. Erano profili identici creati ad-hoc, dotati delle medesime caratteristiche (frequenza di accesso, pagine seguite), ma subito profilati diversamente da Facebook - come utenti orientati a destra, al centro o a sinistra del quadro politico - sulla base di pochi parametri, ad esempio alcuni like espressi su delle notizie. E questa profilazione effettuata dal social network americano ha avuto conseguenze immediate e misurabili sull'utente, visto che l'algoritmo ha cominciato a fornire, a profili apparentemente identici, contenuti diversi tra loro. Nel corso dell'esperimento sono state raccolte informazioni anche su come l'algoritmo bilanciava i diversi formati delle news presentate in bacheca - foto, video e testi - o insistesse sul riproporre le stesse notizie o fonti all'utente. Oltre alle analisi realizzate dai "bot neutrali" che hanno un valore scientifico perché frutto di una metodologia accurata, venivano confrontate anche le cosiddette "bolle informative" generate dal Social Network intorno a utenti reali che avevano deciso di collaborare con l'esperimento. Queste analisi, condotte durante le campagne elettorali francesi e Argentine del 2017, italiane e Brasiliane del 2018, fino ad arrivare alle elezioni europee²⁰ del

F. CHIUSI, C. AGOSTI, "The Influence Industry – Personal Data and Political Influence in Italy", Tactical Technology Collective's *Our Data Our Selves*, giugno 2018, p 1-21. <https://ourdataourselves.tacticaltech.org/media/tc-influence-industry-italy.pdf>

²⁰ Nel corso di ogni elezione lo strumento di analisi utilizzato è modificato e aggiornato per renderlo più efficace. Per le elezioni europee di maggio 2019

maggio 2019, hanno evidenziato chiaramente, senza riuscire a scalfirne i segreti, l'incredibile potere dell'algoritmo di FB che decide che cosa potranno leggere o meno i quasi due miliardi di utenti del social network sulla propria bacheca, indifferentemente dal fatto che i post siano stati pubblicati da un amico, da un altro bot, da un troll o da un qualunque media "reale".

Il "labirinto algoritmico" per cavie umane

I due esperimenti sopra citati tornano a evidenziare la scarsa consapevolezza sulla reale portata del monitoraggio passivo e attivo attualmente in corso. Una consapevolezza che sottostima, innanzitutto, le generali conseguenze sulla democrazia, in una sorta di "Psyco-Panopticon"²¹ permanente, ma anche quelle sulla vita personale di ogni singolo individuo. Alla base di questa sottovalutazione vi è l'incredibile asimmetria informativa tra utenti e fornitori dei servizi on line, in un confronto impari tra l'abbondanza dei dati da noi forniti e la penuria dei dati (su di noi) a noi restituiti.

Difatti, quello di Agosti è una sorta di esperimento capovolto, in cui il topo – ovvero l'utente – cerca di capire, in base ai confini della scatola (la bolla informativa eterogenerata) e alle modalità di restituzione del cibo, se c'è una logica in quello che gli succede. L'utente-topo avvia quindi una sorta di test per verificare se si trova all'interno di uno spazio artificiale dove un soggetto esterno interviene a erogargli il cibo, news, gratificazioni di vario genere e quant'altro, solo sulla base di un determinato comportamento.

La realtà, però, è forse ancor più cupa di quella indirettamente evidenziata da Agosti. Questo perché la cavia umana non si trova,

(<https://eu19.tracking.exposed>) sono stati introdotti anche nuovi strumenti di analisi, come quello relativo all'algoritmo che gestisce i video su Youtube (Youtube Tracking Exposed).

²¹ F. VITALI GENTILINI, "Geopolitica del selfie: nuovi strumenti per orientare politica ed economia mondiale", *Nomos & Khaos, Rapporto Nomisma 2013-2014*, Agra, Roma, 2014, p.289-304.

come i topi, in uno spazio dai confini fissi, ma in uno spazio continuamente mutevole, determinato da algoritmi.

Questo spazio digitale e mentale si “autoconfigura algoritmicamente” per farci percorrere una strada verso un obiettivo preciso – sia esso un acquisto, o un voto – senza però farci capire quali siano la reale destinazione (decisa dall'esterno) o le specifiche tappe (decise dall'esterno) per raggiungere la destinazione (azione/informazione/destinazione fisica) da noi effettivamente preventivamente decisa.

Le “intelligenze artificiali” – che governano il nostro ecosistema digitale sulla base delle indicazioni fornite dagli Ott – nel migliore dei casi ridefiniscono gli stimoli in modo positivo, sulla base delle nostre reazioni, della risposta della nostra personalità, delle nostre modalità di risposta agli stimoli, della nostra “intelligenza reale”. Nel peggiore dei casi, possono avviarsi verso un modello cinese²², dove il cittadino cavia viene anche punito con la negazione di determinate utilità (come l'impossibilità di acquistare un biglietto di viaggio o un prodotto, oppure di accedere a una determinata istruzione scolastica) o addirittura con la coercizione fisica.

Fake news sulle fake news e la risposta europea

Nonostante il quadro non positivo, “oggi” questi algoritmi funzionano ancora sui presupposti di pensieri e obiettivi strategici di persone fisiche con nome e cognome, di società con un indirizzo fisico (anche se le loro finanze sono protette da triangolazioni varie in paradisi fiscali). Nonostante gli Ott e gli

²² Sul tema del “credito sociale” vedi ad esempio: C. CLOVER, “When Big Data Meets Big Brother”, *Financial Times*, 19/1/2016. Cfr. F. VITALI GENTILINI, Pechino imita gli Usa per sviluppare le sue vie digitali, in *Limes – Rivista italiana di geopolitica*, n.1, 2017, p. 199-205. La ricerca sull'uso dell'intelligenza artificiale nel campo del controllo e della manipolazione dell'agire sociale avanza maggiormente dove è più basso il senso etico per i diritti e le libertà individuali, o il diverso senso etico presente non considera le decisioni prese centralmente limitabili da quei cosiddetti diritti umani incompressibili individuati dalle democrazie occidentali.

altri big tech celino il loro operato – per convenienza politica o per mera tutela del segreto industriale – dietro l’imperscrutabilità delle decisioni assunte dalle reti neurali, dai loro sistemi di deep learning alimentati da indefiniti big data, è ancora possibile per le autorità istituzionali chiedere conto di quello che succede²³. Presto, però, potrebbe non essere più possibile se, in effetti, si lascerà troppo spazio non regolato per nuove e più avanzate forme di AI (*Artificial Intelligence*), come nella brutta profezia che si auto-avvera (*self fulfilling prophecy*) di uno dei tanti film di fantascienza degli ultimi anni.

Di fronte a queste sfide – nel continuo scontro di potere tra sistemi geopolitici, giocato a colpi di information e communication warfare, dove multinazionali tecnologiche e Stati nazionali spesso si confondono nei rispettivi ruoli²⁴ – gli Stati Uniti sono sempre più alla rincorsa del modello cinese, e non viceversa. Mentre i Governi europei e la Commissione europea²⁵ rimangono indietro, ancora focalizzati sulla mera “cyber-sicurezza” – termine panacea per tutti i mali – e, soprattutto, sul tema delle “fake news”, percepite come il rischio principale per le loro elezioni. Il primo effetto esilarante dell’attuale strategia

²³ Vedi ad esempio: Consultative Committee of the Convention for the protection of individuals with regard to automatic processing of personal data (Convention 108) – Council of Europe, “T-PD(2019)01 – Guidelines on artificial intelligence and data protection”, 25-1-2019.

<https://rm.coe.int/guidelines-on-artificial-intelligence-and-data-protection/168091f9d8>.

²⁴ Vedi L. MAINOLDI, “Washington e Silicon Valley non si amano ma spiano il mondo insieme” , in *Limes – Rivista italiana di geopolitica*, n.10, 2018, p. 53-62. Vedi anche: op. cit. F. VITALI GENTILINI, 2018.

²⁵ Il 15 marzo 2019 la Commissione Ue ha annunciato il lancio di un *Sistema d’allerta rapido* (Ras) dell’Ue contro le fake news, al fine di mettere al riparo dalle interferenze esterne il voto di maggio 2019. Il 5 aprile 2019, il Parlamento europeo, gli Stati membri, la Commissione e l’Agenzia Ue per la cyber-sicurezza (ENISA) hanno condotto la prima esercitazione per mettere alla prova i piani di crisi e testare la risposta a potenziali cyber-attacchi contro le elezioni europee del 23-26 maggio 2019. L’obiettivo dell’esercitazione, il cui nome in codice era “EU ELEx19”, era quello di identificare le modalità per prevenire, individuare e mitigare incidenti di cyber-sicurezza che potrebbero avere un impatto sul voto per il rinnovo dell’Europarlamento.

difensiva europea si è registrato in Francia, dove Twitter ha bloccato per oltre due settimane una campagna di comunicazione lanciata sul social network dal ministero dell'Interno francese, al fine di supportare la partecipazione dei cittadini alle prossime elezioni europee. La campagna #Ouijevote²⁶ è stata però bloccata da Twitter proprio perché, secondo la società, violava la legge contro le “fake news” – la legge “sulla manipolazione dell'informazione” – voluta dallo stesso Presidente Macron e promulgata il 22 dicembre 2018. In Italia, dove non c'è convergenza neppure sul dato numerico che rappresenta il PIL del Paese, sarebbe interessante vedere quale politico di Governo, e non, richiederebbe lo stesso trattamento contro qualunque altro collega di un partito antagonista sulla base della presunta diffusione di informazioni manipolate o non veritiere, magari rilanciate da bot automatizzati.

Nel dibattito in corso si preferisce così imputare la colpa al “troll” straniero, comunque ben attivo, piuttosto che affrontare il tema alla radice, nella totale assenza di trasparenza algoritmica di chi ci fornisce servizi essenziali per una reale democrazia. Un dibattito che propone alternativamente l'istituzione di una sorta di Ministro della Verità oppure la cessione del ruolo di controllore al potenziale manipolatore, ovvero l'Ott di turno, invece che chiedersi chi e per conto di chi ridefinisce costantemente la mappa dei nostri percorsi, delle nostre opzioni, delle nostre possibilità, della nostra libertà.

Mentre l'Europa e il resto del mondo discutono, il fondatore e amministratore delegato di Facebook, Mark Zuckerberg, fiutato il pericolo di un'opinione pubblica ostile, anticipa tutti al fine di evitare innovazioni normative fuori dal proprio controllo, più stringenti, in tema di privacy, di antitrust e di trasparenza algoritmica, segnalando²⁷ lui stesso la necessità di nuove leggi

²⁶ Vedi R.L., “Loi anti-fake news: Twitter autorise finalement la campagne du gouvernement”, *Le Parisien*, 4-4-2019. <http://www.leparisien.fr/politique/loi-anti-fake-news-twitter-autorise-finalement-la-campagne-du-gouvernement-04-04-2019-8046261.php>.

²⁷ L'appello di Mark Zuckerberg, “Internet ha bisogno di nuove regole”, è stato pubblicato sabato 30 marzo 2019 sul sito del Washington Post, e il giorno

che supportino il “benefico” lavoro della società americana. Poi – come Google, ai tempi del lancio del “Data Liberation Front”²⁸ – annuncia “nuovi” strumenti come “Perché vedo questo?” (Why am I seeing this?) o il rilancio del vecchio “Why am I seeing this ad?”, che farebbero supporre l’esistenza di quella trasparenza algoritmica disperatamente cercata dai ricercatori del progetto “fbTREX”, ma sempre concretamente negata dal social network, così come da tutti gli altri Ott concorrenti.

Nel frattempo, Facebook non rimane ferma di fronte all’aggressività dei vari Alphabet e Amazon sui nuovi mercati strategici – da un punto di vista economico e politico – così, tra i molteplici investimenti in ogni settore, programma di spendere un miliardo di dollari per costruire un’autostrada digitale privata “Simba”²⁹, intorno all’Africa, per i suoi futuri utenti-elettori.

successivo sulla testata cartacea in forma di editoriale Open-ED. Vedi Mark Zuckerberg, “*The Internet Needs New Rules. Let’s Start in These Four Areas*”, Washington Post, 30/3/2019.

https://www.washingtonpost.com/opinions/mark-zuckerberg-the-internet-needs-new-rules-lets-start-in-these-four-areas/2019/03/29/9e6f0504-521a-11e9-a3f7-78b7525a8d5f_story.html.

²⁸ Op. cit. F. VITALI GENTILINI, n. 2, 2017.

²⁹ D. FitzGerald, “Facebook Looks to Build Underwater Ring Around Africa”, The Wall Street Journal, 7 aprile 2019. <https://www.wsj.com/articles/facebook-looks-to-build-underwater-ring-around-africa-11554649200>.

BIG DATA E POLITICA: COME MANIPOLARE LE EMOZIONI

Marco Consolo

*Notista di politica internazionale,
esperto America latina*

È passato un anno dallo scandalo che ha colpito la società “Cambridge Analytica”. Uno scandalo che ha travolto Facebook, la società di Mark Zuckerberg ed il suo più importante e noto *social network*. Come si ricorderà, le rivelazioni di Christofer Wylie, un ex-dipendente di Cambridge Analytica, avevano reso nota la cessione di dati da Facebook all’impresa. È stato un anno contraddistinto da crolli nelle borse e allarmi politici su scala globale. Uno scandalo che è servito a mettere a fuoco l’attenzione dell’intero pianeta sul mondo del “Big Data”, l’universo digitale in cui siamo tutti immersi, volenti o nolenti, ma di cui sappiamo poco o nulla.

È fuori dubbio che la rivoluzione digitale è così ampia da influenzare quasi tutte le attività umane, i mercati, gli spazi geografici e i settori sociali. Sia nel settore privato, che in quello pubblico, di massa e di nicchia.

Per quanto riguarda l’utilizzo delle “reti sociali”, se nel passato il loro uso era rivolto quasi esclusivamente a rapporti personali e ad ampliare il marketing commerciale, ormai da diversi anni viene utilizzato con successo anche sul versante della politica. L’impatto dei *social network* sui processi di comunicazione studiati per raggiungere un pubblico rilevante pone sfide senza precedenti. Infatti, nel nuovo contesto digitale, oltre alle imprese, anche i governi centrali e locali, i partiti e le organizzazioni sindacali affrontano cambiamenti sostanziali e accelerati nel modo in cui gestiscono la comunicazione, il marketing, la

comprensione delle abitudini e dei comportamenti dei cittadini, le tecniche applicate agli studi sull'opinione pubblica e le sue tendenze, e il modo in cui agisce nella competizione politica.

Sofisticatae piattaforme digitali applicano le tecnologie del Big Data per l'interpretazione strategica dei dati attinti dai social network (Twitter, Facebook, Instagram, Youtube, Google+, media tradizionali, Blogger, etc.) e da altre fonti di informazione come elenchi telefonici, registri elettorali, banche dati, etc.

Monitorando le reti sociali, attraverso modelli analitici e migliaia di categorie "filtro", si realizzano in tempo reale analisi quantitative e qualitative dei comportamenti. Integrando i dati ottenuti, e incrociandoli con altre fonti si arriva all'analisi delle tendenze e della correlazione degli indicatori per il processo decisionale. L'aspetto più interessante è forse l'applicazione di modelli *predittivi* di comportamento dell'utente/cliente/elettore, non solo cercando di indovinare i comportamenti, ma orientandoli ad hoc.

Molti dei dati vengono raccolti attraverso Facebook, Fanpage e informazioni di gruppo, in particolare quelli che, una volta messi in rete, sono di pubblico accesso. In caso non lo siano, si ricorre ad escamotage per superare le barriere. Da Twitter, tra le altre, si raccolgono informazioni socio-demografiche dell'utente, oltre a contenuti ed autori più rilevanti (viralizzazione). Ciò permette di generare indicatori in tempo reale e di sistematizzare informazioni utili per la diagnosi e l'azione di comunicazione su diversi tipi di pubblico, con caratteristiche sempre più specifiche. Da una comunicazione generalista si passa quindi ad una comunicazione diretta a target specifici, con profili sempre più dettagliati.

Tra gli usi possibili delle piattaforme digitali che permettono il monitoraggio dei social network, c'è l'analisi della concorrenza, la comprensione e l'influenza di determinati fenomeni, la migliore comprensione dei propri clienti/elettori, la rilevazione ed analisi di comportamenti, la predizione di tendenze, la valutazione e analisi dei contenuti più viralizzati e popolari.

Le diverse piattaforme possono essere utilizzate in tutti i settori, che vanno dal governo centrale a quelli territoriali, dalle banche

alla tecnologia, dalla vendita al dettaglio alla finanza, dal turismo ai grandi eventi.

Tramite piattaforme digitali, si può profilare e segmentare la popolazione campione ad esempio in base alla posizione geografica, partendo dalla dimensione planetaria, per arrivare fino al quartiere e all'isolato.

La segmentazione si basa inoltre su modelli statistici (attraverso le parole) o attraverso categorie in costante sviluppo come ad esempio: emozioni, preoccupazioni, attributi di personalità, interesse per la politica/cultura/scienza/sport, gusti e preferenze nei consumi, sentimenti riguardo un argomento. Oltre alla posizione geografica, a modelli statistici, etc., la segmentazione può tener conto del numero di followers o "amici" che hanno gli utenti (ad esempio impostando il numero massimo e minimo che dovrebbero avere) per decidere se, a chi e quale messaggio inviare.

Ma tornando allo scandalo di Cambridge Analytica, (la società di Big Data), la nuova miniera d'oro del mercato delle informazioni personali ne è uscita minata in quanto a credibilità. Quella vicenda ha contribuito alla definizione di una nuova modalità di trattamento dei dati personali di ognuno di noi. Ed è così che, appena due mesi dopo lo scandalo che ha travolto Facebook, in sede di Unione Europea è passato il discusso GDPR (General Data Protection Regulation), il nuovo regolamento europeo che ha imposto vincoli più stringenti, sul trattamento dei dati personali, in vigore dal 25 maggio del 2018 ¹.

Ma a differenza di quanto si può credere, l'utilizzo massiccio del Big data e delle reti sociali non è solo limitato ai Paesi più sviluppati. Ad esempio, uno dei leader a livello mondiale nell'uso dei social network è l'Argentina, con l'80% della popolazione connessa a Internet: 6 su 10 argentini ne usano più di uno. E sarebbe un errore pensare che l'uso si limiti alle città, dato che viceversa si estende anche alla popolazione delle zone rurali.

¹ <https://ec.europa.eu/commission/priorities/justice-and-fundamental-rights/data-protection/2018-reform-eu-data-protection-rules.en>.

Ed è proprio attraverso le reti sociali che vengono diffuse giornalmente migliaia di “Fake news”, o bufale come si direbbe in italiano, in uno scenario di guerra psicologica e cibernetica che non risparmia nessuna latitudine. Eppure, mentre l’attenzione si concentra ingenuamente sulle cosiddette “Fake news” che quotidianamente passano sulla rete, poco o nulla si sa sullo strumento a monte delle stesse, ovvero sul complesso mondo del Big Data. Un mondo grazie al quale le reti sociali si sono trasformate in un potentissimo strumento di disinformazione, manipolazione e orientamento di milioni di persone.

Basti pensare che, secondo un recente ed interessante rapporto dell’Oxford Internet Institute (laboratorio di ricerca associato all’Università di Oxford), nel 2018 le campagne organizzate di guerra informativa (*information and communication warfare*) sul versante politico si sono combattute in 48 Paesi, la bellezza di 20 in più rispetto all’anno precedente². Parliamo di campagne elettorali, referendum, ma anche della politica quotidiana, del giorno per giorno, in cui i “decisori politici” sulla base del “polso” di milioni di persone ottenuto in tempo reale, possono decidere il tipo di messaggio e a che segmenti di popolazione farlo arrivare. Detto in altri termini, le operazioni psicologiche (*PsyOps*), molto di moda a partire dal secondo conflitto mondiale, grazie agli enormi passi Avanti delle neuroscienze, hanno milioni di nuove frecce al loro arco.

Steve Bannon, Donald Trump e la campagna a stelle e a strisce

Una delle figure salite alla ribalta in queste campagne è Steve Bannon, il noto ideologo della destra oltranzista, con una visione ultra-conservatrice e nazionalista, ex-stratega della campagna elettorale di Donald Trump. Attraverso la sua pagina web (*Breitbart*), Bannon propagandava il suo punto di vista xenofobo, omofobo e machista. Per far sì che le sue idee si propagassero in

² <http://comprop.oii.ox.ac.uk/research/cybertroops2018/>.

modo massiccio, Bannon contrattò Cambridge Analytica che aveva acquisito milioni di dati di tutti i tipi (post, commenti, messaggi privati, etc.) da Facebook.

Sulla base di questi dati, ed utilizzando algoritmi specifici, questa impresa ha potuto tracciare profili psicologici dettagliati di ogni utente, utilizzati per sapere quali persone erano le più predisposte a ricevere determinati messaggi. Per esempio, quelli propensi a credere a teorie cospirative sul governo, o contrari allo scenario politico di quel momento.

La strategia consisteva nel fare in modo che quell'individuo suscettibile a quei messaggi potesse cambiare comportamento, e radicalizzare la propria posizione. Così le persone iniziarono a ricevere alcune notizie e non altre, a percepire il mondo principalmente attraverso le "reti sociali", nelle quali era facile manipolare le informazioni. E se si possono manipolare le informazioni a cui una persona ha accesso, si può controllare il modo con cui quella persona percepisce la realtà. E così influenzare le sue reazioni e la maniera in cui si comporta. I post in Facebook possono renderci più felici o più tristi, ci fanno arrabbiare o ci spaventano e gli algoritmi sanno identificare i cambiamenti nel comportamento analizzando le tendenze dei nostri post e commenti.

È così che, individui con un profilo di destra, con il tradizionale "non mi piacciono le tasse", sono stati radicalizzati, trasformandosi in profili paranoici verso il governo e verso determinati gruppi sociali. Una manipolazione realizzata tramite uno dei sentimenti più forti e primordiali: la paura, con messaggi che stimolano un sentimento di impotenza e di incapacità di difendersi, di emozioni e sentimenti di "noi contro loro" che sbattono la porta in faccia ad argomentazioni razionali.

Una delle tattiche utilizzate è stata l'apertura di blog e pagine web con notizie false per bombardare direttamente le persone influenzabili da questo tipo di messaggi. E quando si tratta di campagne elettorali, si usano a profusione identità virtuali robotizzate (BOT) da parte di organizzazioni o società specializzate che realizzano campagne a pagamento. Molto utilizzati su Twitter, i *bot* sono software capaci di replicare a iosa

un messaggio, e un messaggio ritwettato migliaia di volte diventa per forza di cose “virale”.

Oltre alla paura e all’impotenza, in diverse occasioni le campagne hanno utilizzato anche sentimenti “anti-establishment”, anti-media tradizionali e anti-tutto ciò che esisteva in precedenza (la parola magica è Cambio). Quando le persone ricevono notizie in forma diretta senza verificarne la veridicità o le fonti, e queste notizie non hanno spazio nei telegiornali e nei grandi media, è facile arrivare alla conclusione che i grandi media mentono, che nascondono la verità che si è convinti di sapere.

È pur vero che anche i media tradizionali hanno la possibilità di manipolare la popolazione. Ma questa manipolazione non può che essere fatta apertamente, davanti agli occhi di tutti. Viceversa, oggi riceviamo messaggi in forma diretta da fonti più o meno conosciute, ma nessuno di noi sa che tipo di informazione sta ricevendo la persona che sta al suo fianco. O che tipo di messaggio sta plasmando la sua percezione della realtà.

Con questo formidabile strumento, Steve Bannon è riuscito a rendere popolare tra i giovani *Alt-right*, un movimento di estrema destra statunitense, che è il portato del movimento “Unite the Right” (Uniamo la destra) di qualche anno fa, partito da Charlottesville, Virginia. Un settore che ha contribuito in maniera decisiva alla vittoria elettorale di Trump.

Come già detto, è noto che Bannon ha lavorato nella campagna presidenziale di Donald Trump, come stratega del futuro Presidente. Meno noto è il fatto che le stesse tecniche sono state utilizzate anche nel referendum sulla Brexit, vinto soprattutto in base ad argomentazioni originate da notizie false.

Quando alcuni iniziarono a rendersi conto della manipolazione, Mark Zuckerberg fu convocato per una audizione al Senato statunitense. Per chi capiva cosa stesse succedendo, era chiaro che la democrazia della nazione più importante del mondo era stata *hackerata*. Ma i senatori capivano poco di Big Data, reti sociali e Facebook. Non potevano ammettere che si potesse *hackerare* la democrazia grazie alla manipolazione realizzata da

qualche individuo. Dissero che Zuckerberg in realtà stava solo cercando di realizzare un modello di business lucrativo con la vendita di pubblicità diretta a specifici individui. La raccolta dei dati e la creazione di profili psicologici delle persone nelle reti sociali avevano l'obiettivo apparentemente innocente, di fare in modo che le persone dessero un click negli annunci a pagamento. Ovvero che si trattava solo di un modello di business. Niente di più lontano dalla realtà.

Brasile e la samba delle fake

Molti si sono chiesti come un candidato come Jair Bolsonaro, così scialbo e con tanti difetti, abbia potuto vincere la presidenza in Brasile con l'appoggio quasi incondizionato di una parte maggioritaria della popolazione. Con una campagna elettorale svolta principalmente attraverso le reti sociali, in un crescendo di aggressività e di odio, la maggioranza della popolazione ha interiorizzato la coppia amico/nemico, trattando come nemico chi avesse una posizione minimamente contraria alle sue proposte o favorevole al Partito dei Lavoratori (PT) di Lula e ai suoi candidati alla presidenza del Brasile.

Zuckerberg conosceva bene la possibilità di utilizzo delle sue reti sociali per finalità politiche e sapeva che anche nel caso delle elezioni in Brasile sarebbero state decisive. Si tratta di una delle nazioni più importanti del mondo e, visto il precedente statunitense, Facebook prese alcune misure per cercare di impedire che le campagne di disinformazione e manipolazione potessero avvenire nelle proprie reti, ed evitare altre grane. Nel periodo elettorale molti account falsi di Facebook furono chiusi e lo staff di Bolsonaro si trovò ad aver bisogno di correre ai ripari. Visto che, a partire dall'esperienza degli Stati Uniti, lo strumento Facebook era "bruciato", gli strateghi elettorali di Bolsonaro hanno utilizzato la enorme popolarità dei gruppi di WhatsApp, un'applicazione di messaggi diretti tra individui più difficilmente controllabile dall'esterno. Creare un falso profilo su Whatsapp è

altrettanto facile come in altre reti sociali, ma è più difficile smascherarlo e di conseguenza “regolare” le Fake news.

Non solo, ma all’interno dei gruppi la propria auto-difesa critica è più bassa, dato che in genere si tratta di gruppi affini ai propri pensieri ed emozioni (famiglia, amici, etc). Il messaggio quindi è doppiamente efficace e moltiplicabile.

Bannon, che sogna il ritorno dell’estrema destra a livello mondiale, con il suo bagaglio di idee anti-minoranze, xenofobe e omofobe, si è trovato da subito in grande sintonia con Jair Bolsonaro, il nostalgico della dittatura brasiliana (e non solo) e candidato a Presidente della ultra-destra. Bannon è stato ufficialmente contattato come “consulente sporadico” della campagna “per dare consigli sull’uso di internet”. In realtà, Bolsonaro è stato il candidato ideale per Bannon, dato che condivideva le sue idee e agiva in uno scenario propizio: un Paese con una grave crisi economica e con una popolazione disincantata e disillusa verso il ceto politico.

Molti ricorderanno le manifestazioni delle donne contro Bolsonaro (con lo slogan *Elenao*, Lui no), sia in Brasile che nel mondo. Ciò nonostante, l’appoggio al candidato ebbe una crescita di 6 punti tra il pubblico femminile, passando dal 18% al 24%. Perché?

Se da una parte è vero che i grandi mezzi di comunicazione hanno semplicemente censurato le manifestazioni di massa, dall’altra c’è stato un attacco preciso attraverso i gruppi di WhatsApp pro-Bolsonaro per squalificare il movimento *EleNao*. Ad esempio, con video messi on line con scene di altre manifestazioni, con donne che mostravano i seni o che distruggevano immagini cristiane.

In quei giorni, il figlio di Bolsonaro, Eduardo, rilasciava dichiarazioni affermando che “le donne della destra sono più carine di quelle di sinistra, non mostrano i seni, né defecano per strada, le donne della destra sono più igieniche”. Questa dichiarazione, apparentemente insulsa o stupida, aveva l’obiettivo di stimolare il sentimento di repulsione, di rifiuto dell’“altra parte”. Non è certo un metodo nuovo. La macchina della propaganda nazista tedesca lo ha utilizzato a man bassa per

colpire ebrei e dissidenti politici, associandoli ai topi che infestavano le strade tedesche. Si associa così il sentimento di repulsione a una parte determinata della popolazione, producendo l'identificazione dell'individuo con "la parte pulita" della storia, con "i buoni". Ed è così che quel 6% di donne si è identificato con Bolsonaro.

Tra le altre notizie false circolate su Fernando Haddad, candidato del Partito dei lavoratori di Lula alla presidenza, c'è stata l'accusa di avere proposto la diffusione nelle scuole elementari di un non bene identificato "Kit Gay" in caso di vittoria. O che ai bambini di 6 anni si sarebbe insegnato il sesso a scuola, costringendoli inoltre ad una operazione per cambiare di sesso. Sulla falsa riga del "kit gay", la seconda bufala ha fatto il giro del paese in 2 giorni, con oltre 3 milioni di visualizzazioni a fine settembre. In un video diramato sulle reti sociali, il Partito dei Lavoratori veniva accusato di voler distribuire negli asili dei biberon con il ciuccio a forma di pene.

Virale è diventata la falsa immagine di Manuela Davila, candidata progressista alla vice-presidenza con Haddad in cui, grazie a un fotomontaggio, appare con una maglietta con su scritto "Gesù è trans".

Si sa come è andata a finire. Bolsonaro deve molto della sua vittoria elettorale al Big Data ed all'uso delle fake news.

Venezuela: la guerra delle fake news contro il "castro-chavismo"

Migliaia sono le fake news che alimentano quotidianamente la guerra psicologica contro il Venezuela bolivariano. C'è solo l'imbarazzo della scelta.

Uno dei messaggi centrali riguarda la "cubanizzazione" del Venezuela e la necessità di combattere il "regime castro-chavista", come lo ha sempre definito l'opposizione venezuelana. "Ci chiamano madri disperate: i loro figli che stanno facendo il servizio militare a Cuba le hanno chiamate per salutarle e dire

loro che li portano in Venezuela”³. Questo tweet della ultra-conservatrice cubana Rosa Maria Payà, era accompagnato dalla foto di una teorica scheda di “reclutamento forzato”. In realtà si trattava di una foto di una raccolta di firme della campagna “Fuori le mani dal Venezuela”, appoggiata a Cuba da circa 3 milioni e mezzo di persone. Niente a che vedere con la prova del reclutamento militare, tra l’altro con firme che non erano di giovani, bensì di persone di più di 50 anni. Una bugia sfacciata, come altre migliaia di fake news che alimentano l’idea di una “ingerenza cubana in Venezuela”.

“Guaidò dice che Cuba terrorizza i militari venezuelani affinché non lo appoggino” era il titolo quasi clonato di vari giornali spagnoli con migliaia di articoli di opinione al seguito. “El País” ne ha pubblicato uno dal titolo “Cubani go home”, un testo in cui si chiedeva “un intervento contundente e rapido”. “Per evitarlo”, raccomandava, “la cosa corretta non è scontrarsi con Trump, ma esigere che Cuba tiri fuori le proprie mani dal Venezuela”⁴. In un altro articolo si chiedeva di “espellere dal Venezuela tutti i cubani, in teoria medici e maestri”.

“Tutti gli uomini di Maduro: intrusione cubana in Venezuela” era un servizio del canale pubblico tedesco *Deutsche Welle* ⁵. Nel servizio si affermava che “non sono pochi coloro che sostengono che una breve azione di riscatto (*ndr. leggi intervento militare*) sarebbe meno pregiudizievole che la prolungata intrusione cubana in Venezuela”. Il commento era affidato a un membro dell’Istituto di Studi strategici del Collegio di Guerra dell’esercito statunitense, un *think tank* vicino al Pentagono. Un tipico esempio di giornalismo “indipendente e obiettivo”.

Un altro canale televisivo pubblico, il canadese CBC News, ha affermato che ci sono “migliaia di cubani” nelle “strutture sensibili dell’apparato dello Stato bolivariano: le FF.AA. e la contro-intelligence” e che “i cubani dirigono i centri di tortura nel Paese”. E diffondeva nella sua pagina web una campagna

³ <https://twitter.com/rosamariapaya/status/1103089713471283201>.

⁴ https://elpais.com/internacional/2019/02/20/america/1550691005_971416.html

⁵ <https://www.dw.com/es/todos-los-hombres-de-maduro-intrusi%C3%B3n-cubana-en-venezuela/a-47797945>.

dell'opposizione che fa appello (testuale) a “dichiarare la guerra ai cubani in quanto invasori” e a “cacciarli a pedate” dal Paese⁶. Anche in questo caso, le analisi erano decisamente “plurali”: le fonti erano militari venezuelani disertori, una anti-chavista e una anti-castrista, entrambe residenti in Canada.

E se non bastasse a rendersi conto della profondità dell'impatto della guerra psicologica, lasciando da parte i cubani e per non andare troppo lontano, in Italia nel corso di una recente trasmissione televisiva di “Rai news 24”, un oppositore venezuelano dichiarava che “per colpa di Maduro i venezuelani sono dimagriti 15 kg”.

Bannon e l'Italia

In Italia Steve Bannon sta per lanciare una “Accademia dell'Occidente giudaico-cristiano” nella Certosa di Trisulti, vicino Roma. Si tratta di una scuola di formazione sui temi del Big data e dell'uso delle reti sociali destinata ad accogliere esperti in comunicazione delle formazioni dell'ultra-destra europea.

Con una linea di confine molto sottile, siamo tutti esposti ad una manipolazione delle emozioni in base a una falsa percezione della realtà. Una percezione che può provocare un'identificazione emozionale che si trasforma in una specie di seconda identità, con un parziale “sdoppiamento” della personalità. Uno sdoppiamento che ci spinge l'uno contro l'altro, rompendo il nostro tessuto sociale in maniera irrecuperabile.

⁶ <https://www.cbc.ca/news/world/venezuela-canada-cuba-1.5040857>.

BALLE ECONOMICHE: QUELLE SOTTILI SFUMATURE CHE TRASFORMANO LE “FAKE” IN FIUMI DI DENARO

Corrado Chiominto

Vice caporedattore redazione economica Ansa

“Nei mercati finanziari i prezzi sono la rappresentazione in numeri delle informazioni”. È un sillogismo tanto semplice tanto efficace quello che racconta Manlio Pisu, il capo ufficio stampa della Consob. Nella borsa, ma anche sui mercati dei cambi e su quello delle merci, le informazioni si trasferiscono direttamente sui valori, alimentando vendite ed acquisti. Una fake news può avere un effetto dirompente, di certo non neutro. E come sempre accade sui listini, qualcuno guadagna e qualcun altro perde. Il gioco è tutto qui.

Dalla falsa cordata per rilevare Alitalia alla guerra di dati sulla realizzazione della Tav Torino–Lione, dall’ipotetico sceicco pronto a rilevare l’AS Roma ai report sanitari che per anno le case produttrici del tabacco hanno finanziato per spiegare che le sigarette, poi, non fanno così male: in economia, come in politica, le false notizie sono sempre esistite. Hanno mille facce e si alimentano grazie al meccanismo della verosimiglianza. Nella finanza, ad esempio, le frasi che le nascondono le abbiamo sentite tante volte. “Voci di mercato”, si diceva prima che prendesse forza il termine fake news. “Secondo indiscrezioni”, si continua a scrivere oggi. Ma non tutto è nero o bianco. Sono le sfumature che contribuiscono a formare una vera fake news. Ecco allora che per gli investitori di borsa il diavolo si può celare in un report nel quale una frase si presta ad una doppia lettura, in uno studio scientifico fatto appositamente alla carlona per attirare l’attenzione su una sconosciuta università – i giornali ne sfornano

a bizzeffe –, in una notizia fatta circolare per scopi che non sono assolutamente economici, oppure in una mezza smentita che invece serve a prendere tempo in attesa che la verità sia servita ufficialmente.

Con una avvertenza: non sempre bisogna diffidare di una informazione in cui non viene indicata la fonte. Ci sono indiscrezioni e indiscrezioni. E c'è un paradosso: se una voce viene ripresa dal mercato ed è corredata con il 'no comment' del soggetto coinvolto, allora possiamo praticamente esserne certi: siamo di fronte ad una notizia vera. Magari non corretta al 90%, ma sostanzialmente vera. Il conflitto – che vale soprattutto per le agenzie di stampa e per i siti internet di informazione – è quello tra la necessità di dare la notizia prima degli altri e quella di darla nel modo più preciso possibile. Così è stato, ad esempio, per le prime informazioni che segnalavano la possibilità che Fca avrebbe convocato i consigli di amministrazione delle società per la successione a Sergio Marchionne. Oppure per scrivere, con grande rapidità, che il manager ricoverato in una blindatissima clinica svizzera, era deceduto. È la stampa bellezza, si potrebbe dire. Senza questo artificio, però, in alcuni casi il giornalista non sarebbe in grado di informare: dovrebbe attendere la chiusura di borsa, non riuscirebbe ad avere sottobanco la conferma di chi sa ma non può apparire. A dare valore, in questo caso, è però il giornalista o la testata che diffondono la notizia. Giornalista e testata sono i due soggetti che 'garantiscono' con la loro professionalità, ci mettono la faccia e il nome. Se sbagliano nel pesare le fonti che non possono citare perdono la faccia. E, quindi, rischiano di perdere non solo la credibilità ma anche il lettore.

Due sono comunque le peculiarità che bisogna tener presente quando si parla di notizie-bufala in economia. Il primo aspetto è la velocità, il tempo di propagazione. La fame di informazione c'è su molti temi, ma in campo finanziario, ad esempio, è ancora più acuta. Le voci e le indiscrezioni sono il terreno fertile su cui un trader costruisce la propria fortuna. Il 'tempo' è un fattore chiave per chi investe. Sapere prima un'informazione si trasforma in un guadagno. Ecco perché i mercati lavorano sulle

aspettative, guardano alle previsioni, cercano le notizie che possono segnare il cambiamento in un settore, in positivo o in negativo. Potremmo dire che chi opera sui listini è un vero divoratore di informazioni e deve essere in grado di interpretarle in tempi rapidissimi.

In una sala borsa una fake news può essere devastante. Un investitore che agisce in base ad un'informazione sbagliata che ritiene corretta è portato a fare errori. Ma ovviamente trae profitto chi sa che l'informazione, che apparentemente è corretta, è invece un falso.

La seconda peculiarità dell'informazione economica è la regolamentazione a cui è sottoposta per tutelare i consumatori e gli investitori. In politica le bufale servono ad orientare le scelte e le opinioni, a forzare l'opinione pubblica. In economia orientano invece i consumi e gli investimenti, con un impatto diretto sul regolare svolgimento del mercato, nel quale i prezzi si formano in base alle corrette informazioni. Così in politica non c'è limite a chi la spara più grossa – anzi l'“opinione” del parlamentare è tutelata – mentre in economia esistono norme precise che puniscono il “market abuse”, la manipolazione di mercato. Che non si limitano solo all'insider trading, cioè all'utilizzo di informazione corrette acquisite o diffuse fuori dai paletti imposti dai regolatori del mercato, ma che puniscono pesantemente anche chi fornisce indiscrezioni e notizie errate o, cosa più frequente, incomplete o allusive. Il reato è quello dell'aggiotaggio previsto dall'articolo 501 del codice penale che recita:

“Chiunque, al fine di turbare il mercato interno dei valori o delle merci, pubblica o altrimenti divulga notizie false, esagerate o tendenziose o adopera altri artifizi atti a cagionare un aumento o una diminuzione del prezzo delle merci, ovvero dei valori ammessi nelle liste di borsa o negoziabili nel pubblico mercato, è punito con la reclusione fino a tre anni e con la multa da euro 516 a 25.822. Se l'aumento o la diminuzione del prezzo delle merci o dei valori si verifica, le pene sono aumentate. Le pene sono raddoppiate:

1. se il fatto è commesso dal cittadino per favorire interessi stranieri;
2. se dal fatto deriva un deprezzamento della valuta nazionale o dei titoli dello Stato, ovvero il rincaro di merci di comune o largo consumo”.

A punire le “fake news” è anche il Codice Civile, all’articolo 2637:

«Chiunque diffonde notizie false, ovvero pone in essere operazioni simulate o altri artifici concretamente idonei a provocare una sensibile alterazione del prezzo di strumenti finanziari, quotati o non quotati, ovvero ad incidere in modo significativo sull’affidamento che il pubblico ripone nella stabilità patrimoniale di banche o di gruppi bancari, è punito con la pena della reclusione da uno a cinque anni».

Le sanzioni quindi non sono leggere, ecco perché è meno frequente trovare fake di tipo strettamente economico. Perché se si riesce a provare un interesse e un guadagno l’informazione falsa di trasforma in un reato, punito con multe salate e anche con il carcere.

Ma vediamo in concreto, quello che la storia ci racconta...

L’abito non fa il monaco e nemmeno l’ufficiale

Toc. Toc. “Sono il colonnello Du Bourg, ufficiale britannico assistente di lord Cathcart. Porto la notizia più importante degli ultimi vent’anni: Napoleone Bonaparte è morto, ucciso e fatto a pezzi dai cosacchi. La guerra è finita. Ho bisogno di trasmettere l’informazione via telegrafo e necessito di una carrozza per arrivare al più presto a Londra”. Iniziò così quella che viene considerata una delle fake news più famose nella storia. Napoleone in realtà era vivo e vegeto. Ma l’uomo che di primo mattino bussò alla porta di una locanda di Dover, la Ship Inn, sembrava appena sceso da una nave e indossava un vestito militare con coccarde bianche sul proprio cappello. La notizia era verosimile. Ma nel 1812, questo l’anno della fake storica, era già

iniziato il declino e la rovinosa campagna di Russia aveva decimato l'esercito francese. Ecco che scattò anche allora il meccanismo della verosimiglianza e gli inglesi credettero a quello che poi, in fondo, speravano fosse accaduto.

Interessante anche la richiesta di utilizzare il telegrafo ottico, un'invenzione recente, basata su una catena di segnalatori. Da una parte su un'asta erano installati dei segnalatori, dall'altra – a una distanza anche di 25 chilometri, un addetto provvisto di cannocchiale riceveva il messaggio in base ad un codice standard di lettere e numeri e poi lo ripeteva verso la stazione successiva. Come dire: in questo caso, ben studiato, il telegrafo sarebbe stato un acceleratore della bufala, esattamente come oggi potrebbero esserlo i social network.

In realtà, il telegrafo ottico non funzionò ma la notizia si diffuse ugualmente in modo velocissimo mentre il falso colonnello puntava ad arrivare a Londra. Fin dall'apertura l'impatto della falsa notizia sui titoli di stato fu notevole: i valori decollarono. Non c'erano conferme ufficiali, ma grandi e piccoli investirono, contando sul fatto che il re Luigi XVIII di Borbone sarebbe tornato dall'esilio per sedere sul trono francese. A togliere i dubbi fu anche un'altra sceneggiata: a metà giornata una carrozza in festa, trainata da cavalli ornati di alloro, attraversò Londra con a bordo persone con un'uniforme da realisti francesi che gridavano “Vive le Roi e le Bourbons”.

La smentita ufficiale della pace tra Londra e Parigi arrivò solo nel pomeriggio, da parte del governo inglese. I prezzi dei bond ricaddero ai livelli iniziali. Scattò un'indagine che qualche giorno dopo scoprì che sei persone avevano venduto titoli di Stato acquisiti la settimana precedente per un totale di un milione di sterline. Tra loro anche un politico radicale, Sir Thomas Cochrane, finanziere e considerato un eroe di guerra per i meriti conquistati nella marina inglese durante la rivoluzione francese. Si scoprì anche che il colonnello Du Bourg era un impostore prussiano chiamato Charles Random De Berenger e che era stato visto i giorni precedenti in compagnia di lord Cochrane. Colpevoli o solo vittime di un avversario politico, sta di fatto che tutti e due furono processati da Sir Edward Law, conservatore e

nemico giurato dei radicali, che li condannò a una multa di 1.000 sterline, a 12 mesi di prigione e a tre ore di gogna pubblica davanti al London Stock Exchange, la borsa inglese. “Gli imputati sono colpevoli – è scritto nella sentenza – di una cospirazione ingegnosamente ideata e posta in essere, maliziosa nei suoi effetti, inventata per lo scopo fraudolento di arricchire alcuni individui a scapito di altri. Gli imputati hanno diffuso false voci e resoconti in luoghi diversi, per un occasionale aumento del prezzo dei titoli pubblici di questo Paese in un particolare giorno, e di conseguenza hanno danneggiato tutti i soggetti che potevano essere indotti a vendere e comprare azioni in quel particolare giorno”.

Quando la fake vola

La fake sulla morte di Napoleone conferma il detto che l’abito non fa il monaco, e nel caso non fa l’ufficiale. Ma talvolta l’insidia si nasconde anche dietro persone dal curriculum specchiato. La storia, in questo caso, è uno dei mille capitoli della telenovela della vicenda Alitalia, che nel 2007 ha visto scendere in campo alla guida di una cordata di imprenditori italiani l’ex presidente della Corte Costituzionale e poi ex presidente della Rai, Antonio Baldassarre, affiancato dall’ex presidente della vecchia società Autostrade, Giancarlo Elia Valori, una manager conosciutissimo per i suoi mille contatti. Bisogna dirlo subito: la storia, che ora si trascina nelle aule dei tribunali, non è ancora finita mentre questo capitolo viene scritto. Condannati in primo grado nel 2013, con l’accusa di aver manipolato il mercato, e poi assolti in appello nel 2016, i due protagonisti hanno visto nell’ottobre del 2018 annullare l’assoluzione dalla quinta sezione penale della Corte di Cassazione che ha accolto il ricorso della procura generale di Roma e della Consob e quindi costringerà ad un nuovo processo d’appello per dire la parola fine.

Ma la storia, così come è apparsa nelle pagine dei giornali, può essere ricostruita e racconta bene come il dovere di raccontare le

novità in arrivo su un dossier così importante, come quello della compagnia di bandiera italiana con migliaia di lavoratori, impongano ai giornalisti di inseguire voci e indiscrezioni che poi non sempre si concretizzano nella realtà.

Spesso, quando si parla di obiettività di una notizia il paragone è quello con lo scatto fotografico che immortalata la realtà di un momento. Nella realtà l'informazione sta cambiando, è diventata flusso. Forse il paragone migliore è quello del frame di una pellicola, nel quale il soggetto appare in movimento. La notizia prende corpo solo nella successione delle ‘notizie-frame’ e dal contesto in cui si muovono. Ma il rischio che questo meccanismo favorisca la promozione del verosimile sul vero è fortissimo. Se poi parla un protagonista specchiato, non si può che dargli credito. Selezionare una fonte che parla direttamente diventa impossibile, solo il tempo potrà sciogliere il nodo “fake sì, fake no”

In questo caso le prime indiscrezioni sull'arrivo di una cordata di imprenditori italiani guidati dall'ex presidente della Consulta, Antonio Baldassarre iniziano a filtrare sui giornali nell'agosto 2007. Al governo c'è Romano Prodi e alla guida del ministero dell'Economia, Tommaso Padoa Schioppa. Per Prodi, che nel suo curriculum riporta anche l'esperienza della guida dell'Iri, è la sua seconda esperienza di governo: già nel 1998 aveva affrontato il dossier Alitalia cercando di affiancare la compagnia italiana ad Air France con l'obiettivo di resistere alla concorrenza britannica e americana. Questo prima ancora del deciso cambiamento del mercato provocato dall'arrivo massiccio delle compagnie low cost. Nel 2007, però, le difficoltà della compagnia aerea non sono ancora risolte e il governo appende fuori il cartello “vendesi”. L'Air France, questa volta insieme a Klm, ritorna in pole position come possibile partner-acquirente della compagnia italiana.

È questo il contesto nel quale si palesa la nuova cordata. Si parla di “nomi inediti”, in gran parte italiani. A confermarlo è lo stesso Antonio Baldassarre. “Si tratta di nomi nuovi rispetto a quelli apparsi finora sui giornali”, afferma Antonio Baldassarre, che si presenta come legale rappresentante della nuova cordata, ma che

mantiene il riserbo sull'identità dei nomi. Nella compagine – assicura parlando con i giornalisti – ci sono “un numero consistente di imprenditori, italiani e stranieri” ma “gli italiani sono preponderanti”. È stata presentata una manifestazione d'interesse per l'acquisto dell'intero gruppo Alitalia – aggiunge – Se i miei assistiti vogliono uscire allo scoperto spetta a loro farlo”. Assicura poi sulle risorse. L'impegno finanziario messo sul piatto – sostiene – è consistente. Certo bisognerà vedere le condizioni di offerta e l'esame dei conti della società. I miei assistiti, non hanno ancora avuto accesso alla data room e conoscono, al momento, solo i dati resi pubblici”. La tecnica di comunicazione è quella del ‘dire e non dire’: difficile per un cronista capire se si tratta di reticenza su una notizia di finanza. Ma certo l'effetto è quello di attrarre la curiosità.

Difficile dire che influenza hanno queste parole sul mercato, che certo valuta anche l'interesse di Air France: quel giorno la borsa di Milano a fine seduta perde l'1,39% risentendo della tempesta sui mutui subprime, mentre Alitalia prima corre fino a segnare +1,8%, poi chiude a -0,9%.

Qualche giorno dopo Baldassarre ritorna sul tema. “È un progetto molto serio. Se non si trattasse di qualcosa di molto serio non li avrei certo assistiti”, dice Baldassarre che rinvia sui nomi. “A breve – dice l'ex presidente della Corte Costituzionale e della Rai – quando coloro che fanno parte della cordata si incontreranno il presidente di Alitalia Maurizio Prato, allora si saprà chi sono”. Qualcuno ipotizza l'impegno di Colaninno, che però non si palesa. Qualche mese dopo manca ancora il capofila, ma qualche nome emerge. Ci sono: Engineering, la finanziaria belga Safna che possiede miniere e pozzi di petrolio in Congo e Nigeria, la società di Roma Reficere che è impegnata nel settore della ristorazione, la società torinese I viaggi del Ventaglio che possiede la compagnia aerea Livingstone, la Aeromar e la holding israeliana Mivtach Shamir. Livingstone e Aeromar sono due operatori del settore ma sono piccoli. Ecco perché Baldassarri racconta che si sta lavorando “all'aggregazione di altri soggetti” e in particolare all'ingresso di “una compagnia aerea più forte”. Il nome? Meglio non farlo, spiega: “Posso dire che eravamo a un

passo dal chiudere con Emirates, ma quando sono circolate indiscrezioni, e venuto meno l’impegno alla riservatezza, e l’accordo è saltato. Per questo motivo ora non posso fare il nome della compagnia con cui stiamo parlando”.

La doccia fredda arriva il 7 novembre 2007 dal Cda Alitalia. La cordata guidata dall’ex presidente della Corte Costituzionale non ha i requisiti necessari per partecipare alla privatizzazione della società. Il consiglio di amministrazione – riporta il comunicato – “ha ravvisato di trovarsi ancora nell’ impossibilità di eseguire le valutazioni almeno preliminari in merito alla presenza in capo alla cordata in via di formazione rappresentata dal professor Baldassarre dei requisiti necessari per partecipare al progetto della compagnia teso ad individuare tempestivamente soggetti industriali e finanziari impegnati a promuovere il risanamento, lo sviluppo ed il rilancio di Alitalia e disponibili ad acquisire il controllo della stessa”. La compagnia osserva che “in effetti, l’ulteriore slittamento comunicato in data odierna dal professor Baldassarre nella fornitura degli elementi base di partecipazione al progetto, è stato valutato dal consiglio di amministrazione elemento pienamente sufficiente per considerare non più compatibili – anche a parere dell’advisor Citi – i tempi di approfondimento dei rapporti con la citata cordata in via di formazione con quelli previsti per le decisioni di Alitalia nell’ambito del citato progetto”. Baldassarre comunque non demorde e tra le cose che emergono successivamente c’è il possibile affiancamento della cordata, come supporto tecnico bancario e di assistenza finanziaria, di Ubs e presenta un’offerta il 7 dicembre, indicando anche un fondo di 500 milioni di euro presso l’istituto.

In realtà, i riflettori dei media si sono spenti sulla cordata. L’attenzione dei giornali è sulla sfida tra Air France di Spinetta e AirOne di Toto. Si accendono invece i riflettori del tribunale. I Pm della procura di Roma, nell’aprile successivo, aprono un’inchiesta proprio sull’offerta che sarebbe stata accompagnata – è l’accusa – da documenti falsi. I magistrati, in parallelo, indagano anche su un altro consorzio, al quale fa riferimento una nota di Alitalia, che contiene due fondi stranieri e anche

l'interesse di Singapore Airlines che però smentisce seccamente di aver mai avanzato proposte. Per la cordata Baldassarre, comunque, iniziano i problemi. La Consob multa l'ex presidente della Consulta con una sanzione da 400 mila euro. Secondo l'autorità, nessuno dei partecipanti alla 'cordata' ha mai assunto in concreto l'impegno a mettere a disposizione le risorse necessarie a sostenere l'iniziativa. E quelle dichiarazioni hanno influito sull'andamento in borsa del titolo. La sanzione è diventata 'maxi' perché la Consob ha ritenuto ancor più grave la condotta illecita, anche in ragione delle prestigiose cariche istituzionali rivestite in passato da Baldassarre. Le cronache giudiziarie registrano invece il rinvio a giudizio per aggioaggio di Baldassarre nel 2010, la condanna a due anni in primo grado nel 2010 sulle accuse fatte dal Pm che descrive la cordata come "un'armata Brancaleone", soltanto di "un insieme di società decotte, inattive o addirittura inesistenti, messe in giro forse perché non si voleva che la compagnia di bandiera italiana finisse in mani straniere o semplicemente perché si voleva condizionare quella vendita". La difesa, comunque, propone appello e lo vince. "Il fatto non sussiste", sentenza nel luglio 2017 la prima corte d'appello della capitale. Ma la sentenza viene annullata dalla corte di Cassazione nell'ottobre 2018. Fake o no fake... ai posteri l'ardua sentenza. Di certo i toni usati e la 'narrativa' dei protagonisti sembrano più potersi iscrivere alla categoria dell'"ottimismo della volontà". E, con il senno di poi, non hanno retto alla prova dei fatti.

Il fake maker seriale

Di certo raccontare i retroscena di una vicenda come quella della vendita di Alitalia, nella quale si intrecciano interessi politici ed economici, impatti occupazionali e strategie del sistema Paese, facilita gli scivoloni anche per la stampa specializzata. Ma, per portare un altro esempio, ci si è imbattuti anche in un altro caso di false notizie: che potremmo definire fake psichiatriche. I cronisti che hanno seguito il dossier ricordano lo spuntare

all'improvviso di un sindacato, lo Snaut, e di un personaggio, Pietro Zannoni, che mandava comunicati e qualche volta riusciva anche a farli passare sui circuiti di trasmissione, contando sul fatto che un'agenzia, che lavora 24 ore al giorno, non sempre ha al desk chi si occupa del tema trattato. Di fatto, per Alitalia, nella miriade di sigle dei piccoli sindacati autonomi non era sempre facile raccapezzarci. Così ecco una nota di adesione dello Snaut allo sciopero convocato dalle sigle confederali e poi l'annuncio di una revoca, quindi il possibile ingresso di azionisti stranieri, olandesi e svizzeri, nella compagnia aerea...fino all'apertura di una indagine per insider trading. Le notizie sono passate sulle agenzie di stampa ma presto il gioco è stato scoperto. Zannoni, operaio calzaturiero di Grottammare, in provincia di Ascoli Piceno, si è però inventato altre identità e un'agenzia di stampa da Tirana finché nel febbraio 2002 ha confessato ad un giornalista dell'Ansa: sono 13 anni che inganno la stampa di tutto il mondo. “La storia nasce da un'idea di mio padre Gino che è stato primario ospedaliero di psichiatria – ha detto al giornalista – ed è lui che ha elaborato questa teoria artistica che in pratica punta a sostituirsi ad una fonte vera per riuscire a raggiungere la stampa con notizie vere, verosimili o del tutto false”. Una frase che spiega tutto. Se vera.

Le notizie di fumo

Il valore di una società, di un'impresa, non è dato solo da ciò che produce, da ciò che guadagna, o dalla forza di mercato che riesce ad esprimere. Ci sono anche asset poco tangibili, immateriali, come i brevetti. O valutazioni che sono sicuramente soggette all'incertezza del tempo, come le previsioni sulle prospettive future di crescita e guadagno. Ecco allora che ad influire sul valore di una società può essere anche un dossier, di tipo esclusivamente scientifico, fatto da un'università o da un esperto, ma anche la dichiarazione di un politico sulla volontà di incidere o promuovere un settore. Sono queste le informazioni più facilmente manipolabili: nel primo caso perché una società può

finanziare uno studio e, l'esperienza insegna, non è difficile trovare chi è in grado di sostenere una tesi o il suo opposto. Nel secondo caso perché, proprio per l'incertezza che caratterizza le mille sfumature del linguaggio politico, il messaggio che arriva può essere forzato nel contenuto e così, alla fine, risultare manipolato.

Uno dei settori che più risente di possibili 'scoperte' nel campo della ricerca è il settore farmaceutico. Il caso di scuola è quella dell'azienda farmaceutica californiana ImmunoCellular Therapeutics quotata a Wall Street. La vicenda è facilmente sintetizzabile. Nel gennaio 2012 un sito di finanza riporta l'indiscrezione sulla scoperta, da parte della società, di un trattamento anticancro, chiamato Ict-107, più economico e competitivo di quello dei concorrenti. Le azioni della ImmunoCellular da 42,8 dollari iniziano a salire. In cinque mesi arrivano fino a quota 155,2 dollari: un balzo di oltre il 260 per cento. La Sec, cioè la Consob americana, scopre però che chi ha scritto il report era stato pagato in modo indiretto dalla società farmaceutica e non ha avvertito i lettori (come invece impongono le norme statunitensi). Inoltre, nel dicembre 2013 un aggiornamento ridimensiona l'impatto della terapia. Una cocente delusione che si trasferisce sul valore del titolo in borsa. Le azioni della ImmunoCellular precipitano a 1,5 euro, con una perdita del 99% rispetto al valore massimo toccato.

La guerra dei dossier ha poi da sempre accompagnato le società che producono tabacco. Oggi i pacchetti di sigarette indicano chiaramente i rischi che potrebbero derivare dal fumo. Ma per anni la battaglia, svolta in alcuni casi nelle aule di tribunali, ha visto contrapporsi diversi studi scientifici: spaziando dalla dipendenza provocata dal tabacco ai rischi tumorali, per lungo tempo c'è chi ha sostenuto non esistesse una correlazione provata tra la sigaretta e le malattie provocate. Per le case produttrici la battaglia in Usa, dove è molto forte la tutela del consumatore, rappresentava un grosso rischio, anche per il fatto che avrebbe potuto aprire la strada ad "azioni collettive" sicuramente devastanti per i conti delle società. Ma la battaglia non è stata solo statunitense. Nel settembre del 1987 l'archivio dell'Ansa

rilancia un'intervista su Le Monde del direttore generale della Seita, l'azienda di tabacco francese, replica su Le Monde ad uno studio del ministero della salute di Parigi che porta a quota 53.000 i morti provocati dal tabacco in un anno. Il manager non nega che possa rappresentare un fattore di rischio ma sostiene che è impossibile provare un “rapporto di casualità sistematica” mentre entrano in gioco anche altri fattori, dall'ereditarietà al peso, allo stress. Anzi, sostiene l'intervistato, “esistono poi gli effetti positivi del tabacco”. Tra questi l’“effetto paradossale” della Nicotina che sostiene le persone un po' depresse e al contrario calma quelle che sono troppo nervose. “È anche noto – prosegue l'intervista – che il tabacco ha un effetto benefico sul morbo di Parkinson, su certe malattie intestinali e su certe affezioni dell'apparato genitale femminile”. Ma, per capire il contesto, allora era ancora possibile fumare durante i voli aerei.

Sono gli anni in cui si inizia a dibattere sui pericoli del fumo. A parlare anche di possibili effetti benefici sull'organismo, nel 1988, è uno psicofarmacologo inglese, David Warbourton, noto per i suoi studi sulle tossicodipendenze secondo il quale la nicotina non dà assuefazione. Secondo Warbourton, la composizione delle sigarette “è cambiata negli ultimi vent'anni, e il numero dei malati è molto diminuito in Inghilterra” e che “se il fumo, entro certi limiti, induce delle malattie, questo avviene con ritardi di molti anni e diventa quindi estremamente difficile correlare tra loro causa ed effetto”.

Certo difficile distinguere tra il vero e il falso, soprattutto calcolando che nel settore scientifico le conoscenze si aggiornano con il passare degli anni. Così come i prodotti. Le sigarette ora stanno lasciando il passo alle e-cig, le sigarette elettroniche, ciascuna con caratteristiche diverse e senza più combustione, il fenomeno fisico al quale molti attribuiscono la colpa per molte malattie. Ma anche su questo fronte si apre una battaglia. Le aziende produttrici hanno chiesto all'Organizzazione mondiale della Sanità di rivedere la propria politica su questi prodotti che l'Oms considera comunque un “grave pericolo per l'adolescente ed il feto” perché “l'esposizione alla nicotina ha conseguenze a lungo termine sullo sviluppo del cervello”. Nell'ottobre scorso,

durante la conferenza sulla convenzione quadro per il controllo del tabacco, l'Oms ha proprio criticato i produttori. “L’interferenza di queste industrie – sostiene l’organizzazione nel rapporto – combinata con l’emergere di nuovi prodotti del tabacco, continua ad essere considerata la barriera più seria all’implementazione della convenzione”. Ma proprio lo stesso giorno – in una sorta di guerra mediatica – viene pubblicato un contro-rapporto della Foundation for a Smoke Free World. Secondo una ricerca del Public Health England, poi, le sigarette elettroniche sono meno nocive del 95% rispetto alle sigarette tradizionali.

Chi ha ragione? Di certo la storia, sul fronte del fumo, racconta una battaglia con grandissimi interessi economici, dietro i quali più che di fake news si può parlare di mezze verità che non hanno l’obiettivo di cancellare gli studi degli altri, ma quello di accentuare un aspetto. Si vuole così ridurre l’impatto negativo che da una fredda tabella statistica si potrebbe invece trasferire sui consumi e quindi sui guadagni.

Le social-fake e lo spread

Il presidente della commissione Bilancio, il leghista euroscettico Claudio Borghi, è molto attivo su Twitter. Risponde a chi la pensa come lui, attacca chi lo critica con decisa verve, non fugge le polemiche. Così appare quasi innocuo quando risponde con un tweet ad un post di “Venduto Schifoso” che lo sollecita ad insistere sull’uscita dall’euro: “Senza Italexit – scrive l’account autonomo dal nome non proprio elegante – sarà considerato un traditore. Quindi se non vuole avere rimpianti faccia quello che tutti noi vogliamo: Italexit”. Borghi non delude certo il suo follower: “Prima questi noi devono diventare maggioranza nelle urne...” risponde il 15 novembre all’1.47 di notte. Il contenuto del dialogo vengono poi rilanciati nella tarda mattinata successiva da un economista, anche lui molto attivo su twitter, che scrive in inglese e fa una sicura forzatura delle parole del leghista: “Borghi, il capo economista di Salvini: se la Lega

conquista la maggioranza alle prossime elezioni l’Italia uscirà dall’eurozona”. La frittata è fatta, un sito riprende le dichiarazioni di Puglisi attribuendole alla Reuters e i mercati reagiscono. Lo spread da 313 punti sale a quota 320. È solo uno degli scossoni che pian piano fanno salire il ‘differenziale’ tra i titoli di stato italiani quelli tedeschi.

I social sono di fatto il veicolo ideale per fake news. Oppure per esasperare posizioni, dando loro una valutazione eccessiva, superiore all’impatto reale. Anche perché Twitter e Facebook sono diventati per i politici strumento di consenso e la ricerca di visualizzazioni e di “like” porta ad esasperare le idee, a cercare contrapposizioni, ad avvicinarsi sempre di più a posizioni border line che si prestano a letture retroscenistiche, che in economia diventano speculative.

Il ruolo del giornalismo è quello di raccontare quel che accade anche dietro le dichiarazioni ufficiali, ma anche quello di saper soppesare le parole, dare loro il vero valore. I social, invece, “disintermediano” e quindi livellano ogni tipo di dichiarazione, trasferendo su chi legge il compito di valutare e pesare l’impatto di ciò che qualcun altro ha scritto.

Chiaramente lo spread che sale è un “red alarm” per il governo: è un termometro dell’affidabilità per il pagamento del debito sovrano, ed ha anche un effetto negativo sui conti pubblici (oltre che sui bilanci di banche e assicurazioni che hanno acquistato titoli di Stato). Va allora segnalato che Borghi attacca subito il professore dell’economia dell’Università di Pavia. “Ho scoperto l’origine della fake news – scrive su Twitter – sulle mie dichiarazioni sulla Lega e sull’uscita dall’euro alle prossime elezioni. Provvedo a inoltrare esposto a Consob nei confronti del prof. Puglisi. Valuto ulteriori azioni”. “Ora basta – conclude – mi sono rotto le scatole di doversi difendere per cose che non ho detto e non dico”.

Il tweet di Puglisi da sicuramente una interpretazione forzata, un mezzo-fake, di ciò che il falco della Lega ha scritto. Ma fotografa davvero il pensiero di Borghi? Per scoprire se il presidente della commissione Bilancio ha cambiato idea rispetto a quanto affermato nel passato bisogna attendere tre mesi. È il 15 febbraio

2019 e Borghi partecipa ad un dibattito della Cisl sull'Ue e sulla contesa elettorale prevista per maggio. "Penso che questa opportunità sia l'ultima – dice con enfasi – Se a seguito di queste elezioni ci saranno i soliti 'mandarini' guidati dalla Germania a guidare le politiche economiche, sociali e migratorie, a uso e consumo della Germania e a nostro danno, io dirò di uscirne. O riusciamo a cambiarla o dovremo uscirne. Se l'ambiente rimane tossico, io dirò andiamone fuori". Il dubbio allora viene. È fake la lettura forzata fatta dall'economista o la smentita rilasciata lo stesso giorno da Borghi? Se si guarda lo spread, in fondo, poco conta. Il danno è comunque fatto.

Di certo lo spread – ma anche la speculazione che è pronta a scommettere contro i Paesi più deboli – è molto sensibile alle informazioni che viaggiano sui media e sui social. E in economia il "tempo" in cui una informazione arriva sul mercato non è una variabile indipendente. Una notizia vera qualche giorno prima può essere 'superata' due giorni dopo. È in questo caso una fake? Difficile dirlo. È quel che è accaduto durante la stesura – laboriosa, durata una quindicina di giorni – del "contratto" di governo Lega-M5s. Tutti i media erano alla ricerca di un testo con gli impegni in via di predisposizione dalla maggioranza. Chiunque avesse trovato un testo lo avrebbe pubblicato. Così ha fatto Lucia Annunziata su Huffington Post Italia. Il problema è che il testo conteneva anche un capitolo che metteva in dubbio la permanenza dell'Italia nell'euro e riportava la proposta – irrealizzabile – di cancellare 250 miliardi di debito pubblico in mano alla Bce. "È una polpetta avvelenata sugli accordi di governo", è arrivato immediato il commento degli interessati che hanno parlato di "una versione vecchia già ampiamente modificata" con "contenuti radicalmente cambiati": "sull'euro, ad esempio, le parti hanno già deciso di non mettere in discussione la moneta unica".

Sulla vicenda comunque la Consob ha acceso un faro, dopo che il vicedirettore del Corriere della Sera, Federico Fubini, ha rivelato sul Corriere della Sera che il Fondo Ah di Alan Howard aveva investito sul ribasso dei titoli di stato italiani e poi, grazie alla fibrillazione dei mercati, ha guadagnato a maggio il 36,7%, un

rendimento 200 volte superiore alla media dei 5 anni precedenti. Nell’articolo di Fubini venivano collegati i guadagni anche alla pubblicazione della prima bozza del contratto di governo, pervenuta in busta anonima. La risposta della Annunziata è arrivata a stretto giro di posta, rivendicando di aver fatto tutte le verifiche giornalistiche del caso e di conoscere bene la fonte con la quale aveva concordato l’invio anonimo della bozza.

Ma si sa, chi di penna ferisce di penna perisce, così anche Fubini è poi incappato in una querelle giornalistica. Dopo aver pubblicato il primo novembre 2018 un articolo dal titolo “Deficit, pronta la procedura Ue. La decisione attesa per il 21 novembre” è stato accusato dallo storico corrispondente da Bruxelles del suo stesso quotidiano, Ivo Caizzi, di pubblicare in prima pagina una notizia “inesistente” oltre che “tecnicamente impossibile per quella data”. Insomma una fake news. Caizzi, che sul tema ha sollecitato il sindacato dei giornalisti del suo giornale, sostiene che aveva invece provato a spiegare, forte delle sue fonti europee, che il governo stava trattando e che un accordo – come poi è stato – sarebbe arrivato. La storia, bisogna dire, gli ha dato ragione. Ecco allora che l’accusa di Caizzi, rilanciata da un sito sindacale, è finita anche sul “Blog delle stelle” ed ha alimentato un velenoso ma dettagliato articolo di Marco Travaglio che ha enumerato tutte le previsioni contenute nelle analisi di Fubini che non avevano poi trovato riscontro nella realtà. Insomma un polverone tale da far scendere in campo a difesa del suo vice anche il direttore del Corrierone, Luciano Fontana, per ricordare che i quei giorni il confronto tra Roma e Bruxelles era davvero ai ferri corti.

L’informazione che insegue il futuro

Uno dei nodi è questo: per un giornalista è fortissimo il desiderio di saper raccontare quel che accadrà, partendo da quel che sta accadendo. Interpretare il futuro è uno dei ruoli dei media. Una notizia da prima pagina – insegnava nel passato un famoso direttore del Washington Post – è quella che cambia la vita nel

futuro. Ecco allora che lo sguardo di un bravo giornalista deve saper essere non al passo con i tempi, ma un gradino avanti. Come? Partendo dall'attualità, dal dato reale, dai fatti. Perché se ci si esercita solo nell'immaginare il futuro c'è un rischio grosso: talvolta quel che appare inevitabile in un determinato momento potrebbe poi non concretizzarsi. Ma, poiché esistono tanti tipi di giornalismo, bisogna registrare anche un cambiamento che sottilmente sta interessando l'informazione primaria, quella delle agenzie di stampa. Proprio recentemente, ad un corso organizzato dalla LUISS per formare alcuni comunicatori, la responsabile del desk italiano dell'Agenzia Bloomberg ha raccontato come il ruolo delle agenzie di stampa stia cambiando. Bloomberg è un'agenzia di stampa che utilizza un sistema editoriale su cui, in tempo reale, si aggiornano prezzi di azioni, titoli, bond, monete: è una delle piattaforme su cui lavorano anche i trader di banche e società di investimenti che operano nei mercati. Lo stesso accade per Reuters. Fino a poco tempo fa queste agenzie internazionali controllavano anche i secondi, non solo i minuti, con i quali un'informazione arriva agli utenti. Ora, invece, il ruolo sta cambiando e l'agenzia di stampa sta acquistando anche una funzione di certificazione. Inutile cercare di bruciare i tempi. Le voci di borsa, anche grazie ai social, talvolta arrivano prima a chi opera sui listini e solo dopo a giornalisti: la piattaforma Bloomberg è diventata così lo strumento attraverso il quale il trader, tramite una chat interna, chiede al giornalista la conferma di una indiscrezione. Chiaramente la voce solo dopo le opportune verifiche si trasforma in notizia, trasformando quella che era una potenziale bufala in una news certificata.

Così anche in tempi di social, nei quali la disintermediazione informativa sembra imperante, il ruolo del giornalista, di verifica sulle fonti, continua a rimanere strategico. Soprattutto se, con tutti gli adeguamenti necessari per stare al passo con i tempi, continua a rimanere un mestiere artigianale nel quale più che le opinioni alla fine contano i fatti.

FAKE DEI NON ALLINEATI E VERITÀ *MAINSTREAM*: QUELLO CHE NON CI RACCONTANO I GRANDI GIORNALI

Davide Malacaria

Notista di politica internazionale

La controversia sulle Fake news è nata dopo le elezioni di Trump. Secondo una narrativa alquanto diffusa, infatti, sarebbe stata proprio la diffusione massiva di tali notizie a favorirne la vittoria. Narrativa singolare, che di fatto derubrica gli elettori di Trump a creduloni, in opposizione agli illuminati elettori del campo opposto. Ma al di là della controversia elettorale americana, resta che da allora il tema delle Fake è diventato una vera e propria ossessione.

A produrre Fake, secondo una narrativa alquanto diffusa, sarebbero siti e blog altri da quelli *mainstream* (la dizione “alternativi”, pur rivendicata da alcuni, è limitativa), i quali hanno nei social un moltiplicatore. Da qui nascerebbe l’esigenza di un controllo del web. Al contrario, i giornali a tiratura nazionale, quelli che producono informazione *mainstream*, sarebbero portatori di una informazione corretta, dal momento che rispetterebbe standard ignoti ad altri. Standard in realtà alquanto generici e che discendono da non meglio precisati valori di riferimento. Ad esempio, riportare solo fonti ufficiali – come accade per gli avvenimenti legati al Terrore – è corretto? O mestiere del giornalista non è piuttosto interpellarsi e interpellare sulle stesse?

Ma al di là, quel che ne risulta è una informazione che ha certo carattere dogmatico, con conseguente stigmatizzazione dei reprobri eretici. Peraltro in palese contraddizione con il principio che vede nella “libertà di informazione” una delle basi fondanti

la democrazia e un presidio di libertà, come da rivendicazione dei media *mainstream* quando sono oggetto di critica.

Aldo Moro “Antelope Cobbler”

Premesse a parte, val forse la pena iniziare accennando a quella che riteniamo sia la più tragica Fake della storia repubblicana, quando, nel terribile '78, un quotidiano italiano titolò in prima pagina la notizia che l'Antelope Cobbler era l'onorevole Aldo Moro. Nome in codice ideato oltreoceano, l'Antelope in questione era il fantomatico burattinaio di una storia di tangenti legate all'acquisto di velivoli della Lockheed Martin da parte dello Stato italiano. L'accusa ad Aldo Moro fu pubblicata, purtroppo (o per fortuna: la campagna contro lo statista sarebbe presumibilmente proseguita), in una data funesta, il 16 marzo: proprio quel giorno l'esponente politico democristiano veniva rapito dalle Brigate rosse. Le copie furono subito ritirate dalle edicole e la cosa finì là.

Non citiamo il caso per riesumare tragici errori del passato, né per stigmatizzare un giornale specifico, ché di topiche è piena la storia del giornalismo. Solo per evidenziare che la propalazione di Fake non inizia con Trump e non riguarda solo l'informazione diversa da quella *mainstream*. E se è vero che oggi il web agisce da moltiplicatore delle Fake pubblicate da siti e blog diversi dall'informazione antica e accettata, produce lo stesso effetto per quelle prodotte da quest'ultima.

Non abbiamo iniziato per caso dal tema del sequestro e dell'assassinio dell'onorevole Aldo Moro. Siamo nella ricorrenza dei quarant'anni da quel tragico evento, che ha segnato in maniera nefasta e in certo senso irrevocabile la storia nazionale e internazionale. Reputiamo opportuno farvi un doveroso cenno.

Sul “caso Moro” abbiamo una narrazione ufficiale. Sappiamo tutto, più o meno. E non sappiamo nulla. L'ultima “Commissione d'inchiesta parlamentare sul rapimento e sulla morte dell'onorevole Aldo Moro” ha concluso i lavori al termine del 2017, dichiarando che ciò sappiamo è in realtà solo il “dicibile”.

Quindi esiste una realtà “indicibile” che sfugge. Quel che è ormai certo è che le dichiarazioni dei brigatisti pentiti e dissociati si sono rivelate più che mendaci, anche se sono ancora struttura portante di una narrazione ufficiale Fake (non esistono solo Fake-news, ma anche narrazioni Fake... annotazione che ha certa importanza).

Tanto c'è ancora da sapere sulla tragica vicenda e riteniamo che sia doveroso per un giornalista continuare a porre e porsi domande. Domande che spesso nel passato, e non solo nel passato, sono state derubricate a dietrologie, o peggio, dai custodi della narrativa ufficiale. Non si intende in tale sede ripercorrere il cosiddetto “caso Moro”. Accenniamo, però, alla fase conclusiva della triste vicenda, che poi è la più importante, la chiave di volta per comprendere quanto accaduto allora.

L'onorevole Giuseppe Fioroni, presidente della Commissione d'inchiesta citata, ha affermato: “Abbiamo fatto insieme ai RIS delle prove di sparo in Via Montalcini, 8 (...) è vero, tecnicamente non si può escludere che la modalità che raccontano i terroristi sia potuta avvenire in quel garage ma è terribilmente improbabile. Il rischio a cui sono stati esposti i brigatisti per farlo lì nella modalità che hanno detto loro è assolutamente improbabile”. “Assolutamente improbabile”. *Ci fermiamo qui, perché l'indicibile è ancora tale, almeno finché i “responsabili del segreto” – per parafrasare un cenno del Memoriale Moro – avranno ancora il potere di custodirlo e alimentare la narrazione “dicibile” con l'usata ferocia.*

La psicosi dell'antrace e le missive dinamitarde nelle elezioni di Midterm

Così andiamo a Fake più recenti, di natura internazionale. Poco prima delle elezioni di Midterm svolte negli Stati Uniti nel 2018, una pagina di cronaca nera ne ha richiamata un'altra. Nello specifico ci riferiamo alle missive dinamitarde inviate ad alcuni esponenti politici e taluni giornali Usa, che hanno agitato l'ultima fase della campagna elettorale. Caso poi risolto con

l'arresto del mittente. La vicenda ha fatto riemergere all'attenzione internazionale un caso analogo, ovvero le lettere all'antrace spedite a esponenti politici e istituzionali, americani e non (ne giunsero anche in Italia), dopo gli attentati multipli dell'11 settembre 2001 che hanno funestato l'America e il mondo. Una minaccia che durò mesi, quella dell'antrace. E che i media internazionali attribuirono ad al Qaeda, più o meno in combinato disposto con Saddam Hussein.

Il mistero di quelle lettere sembrò chiarirsi solo nel 2005 quando l'Fbi incriminò un oscuro ricercatore di un laboratorio americano, Bruce Edwards Ivins, il quale però morì suicida nel 2008, chiudendo la vicenda. Ma anche se nulla è stato accertato è palese che la pista seguita dall'FBI era interna e nulla c'entrava Saddam o al Qaeda, come erroneamente indicato per anni da tanti – quasi tutti – media mainstream d'Occidente. Al di là del mistero dell'autore, o degli autori, delle lettere assassine, resta che la psicosi antrace rimase nell'immaginario collettivo americano a lungo. Tanto che quando nel 2003 il segretario di Stato Usa Colin Powell, nello show all'Onu nel quale fu costretto dall'amministrazione Usa a esibire “prove” inconfutabili delle armi di distruzione di massa di Saddam, usò proprio di quella psicosi.

Così Powell: “Quando l'Iraq ammise finalmente di avere queste armi [biologiche] nel 1995, ne aveva in grande quantità [...] Meno di un cucchiaino di antrace in polvere, un po' meno di questa quantità [e mostra una fiala contenente polvere bianca] – questo è più o meno un cucchiaino – meno di un cucchiaino di antrace in polvere in una lettera fece chiudere il Senato degli Stati Uniti nell'autunno del 2001. Molte centinaia di persone furono costrette a ricevere cure mediche di emergenza e due impiegati degli uffici postali furono uccisi solo a causa di questa [modica] quantità, più o meno, chiusa dentro una busta”.

Insomma la Fake delle buste all'antrace di Saddam, propalata allora, tornò utile. Il fatto è che le Fake sono un po' come il maiale: non si butta niente.

Da Saddam ad Assad la storia si ripete

Dalle armi di distruzione di massa di Saddam a quelle di Assad. La storia ha il vizio di ripetersi, dato che anche per la guerra siriana le armi di distruzione di massa sono state motivo di reiterati interventi militari in Siria da parte degli Stati Uniti e loro alleati. Tralasciamo gli altri attacchi chimici avvenuti in territorio siriano, e le relative controversie, ed esaminiamo quello del 7 aprile 2018 avvenuto nel quartiere damasceno di Ghouta, per l'esattezza nell'aera denominata Douma.

Tale attacco attirò gli usuali raid punitivi dell'Occidente, rischiando peraltro di innescare un conflitto diretto con Mosca, dal momento che i russi avevano dichiarato che avrebbero reagito nel caso fossero state superate determinate linee rosse. L'asserito attacco chimico di Douma, circa 50 le vittime, fu documentato, come altri, da un filmato diffuso subito in tutto il mondo, che rimandava immagini di volontari e medici intenti a soccorrere bambini, vittime di asserite tossine chimiche, presumibilmente un agente nervino o, in subordine, cloro.

Come accaduto per altri attacchi chimici avvenuti in Siria, diversi analisti, ma stavolta anche alcuni cronisti di giornali *mainstream*, si posero una domanda ricorsa in passato: perché Assad avrebbe dovuto usare armi chimiche, che certo gli avrebbero attirato una ritorsione internazionale? Domanda alla quale analisti ingaggiati risposero, come al solito, asserendo che si trattava di una sfida all'Occidente e che era un modo per incutere terrore nei combattenti nemici. Spiegazione alquanto discutibile, usata spesso da altri analisti ingaggiati in altre guerre neocon (Iraq, Libia), dal momento che gli svantaggi di esser spazzati via da una ritorsione superano di molto gli asseriti, ipotetici, vantaggi sui nemici, peraltro risultati inesistenti. E che la sfida all'apparato militare d'Occidente accreditate a Saddam e Gheddafi hanno avuto esiti che il governo di Damasco certo non ignorava.

Altri, invece, si posero una domanda suscitata da filmati di altri asseriti attacchi chimici pregressi, diffusi dai cosiddetti ribelli siriani: com'è possibile soccorrere una persona intossicata dal

sarin a mani nude e senza mascherina e uscirne vivi, stante la sua alta tossicità? Il sarin, come altri agenti nervini, si propaga per inalazione o contatto. La sua alta tossicità ha letteratura solida. Gli agenti nervini, riferisce uno dei tanti siti scientifici che ho consultato, sono “in grado di uccidere con pochi milligrammi o perfino con qualche centesimo di mg di materiale assorbito per kg di massa corporea”.

Il sarin ha inoltre un effetto massivo. Per fare un esempio, quando Saddam usò il sarin morirono intossicate oltre 5mila persone. Si era al tempo della guerra Iran-Iraq, con gli Stati Uniti allora schierati a sostegno del Rais di Baghdad. Saddam usò il gas sui curdi iracheni che avevano tradito in favore di Teheran. Fu un'ecatombe, appunto, data l'alta tossicità dell'agente nervino. Ma al di là del pregresso, va precisato che l'attacco punitivo contro Damasco fu avviato prima che l'Organismo per la proibizione delle armi chimiche iniziasse le indagini. E fu giustificato da fonti di intelligence che assicuravano l'impiego da parte dell'esercito siriano di sarin e/o cloro. I servizi di informazioni francesi furono particolarmente accurati, rendendo pubblico un report che assicurava sul punto.

Nel contesto delle controversie successive all'attacco, i russi pubblicarono video con alcuni dei bambini immortalati nel filmato dei ribelli, i quali spiegavano di essere stati ingaggiati e portati nel luogo delle riprese con la scusa di una distribuzione di alimenti. Tutto finto, come confermava, sempre nel video diffuso da russi, il medico dell'ospedale immortalato nel filmato diffuso dai ribelli siriani. Propaganda, forse. Quel che però è più bizzarro riguarda il cosiddetto Osservatorio siriano per i diritti umani. Tale strano organismo è composto da una sola persona che vive a Londra, le cui fonti sono i cosiddetti ribelli anti-Assad. Il sito, per le sue notizie accurate, è stato considerato come una sorta di oracolo della guerra siriana. E, in quanto tale, interpellato e ripreso da tutti.

Tale organismo è stato accusato di propalare Fake. Ci limitiamo a registrare che si tratta di una fonte dichiaratamente di parte, ovvero funzionale al regime-change siriano. E, in quanto tale, avrebbe dovuto essere maneggiata con la cautela del caso. Così

non è stato, stante che i suoi report erano verbo inconfutabile. Ma al di là delle domande sulla narrazione del conflitto siriano, le cui dinamiche propagandistiche risultano alquanto banali e in linea con le precedenti guerre neocon (Iraq, Libia), resta che il giorno dell'attacco di Douma, consultando l'oracolo in questione, si notava una netta discrasia rispetto alla narrazione *mainstream*.

Nelle note dedicate all'attacco di Douma, l'oracolo riportava notizia di bombardamenti, ma non di un attacco chimico, non accennava neanche all'uso di gas. Un solo cenno, fugace, a cinque vittime che sarebbero rimaste "intossicate". Bambini purtroppo, tale è l'orrore della guerra, in Siria come in Yemen, i cui morti bambini sono stati dimenticati per anni dai media *mainstream* perché lì a bombardare erano i sauditi, che hanno il petrolio e sono alleati dall'Occidente... la storia di questa interessata omissione, che il risveglio tardivo dei media non cancella, insegna che la disinformazione ha tante facce, non solo le Fake news. E la censura, ché questo è il termine tecnico di un'omissione interessata di informazioni, può esser realizzata, evidentemente, solo dalla stampa *mainstream*, quella che informa il grande pubblico. Mentre i siti altri da quelli ufficiali possono rappresentare, in questo caso, oasi di libertà.

Ma al di là del tragico oblio yemenita, torniamo all'oracolo: l'Osservatorio siriano per i diritti umani, nonostante la sua irriducibile avversione ad Assad e le sue fonti nel territorio, non registrò il presunto attacco chimico. Né in quel giorno né nei successivi. Magari più in là avranno forse aggiunto qualcosa, ma in quella settimana, nonostante riportasse notizie dettagliate su tutti gli scontri che avvenivano in Siria, non c'era nulla di nulla. Solo il fugace cenno di cui sopra.

Dimenticanza, forse. Resta che, dopo i bombardamenti occidentali approda in Siria Robert Fisk. Il celebre giornalista britannico giunge a Douma e intervista il dottore dell'ospedale immortalato nel filmato che provava l'atrocità del governo di Damasco. Interpellato, il dottore negava che ci fosse stato un attacco chimico. In realtà, spiegava, il bombardamento aveva sollevato molta polvere e alcuni civili rintanati nei rifugi erano rimasti

“intossicati”, come da cenno oracolare. Questa e non altra la causa delle crisi respiratorie da lui riscontrate su quei bambini.

Non solo il reportage di Fisk. Finalmente, dopo tante traversie, gli ispettori dell’Organismo internazionale per la proibizione delle armi chimiche raggiungono Douma. Fanno le ispezioni del caso e nel loro report dichiarano che “nessun agente nervino” né suoi “prodotti di degradazione sono stati rilevati nei campioni ambientali o nei campioni di plasma prelevati da presunte vittime”. Gli ispettori riscontrano altresì tracce di cloro, in particolare in due siti, magari quelli indicati dai russi e siriani, che dopo l’attacco di Douma avevano diffuso foto e video di barili di cloro nascosti nei bunker dei cosiddetti ribelli. Ma forse anche questa è propaganda e magari il cloro è stato usato davvero dall’esercito siriano.

Così torniamo ai filmati che hanno fatto il giro del mondo. Abbiamo guardato e riguardato quel filmato, cosa che invitiamo a fare anche ad altri. E, osservandoli, abbiamo notato un particolare: i bambini hanno gli occhi bianchi o, a tutto concedere, appena arrossati. Ora, per fare un esempio elementare, se si fa un bagno in piscina senza appositi occhiali di protezione, gli occhi si irritano. E non poco. Ci è difficile immaginare che un ordigno al cloro possa danneggiare gli occhi meno di un bagno in piscina... Insomma, l’attacco chimico di Douma ha tutte le caratteristiche di una Fake. Ma dirlo, scriverne o semplicemente ipotizzarlo è cosa critica.

Si rischia di essere marchiati come propalatori di Fake, di avere una qualche “intelligenza” col nemico, in tal caso Putin o Assad. Un po’ quel che accadeva al tempo, quando qualcuno aveva provato a mettere in discussione le famose armi di distruzione di massa di Saddam e la sua pericolosità per il mondo. L’esempio era solo per indicare come le Fake non siano appannaggio esclusivo dei siti di informazione altra da quella mainsetram.

Il rischio dell’informazione in poche mani

La via del controllo di tali siti e blog per perseguire asseriti autori di Fake è ad alto rischio: può facilmente trasformarsi in strumento per tacitare voci discordi. Anche perché su temi

particolarmente sensibili, come ad esempio i conflitti, tali voci danno particolarmente fastidio.

Ho iniziato ricordando l'onorevole la triste vicenda dell'onorevole Aldo Moro, termino ritornando a lui e riportando un altro passo del cosiddetto Memoriale: "Il Paese è così dominato da cinque o sei testate. Questi giorni hanno dimostrato come sia facile chiudere il mercato delle opinioni. Non solo non troverai opinioni, ma neppure notizie [...] Infatti, su 20-25 seri giornali è difficile bloccarli; su 5 6 sì". Questo il rischio che si corre se l'informazione "appartiene" a poche testate. Se cioè si chiude il "mercato" dell'informazione apponendo il marchio d'infamia, o di Fake, all'informazione che deraglia dai ristretti binari dell'informazione *mainstream*. Peraltro, sarebbe interessante interpellarsi su criteri, giudici e giuria atti a imporre tale marchio.

Certo, qualcosa si può e si deve fare per evitare certa violenza verbale e la delinquenza (traffici vari, terrorismo) che scorrono nel web, chiaro e oscuro (l'abisso di darknet, mai contrastato). Anche se è davvero bizzarro che tali minacce e crimini non abbiano mai suscitato un'analogica campagna per avviare un controllo del mare virtuale. Ma al di là delle bizzarrie del caso, se controllo deve esserci, ci sia su tutto e con molto giudizio. E con organismi e tutele che impediscano che ciò avvenga in maniera strumentale, ovvero sia usato per imporre una restrizione della libertà di informazione, della quale devono beneficiare tutti, non solo i padroni dell'informazione e della narrazione.

Un'annotazione finale: se le voci discordi da quelle *mainstream* producono necessariamente informazione Fake, come da odierna narrazione, vuol dire che, all'opposto, l'informazione *mainstream* produce necessariamente qualcosa che si avvicina alla Verità, L'organo d'informazione ufficiale dell'Unione sovietica si chiamava la "Pravda". "Verità", appunto.

LA MADRE DI TUTTE LE “BUFALE”: LE ARMI DI DISTRUZIONE DI MASSA DI SADDAM HUSSEIN E L’INTERVISTA SCOMPARSA

Alberto Negri
*Già inviato del Sole 24 Ore,
editorialista di varie testate*

La madre di tutte le “fake news” fu certamente la storia delle presunte armi di distruzione di massa del dittatore iracheno Saddam Hussein. Quelle armi, che dovevano giustificare la guerra del 2003, non furono mai trovate e hanno continuato a fare vittime molti anni dopo.

Come nascono le “bufale” americane?

È il novembre 2015 quando France 5, canale pubblico di informazione, invia una giornalista a intervistare Ahmad Chalabi, l’uomo politico scelto da Washington per guidare l’Iraq dopo la caduta di Saddam Hussein nel 2003: Time gli dedicò allora una cover story intitolata al “George Washington iracheno”.

La parabola politica di Chalabi è nota, un po’ meno chiaro è come contribuì alla guerra e persino la sua fine lascia più di qualche dubbio.

Fu lui il grande ispiratore della madre di tutte le bufale: le armi di distruzione di massa irachene.

L’intervista con France 5 si rivela laboriosa. La giornalista alla fine riesce a ottenere il sospirato incontro: è il tardo pomeriggio del 2 novembre del 2015. Le domande sono riferite quasi tutte a una questione. Come fu costruito il dossier americano che imputava a Saddam il possesso di un arsenale chimico e biologico che non fu mai trovato e costituì una delle basi legali

all'intervento militare che ha segnato l'inizio della disgregazione del Medio Oriente?

Quando la tv francese mi ha raccontato la storia di questa intervista ha ovviamente sollevato il mio interesse. Come inviato seguivo sul campo gli eventi mediorientali da oltre 35 anni e in Iraq ho trascorso molto tempo, in particolare oltre cinque mesi di fila tra la fine del 2002 e la primavera del 2003 quando cadde il regime baathista.

L'arsenale di Saddam era materia di articoli quasi quotidiani. Eravamo inondati da centinaia di pagine di rapporti del dipartimento di Stato, del Pentagono di think tank Usa e britannici. Faldoni enormi, densi di dati e di riferimenti: per sfogliarli ogni giornalista all'epoca spese intere settimane.

A Baghdad l'arsenale proibito di Saddam si "materializzò" davanti agli occhi dei reporter, come in un gioco di prestigio. Squadre di ispettori dell'ONU percorrevano l'Iraq alla ricerca di prove. Nella capitale sbucavano su jeep bianche con la bandiera delle Nazioni Unite, entravano negli edifici del regime e ne uscivano con montagne di incartamenti. Erano quelle le prove?

Talvolta i giornalisti erano invitati a verificare le accuse.

Gli hacker russi, Joe Biden, Renzi e le prove contro Lega e Cinquestelle

Fu così che un giorno andai a Falluja dove in una spianata sassosa si potevano vedere delle strutture di metallo assai sghembe, che sembravano disegnate un geometra distratto: ci fu detto che erano rampe di lancio di missili da armare con testate chimiche. Eppure i famosi Scud di Saddam, sottoposto a sanzioni da oltre 12 anni, dovevano essere quasi tutti spariti da tempo. Infatti durante la guerra non vennero mai usati.

Le accuse potevano sembrare credibili. Nel 1988 avevo visto i sopravvissuti di Halabja, la popolazione curda irachena colpita dai gas di Baghdad che avevano fatto cinquemila morti. Ricordavo benissimo che allora nessuno aveva rivolto alcuna accusa al regime perché combatteva contro l'Iran di Khomeini,

osteggiato da tutta la comunità internazionale. Tutti allora vendevano armi a Baghdad e le monarchie del Golfo finanziarono la guerra contro l'Iran con oltre 50 miliardi di dollari: la ragione principale per cui alla fine del conflitto l'Iraq era strangolato dai debiti, circa 90 miliardi di dollari, e con un prezzo del petrolio in ribasso fu spinto all'invasione del Kuwait nell'agosto 1990.

Per costruire delle menzogne credibili serve sempre un fondo di verità e Saddam aveva una fedina piuttosto lunga che non deponeva a suo favore. Il regime negava tutto.

Nel febbraio del 2003, mentre aspettavamo l'attacco americano, il braccio destro di Saddam, Tarek Aziz, che avevo incontrato diverse volte, mi invitò nel suo ufficio. Davanti alla scrivania aveva una montagna di carte da firmare mentre la tv, sintonizzata su CNN, trasmetteva il discorso del segretario di stato Colin Powell alle Nazioni Unite: stava mostrando le prove della famosa "pistola fumante", le foto satellitari delle armi di distruzione di massa.

Chi gliel'aveva date? Il capo della National Geospatial Intelligence Agency, James Clapper, lo stesso che come direttore della NSA molti anni dopo ha portato le prove dell'interferenza degli hacker russi nelle elezioni presidenziali americane.

Forse anche Joe Biden, l'ex vicepresidente americano, si è servito da lui per scrivere l'articolo su "Foreign Affairs" sui presunti tentativi d'ingerenza della Russia nell'esito del referendum costituzionale del 4 dicembre 2016, aggiungendo che Mosca "stava aiutando la Lega e il Movimento 5 Stelle in vista delle prossime elezioni parlamentari italiane".

Brava persona Biden ma non si era neppure accorto che l'ex presidente del Consiglio Renzi andò da Obama alla Casa Bianca per farsi appoggiare nel referendum costituzionale: si vede che le interferenze degli altri sono sempre peggiori delle proprie. Un po' sprovveduto però Biden doveva esserlo. Da vicepresidente Usa in un discorso accusò il leader turco Erdogan di essere complice dell'Isis. Poi dovette scusarsi e nell'agosto 2016 andò ad Ankara dove lui stesso lanciò l'ultimatum ai curdi siriani di

ritirarsi a Est dell'Eufrate, cioè minacciò ci colpire i più strenui alleati degli Usa nella lotta al Califfato e nell'assedio di Raqqa.

Falsi rapporti

Ma torniamo in Iraq. Tarek Aziz, allora, continuò a sfogliare le carte senza alzare lo sguardo alla tv e gli chiesi cosa ne pensasse del discorso di Powell. “Credo – disse – che ci faranno la guerra anche se gli consegneremo l'ultimo dei nostri kalashnikov”.

Come è stato possibile costruire il dossier contro l'Iraq di Saddam? “Semplice – ha risposto Chalabi alla giornalista di France 5 – gli americani già nel 2001-2002 mi chiesero riferimenti e persone che avrebbero potuto essere utili a costruire un'accusa sulle armi di Saddam e io ho fornito agli Stati Uniti questi elementi: non mi sento colpevole, sono stati gli americani poi a trarre le conclusioni”.

Ora sappiamo, anche in base al rapporto di John Chilcot, presidente della commissione d'inchiesta britannica, che l'intervento militare Usa in Iraq del 2003, sostenuto caldamente da Tony Blair, era basato su falsi rapporti.

La giornalista di France 5 poteva ritenersi soddisfatta: l'intervista a Chalabi era costata mesi di attesa.

Il giorno seguente all'incontro con Chalabi, il 3 novembre 2015, stava esaminando nella sua stanza d'albergo a Baghdad il materiale raccolto.

La notizia arrivò all'improvviso: Chalabi era stato appena trovato morto, apparentemente vittima di un attacco di cuore. Nel filmato ammetteva la sua complicità nella raccolta delle false accuse contro Saddam sulle armi di distruzione di massa e faceva dei nomi: ma questa era stata la sua ultima intervista. Alla giornalista non restò che correre in aeroporto e dileguarsi con il primo volo utile per Beirut. Di solito questi non sono buoni segnali.

La madre di tutte le bufale è nata dentro al sistema politico e di propaganda anglo-americano che non ha mai smesso di produrre la “verità del momento” più utile e strumentale. E gli altri, come i russi o cinesi, hanno cominciato a imitarlo. Non solo, ha

continuato a sostenerla e oggi il sistema che produce bufale può godere dell'aiuto dei social network, di Facebook, di Twitter, di centinaia di siti e blog le cui notizie sono spesso false o inverificabili.

Non c'è più bisogno di inviare come un tempo ai giornalisti voluminosi faldoni che davano al tutto una parvenza di serietà: basta andare sul web e la verità del momento si diffonde come un virus.

Le fake news americane – come del resto quelle inglesi, francesi, russe o italiane – non conoscono vergogna o pentimenti. Donald Rumsfeld, l'ex segretario di stato americano, interpellato sulle armi di distruzione di massa in Iraq e la mancanza di fondamento di quelle accuse, ha proclamato: “L'assenza di una prova non è la prova di un'assenza”. La madre delle bufale non si stanca di lavorare.

LA RUSSIA ALLA GUERRA DELL'INFORMAZIONE TRA LA "TRADIZIONE" DELLA GUERRA FREDDA E LA NUOVA *SPETS-PROPAGANDA*

Michela Iaccarino

Giornalista e inviata, esperta est Europa

Se il presidente Vladimir Putin passerà alla storia del suo paese come l'uomo che ha risollevato il suo popolo in ginocchio, che ha fermato la guerra in Siria, ha sottratto la sorella minore della Russia – l'Ucraina - all'abbraccio letale della Nato alle porte baltiche e ha pacificato la Cecenia, è perché la Russia ha solcato il nuovo millennio con il passo veloce dell'ex agente dei servizi segreti il 31 dicembre 1999, primo anno di Putin al vertice del potere russo. Da allora, anno dopo anno, l'aura della sua figura, come quella della Federazione che dirige da astro principale della galassia degli apparati, ha continuato a espandersi. In gran parte il suo potere è basato sull'immagine che ha imparato a proiettare negli anni. Un'immagine che ha le sue basi nella narrazione alimentata e propagata da un sistema di informazione molto più longevo del suo mandato e che affonda le sue radici nella storia sovietica e russa.

Per spiegare l'oggi bisogna procedere nella cronaca storica come granchi, per passi indietro. Nell'anno in cui Putin diventa presidente, il giornalista Dmitry Kiselyov, alla tv TVZ, diceva: "non tutte le persone che guardate sugli schermi si possono chiamare giornalisti, ci sono i giornalisti e gli agitatori, un giornalista deve avere etica". Oggi Kiselyov è uno degli uomini più potenti di Mosca.

Dal 2013, nominato da Putin in persona, siede a capo dell'agenzia di notizie internazionale del Cremlino, *Rossja Sevodnja*, colosso mediatico che racchiude sotto il suo ombrello,

tra le altre, la tv RT, la piattaforma di notizie e radio Sputnik, di cui è capo redattrice Margherita Simonyan. Nel 2016 Kiselyov ha chiamato “disarica” quella BBC che ha definito lui “chief propagandist”, capo propaganda di Putin. Oggi la Russia vede ogni sera la sua trasmissione *Vesti Nedeli*, “notizie della settimana”, e sono soprattutto notizie che riguardano l’uomo che ha nella *familia*, nel cognome, la parola “viaggio, percorso”: *put*, Putin.

In Russia, e negli ultimi anni anche all’estero, il presidente viene dipinto più che raccontato, dai media a lui vicini, come l’uomo del “viaggio”, del percorso, protagonista messianico e fatale del destino russo. Analizzare la narrazione riguardo il presidente è percepire il racconto dell’informazione generale in Russia. Il metodo della diffusione dell’informazione russa si basa essenzialmente su due pilastri: semplificazione delle notizie, riduzione della complessità degli eventi, ripetizione delle stesse con una voce sola.

La diffusione delle informazioni in Russia è una disciplina. Forse oggi si parla impropriamente di fake news in arrivo dalla Russia per influenzare gli Stati occidentali. Si dovrebbe invece analizzare la tradizione della propaganda sovietica e il tentativo attuale di russificazione del pensiero occidentale messo in atto da Mosca. La o le fake news non sono una singola notizia falsa, ma una nebulosa mediatica in cui tutto è vero o falso, tutto è parzialmente riportato oppure omesso, una metodologia informativa più che l’informazione stessa. In questo gioco del caos è la percezione stessa del reale ad essere plasmata.

Una delle sue rarissime interviste Kiselyov nel 2012 l’ha concessa proprio all’emittente britannica: “Se io faccio propaganda, la fate anche voi. Se voi lavorate professionalmente, siamo colleghi. L’era del giornalismo neutrale è finita”. Lo ha detto ad alta voce: “il mio giornalismo, come quello della BBC, non è neutrale. Il giornalismo obiettivo è un mito, un inganno, una propaganda”. La propaganda vera, provoca Kiselyov, è dire che il giornalismo neutrale esiste davvero.

Il mastodontico apparato di media di cui è capo parla quasi 40 lingue simultaneamente e trasmette via radio, tv, piattaforme

web. Con squadre di traduttori, giornalisti, presentatori irradia notizie dalla Capitale russa verso il resto del mondo 24 ore su 24. La strategia di diffusione della versione della poliglotta Mosca non è cambiata dal secolo scorso, lo ha fatto solo la tattica, evolutasi con i tempi e gli strumenti forniti dall'era digitale. Il sistema della macchina narrativa del Cremlino è più complesso di quello che si crede da Bruxelles a Washington.

L'apparato: le truppe dell'informazione di Putin

“Le strade di Leningrado mi hanno insegnato una cosa, cinquant'anni fa: se la lotta è inevitabile, colpisci per primo”. Vladimir Putin l'ha detto al dodicesimo incontro di Valdai, andato in onda su RT, la tv del Cremlino che ne diffonde la versione dei fatti in lingua inglese, il 22 ottobre 2015, un paio di settimane dopo il suo compleanno. Se chiedi a Decodex – uno dei siti debunker apparso durante la campagna elettorale francese 2017 – che cos'è RT, ti risponde che è “la tv multilingua di Mosca” e specifica: “una catena di TV associata al Cremlino, finanziata dal potere russo, creata nel 2005 per dare un'immagine favorevole a Vladimir Putin. Il media può presentare prodotti di qualità, ma presenta solo e sempre informazioni favorevoli a Mosca”. Nel gioco delle narrazioni incrociate e nella guerra dell'informazione degli ultimi 20 anni, allora si può dire che Mosca ha colpito per prima, ritenendo vitale far risuonare la sua versione della storia nel mondo, nient'altro che il vecchio: *Govorit Moskva*, parla Mosca.

“Parla Mosca” era l'incipit delle trasmissioni della radio sovietica che risuonava, in pace e in guerra, dagli altoparlanti dell'Urss, per mobilitare i cittadini in caso di attacco nucleare, in caso di *ugroza*, minaccia straniera, ma anche per tenere alto lo spirito del popolo. “*Vrag budet rasbit*, il nemico sarà sconfitto, *pobeda budet za nami*, la vittoria sarà nostra”. È un messaggio che Mosca ripete da allora. Oggi lo fa con tv, radio e giornali, ma soprattutto piattaforme web. I nuovi altoparlanti sono computer e schermi digitali. Stanno dentro quegli austeri e grigi blocchi

sovietici, che sembrano mammut di cemento dove le porte sembrano sempre troppo piccole, i piani fatiscenti. Invece dentro, le stanze sono nuove, coloratissime da strisce di news che scorrono sui pannelli sui muri, strumenti di ultima generazione.

I grandi media riportano negli ultimi anni della diffusione a tappeto delle fake news – nel loro terreno più florido, internet – ma è solo ritornata, con più poteri, mezzi e investimenti di prima, la ben rodada metodologia del sistema soviet del Novecento. Come funziona tutto questo e perché tutto convoglia nel volto di un uomo solo in cui ha deciso di specchiarsi in questo momento storico il Paese, lo ha sintetizzato in una frase lo scrittore Viktor Erofeev: “al mondo ci sono i bulli e ci sono i romantici. Putin, coniugando in sé entrambe le figure, ha sedotto il popolo russo per una semplice ragione: è uno di noi”. Ma non è un sistema che tramonerà con questo presidente. Quando allo scrittore è stato chiesto se la Russia cambierà senza Putin, se il sistema si evolverà diversamente, Erofeev ha usato una parola che i russi rivolgono spesso agli europei: pensarlo è “*naive*”, naif. La propaganda russa non esiste perché c’è Putin, ma viceversa, come è accaduto a molti dei leader sovietici, poi russi suoi predecessori, Putin esiste attraverso la sua propaganda.

Guerra delle narrazioni, non narrazione della guerra

Per capire la “propaganda russa” nel mondo e la sua diffusione in Europa e America negli ultimi anni è bene rovesciare la prospettiva per percepire l’essenza della propaganda russa in Russia. Nel mondo dell’informazione russo il potere è soggetto cardine, la fonte e la materia prima stessa dell’informazione, come la bambola più esterna ma anche più interna della *matrioska* della politica russa e della storia del Paese.

La costruzione della narrazione del Cremlino, riportata sia all’interno che all’esterno dei confini russi, richiede disciplina, riservatezza e dedizione. Mosca combatteva da tempo la guerra dell’informazione, ma il 22 febbraio 2017 – un giorno prima delle celebrazioni del Giorno del Difensore della Patria – ha

anche deciso di dichiararla. Al dipartimento del Ministero della Difesa l'hanno chiamata proprio per quel che è: *voinà*, guerra. Anche questa, come quelle dei campi di battaglia, non è convenzionale, ma asimmetrica.

"Dobbiamo smettere di giustificarci" e condurre operazioni offensive e non solo difensive. Il generale russo Yuri Balyevskij ha detto che è in atto "una lotta per il controllo della mente e la coscienza di massa delle persone". La vittoria nel "confronto informativo" ha un valore maggiore che nel confronto armato. Per questo i russi la chiamano *spets-propaganda*, con quello *spets* iniziale che di solito si usa da abbreviazione per i corpi speciali, nient'altro che quello che si chiamava, spiegano i generali russi, nel secolo scorso, contro-propaganda. "La vittoria nella lotta dell'informazione nel mondo attuale acquisisce più significato di una vittoria in una guerra con le armi". In questa guerra vera, reale e nemmeno più sotterranea ed invisibile, "la propaganda deve essere intelligente, competente, efficace", anche questo è "*boevoj potenzial*", potenziale militare, ha detto in quell'occasione il ministro della Difesa Sergej Shoigu dei propositi strategici della Federazione.

Cyberwarfare: la guerra dei leaks

"Ho detto a Putin di smetterla con gli attacchi hacker" ha detto Obama, dopo che CIA e FBI, incrociati i risultati d'intelligence delle loro agenzie, hanno detto a voce alta nella stessa stanza quello che si sussurra dall'elezione di Trump nel 2016: c'è l'ombra delle cupole a cipolla del Cremlino dietro la vittoria della torre di The Donald nelle ultime elezioni americane.

C'è un orso nel bosco, diceva lo spot che portò Regan alla vittoria in piena Guerra Fredda. Ora di orsi ce ne sono due, uno è *Fancy* e uno *Cozy bear*, sono avatar e il bosco è il web. Di muri che proteggano Berlino e il resto del mondo, neppure più uno.

Trump non solo era a conoscenza della responsabilità dell'interferenza russa per destabilizzare le elezioni, ma ha addirittura incoraggiato gli hacker, ha detto John Earnest,

portavoce di Obama. Dimitrij Peskov, portavoce di Putin, ha risposto chiedendo quello che chiede da sempre: prove, che però sono *classified* e non possono essere rese pubbliche. Oppure non esistono: questo non è ancora chiaro. Che dietro tutto quello che è successo ci sia la mano del Cremlino, per favorire il candidato repubblicano alle elezioni, ne erano tutti convinti nello staff Obama. “Game on” è stata la replica di Micheal Hayden, ex NSA, convinto che la famosa “email leak” (la fuga di messaggi di posta elettronica) dai computer dello staff di Hillary Clinton sia stata un attacco della foreign intelligence russa e l’inizio del Russiagate.

Newsweek dedicò un lungo articolo al licenziamento del capo dell’FBI James Comey che continuava a indagare sui legami di Trump con la Russia. Putin era in copertina sopra la scritta “il complotto contro l’America”. Il titolo dell’articolo di Bill Powell era: “C’è un orso nella stanza. Questo è il mondo di Vladimir Putin e l’Ovest sta solo cercando di sopravviverci dentro”.

Casa Russia, Casa Bianca

Nella guerra delle tastiere e degli algoritmi degli *hoodies*, tra Casa Russia e Casa Bianca, dalla Ljubianka a Langley, se non si sa come tutto questo finirà, si sa quando e come è iniziato: il 14 giugno 2016, quando i due gruppi di hacker sono riusciti a penetrare il sistema informatico dei democratici e solo troppo tardi l’azienda di sicurezza *Crowdstrike* ha sospettato della presenza degli intrusi. Hanno lasciato impronte e nomi: *bears*, orsi, come da sempre quelli che si chiamavano yankee chiamavano i sovietici. Che la mano segreta sulla tastiera che ha favorito Trump sia russa lo ha dimostrato l’indagine voluta da Obama, richiesta il 16 ottobre scorso insieme alla preparazione di un cyber attacco contro Putin. Che sarebbe stato sferrato, come disse il suo vice Joe Biden, “nel momento più opportuno”.

Né *proxy* né ibrida. Dall’epoca di quella nucleare alla *cyberwarfare*: la guerra di oggi è fatta di dati e metadati, segreti e non, che scoppiano, viaggiano, vengono rubati, alterati e rispediti

in rete come *waponized information*, informazioni armate che finiscono sui social network.

“Non sappiamo quale sia l'end game”, la fine del gioco, quella che in russo si chiama *rasvjaska*. Sappiamo solo che “dopo 20 anni siamo in *uncharted territory*”, in territorio inesplorato: sono state le parole di un senior dell'intelligence USA. Non da oggi e da molto prima di ieri, dentro e fuori la Russia, tutti sanno chi è *Fancy bear* e chi c'è dietro il gruppo, *Apt 28*, legato alla Gru: i più segreti dei servizi segreti del Cremlino. *Fancy bear* è entrato nel server dei democratici americani, ma ha hackerato anche quello dei repubblicani, senza però renderne pubblici i dati. I *bears* avevano già nei palmares dei loro attacchi siti dei Governi baltici, di Polonia e Ungheria, dell'Osce e anche dell'Italia, colpita dall'ottobre al maggio del 2014.

L'editorialista del giornale indipendente *Novoje Vremja* Boris Yunanov giudica il conflitto digitale imprevedibile: “Nel Novecento ad assicurare gli equilibri delle potenze egemoni, c'era la dottrina della Mad, *mutual assured destruction*, la reciproca distruzione certa”. Oggi non più. Se lo scorso è stato il secolo tenuto in equilibrio dalle spie, questo sarà quello tenuto in bilico dagli hacker. Ma su internet, a differenza che nel mondo reale, il cessate il fuoco non si può dichiarare.

Orsi russi, hacker, soldati e troll

Con i gangli del web e dei giornali sempre più isterici, il Cremlino viene accusato di essere il serbatoio e centro propulsore più grande delle fake news del mondo. La risposta a quelle che Mosca considera e bolla con una formula standard “accuse senza prove” è stata la creazione di un *fact checking service* del Ministero degli Esteri russo, il MID, che combatte tutte le notizie false diffuse da “disonesti media occidentali” su “mitiche storie di hacker russi”, contro “la pratica standard di spaventare le persone comuni con la minaccia russa, per minare la pace e stabilità d'Europa”. Se a Mosca dicono “feik”, in Europa dicono Mosca.

Risale a novembre 2016 l'ultima risoluzione di Strasburgo del Parlamento europeo "contro la pressione propagandistica russa" in cui si legge che "la Russia investe considerevoli risorse finanziarie, stanziare dallo Stato o imprese controllate dal Cremlino" in *think tank*, strumenti multilingua e social media per "sfidare i valori democratici e dividere l'Europa". Tutti i rapporti stilati in questi anni, da Berlino e Bruxelles, iniziano e finiscono con questa parola: Russia, che la Nato considera ancora il nemico pubblico numero uno.

Le informazioni – soprattutto quelle segrete, da rubare – sono "waponized information", informazioni "armate" e stanno cambiando anche le politiche dei vertici dell'Alleanza Atlantica. Durante il vertice del 2017 a Varsavia, non solo aria, mare, terra e stelle sono state dichiarate sotto protezione euroamericana, ma anche il cyberspazio, ovvero l'ultimo fronte di battaglia dei dati e metadati. Da quella nucleare, siamo passati alla *cyberwarfare*. La conquista dello Spazio del Novecento è stata sostituita da quella del web nei Duemila. Oltre alla guerra invisibile degli hacker, c'è quella dei troll, altra truppa dell'esercito del Cremlino, la cui esistenza però non è mai stata provata.

"Finché i miei nervi hanno retto". È quanto Vitaly Beshpalov ha dichiarato di essere rimasto nell'edificio bianco a quattro piani in via Savushkina 55, San Pietroburgo. Tutti la chiamano *fabrika trolli*, la fabbrica dei troll, ma per lui è "quella delle *lozh*, delle bugie": si tratta dell'Ira, Internet Research Agency. Il ragazzo pallido e biondo è stato al fronte di una delle guerre russe. Immerso nella canea digitale, Vitaly dice di essere stato decine di persone mai esistite, dal settembre 2014 al gennaio 2015: creava falsi account, scriveva notizie favorevoli a Mosca e poi diffondeva.

La prova dell'esistenza della fabbrica dei troll russi che diffondono fake news non c'è, se non nelle parole dei pochi, come Vitaly, che ci sono stati dentro e ne sono usciti. Se nel 2014 ha risposto ad un annuncio di lavoro dove venivano forniti pochi dettagli, lo ha fatto per il motivo per cui l'hanno fatto i colleghi: soldi. Rubli: "Sono tra i 40 e 45 mila al mese", meno di mille euro, per circa "20 notizie al giorno". Propaganda russa: tra

i 2,9 milioni di *tweet* prodotti da 3mila account falsi, - ora sotto esame dei servizi segreti e del Congresso americano - , ci sono molto probabilmente ora anche i suoi. Quando gli chiedi se dietro la *fabrika* ci sia il Cremlino, a tutti risponde: *absolutno*, assolutamente.

Propaganda – di qualsiasi nazionalità – non è inventare, ma plasmare, deformare. Screditare o amplificare. “Bisognava riportare notizie riscritte da un punto di vista russo” dice. Nei compiti del troll a volte rientrava solo correggere le parole: non “separatisti” o “terroristi”, come scriveva la stampa ucraina delle guerre del Donbass, ma usare i termini soldati o *opolchenzje*, truppe”. L’obiettivo era minare l’equilibrio, scrivere blog da citare nei *komentary*, commenti da riportare poi nei *tweet*, finché non scompare la fonte madre originale. È Vitaly uno dei protagonisti di “War in 140 characters” dell’inviato britannico David Patrikarakos.

In *fabrika* “ognuno aveva un compito e veniva assegnato ad un *otdelenie*, un dipartimento. C’era il projekt Ukraina 1, poi il projekt Ukraina 2”, ed era in quelli che lui lavorava per la *russkaja auditoria*, il pubblico russo. C’erano altri dipartimenti che lavoravano nelle “divisioni America ed Europa”, ma “le persone parlavano poco tra loro”. Era un microcosmo che funzionava a compartimenti stagni, finché è rimasto lì, a Savushkina 55, un indirizzo che dal 2017 sono fin troppi giornalisti a conoscere, infatti è stato spostato. “Non sapevamo chi finanziava tutto, ma ufficiosamente sì”. Era “lo chef di Putin”, l’oligarca vicino al presidente russo, fornitore miliardario delle mense dell’esercito di Mosca: Evgeny Prigozhin. In Russia le notizie si cucinano ma nessuno deve chiederne la ricetta. Spesso i cuochi conoscono i segreti dei loro presidenti, il nonno di Putin, per esempio, era quello di Lenin.

Lo chef di Putin ha seguito il presidente ovunque, da San Pietroburgo al Donbass, fino alla Siria. Con i suoi soldati all’estero, con i suoi troll in patria. Oltre ai soldati-troll della fabbrica di cui parla Vitaly, Prigozhin si dice ne abbia altri 5mila sul campo, mercenari nelle guerre al confine ucraino e poi quello siriano. Fanno parte del Gruppo Wagner, a capo c’è l’ex ufficiale

dei servizi segreti russi Dimitri Utkin. Ma l'esistenza di entrambi non è mai stata provata. Prima della Siria Prigozhin era noto solo come lo chef di Putin, fino a che sulla stampa non è diventato il *mjasnik*, il macellaio del presidente, sia sul web che all'estero.

In Russia molti di quelli che indagano sulla declinazione della verità e sulle facce usate per coprirla scompaiono. Sui Wagner indagava per esempio il giornalista indipendente Maksim Borodin, caduto misteriosamente dal quinto piano di casa sua in Siberia, e anche tre giornalisti russi che ne avevano seguito le tracce in Repubblica Centro Africana, dove sono morti nel 2018 in un agguato. Cosa ci facciano mercenari russi in Africa e o se esistano dei troll a Pietroburgo la propaganda non lo dice e al giorno d'oggi nessuno lo sa ancora in Russia, solo i morti forse sì.

SPIRALE DEL SILENZIO E SOVRA-ESPOSIZIONE MEDIATICA: LE NUOVE ARMI DI DISINFORMAZIONE DI MASSA

Sebastiano Caputo

Inviato speciale, freelance

L'informazione è un rullo compressore che alterna "spirale del silenzio" e sovra-esposizione in funzione di un'agenda politica oppure semplicemente sulla base di un sistema basato su *trend topic*, algoritmi, *hashtag* e flussi di notizie. Si parla di un fatto perché tutti ne parlano altrimenti si tace perché non se ne deve parlare.

I due "casi di studio" più recenti che si collocano in queste due categorie "comunicative" sono la guerra in Yemen (spirale del silenzio) e quella in Siria (sovra-esposizione). Entrambe hanno origine nelle cosiddette "primavere arabe", entrambe hanno ricevuto un trattamento diverso che fa ben comprendere come si sposta la lente massmediatica in funzione di un disegno geopolitico e strategico.

Da marzo del 2015, nella totale indifferenza della Comunità internazionale e in violazione di qualsiasi trattato, sono iniziati i primi raid aerei della Coalizione guidata dall'Arabia Saudita, quinta colonna statunitense della regione vicino e medio orientale, sullo Yemen con lo scopo di abbattere i gruppi militari Houthi (di confessione sciita, sostenuti dalla Repubblica Islamica dell'Iran), i quali occuparono delle posizioni, tra cui la capitale Sanaa, dopo la caduta del presidente Ali Abdullah Saleh nel 2011 a seguito delle forti mobilitazioni popolari.

Oggi la guerra continua, con violenza, eppure quei ribelli Houthi, a differenza di quelli siriani, non hanno mai goduto delle simpatie mediatiche occidentali per il semplice motivo di aver

ribaltato un governo allineato agli interessi americano-sauditi in un Paese con una posizione geograficamente strategica, situato sullo stretto di Bab el Mandeb, collegamento tra mar Mediterraneo e Oceano Indiano dove transitano la maggior parte delle petroliere dal Golfo Persico. Così dalla penisola arabica al Levante la narrativa si trasforma radicalmente.

Perché quei manifestanti scesi in piazza a Deraa in Siria nel marzo del 2011, per rovesciare il presidente Bashar al Assad, alleato di Russia, Repubblica Islamica dell'Iran ed Hezbollah libanesi, diventarono gli eroi in lotta per una presunta democrazia. Peccato che quelle proteste, poi diffuse a macchia d'olio in tutto il Paese, nascondevano il seme del terrorismo.

“Inizialmente erano dimostrazioni di piazza normali, non c'era tanta gente, ci trovavamo nel mezzo della primavera araba, le persone scendevano in strada per rivendicare un vago cambiamento”, mi raccontò un abitante della città che avevo intervistato a casa mentre fuori dalla finestra si sentivano gli scoppi dei colpi di arma da fuoco.

“Fino a qui nulla di strano, il problema è che il terzo giorno lo slogan divenne ‘i cristiani a Beirut, gli alawiti nella tomba’ – continuò – poi ‘tutti nella tomba’”.

In effetti c'era da aspettarselo perché le settimane che precedettero la grande manifestazione del 18 marzo del 2011, all'uscita della moschea *Al Omari*, di venerdì, in cui ci furono violenti scontri con la polizia, i fedeli già si davano appuntamento da mesi in quel giorno di preghiera per organizzare qualcosa che sarebbe diventato col passare del tempo di portata maggiore.

Impugnando simboli sunniti a uso politico-ideologico, pretendevano di parlare a nome di tutti i sunniti (e dei siriani). In poco tempo arrivarono, le armi, i soldi, i combattenti stranieri, i provocatori, gli infiltrati, il sostegno delle cancellerie occidentali, i morti.

In molti capirono che la situazione stava sfuggendo di mano e se ne rientrarono a casa, altri ci cascarono in pieno e divennero gli strumenti di un conflitto che non era civile ma globale. Intanto i massmedia occidentale mostravano, durante le manifestazioni, la

risposta repressiva delle forze dell'ordine – alla violenza risposero con la violenza – evitando di raccontare la veloce trasformazione delle rivendicazioni – legittime e democratiche – in una vera e propria lotta armata. Ma soprattutto che dei gruppi jihadisti, prima *Jabhat al Nusra*, ramo siriano di Al Qaeda, poi *Daesh*, avrebbero messo il cappello sulle rivolte, fino a trascinare l'intero Paese nel caos.

Così la Siria è diventato il cimitero dell'informazione occidentale e otto anni dopo, la narrativa *mainstream* ancora non è riuscita ad offrire una realtà mediatizzata di prossimità con la realtà sul campo documentata da molti reporter indipendenti.

Le battaglie combattute nel salotto dell'uomo medio

Ecco che non conta solo quanti soldati schierati sul campo, se le tue armi sono altamente sofisticate per la battaglia, se i tuoi alleati ti tradiranno durante le operazioni militari, se la raffica del kalashnikov colpirà o meno il nemico.

La guerra, prima ancora che nelle steppe fangose, nei deserti aridi, o dentro le trincee scavate nel sottosuolo, si combatte, oggi, nel salotto di casa dell'uomo medio. A colpi di immagini, simboli, *hashtag*, slogan. Quella che Edward Barnays in *Propaganda* definiva "l'ingegneria del consenso" passa *de facto* attraverso un'informazione parziale dei fatti che il più delle volte sconfina con la disinformazione vera e propria. E se in guerra la prima a morire è sempre la verità allora è la menzogna a riempire quel grande vuoto narrativo. *Horror vacui* scriveva Aristotele.

Vale per la filosofia e la fisica esattamente come nel giornalismo. Il cittadino comune, ovvero lo spettatore, che accende in maniera distratta il televisore o il computer è stato per anni bombardato da notizie scollegate fra loro e confezionate dentro un *frame*, cioè una cornice, dal quale è stato impossibile sfuggire.

Nella maggior parte dei casi ci mostrano le conseguenze, tragiche, della guerra, senza spiegarne le cause profonde, i rapporti di forza, le alleanze sotto banco, il contesto geopolitico.

Siria: i *frame* della guerra per procura

I fatti sono stati venduti dagli *spin doctor* al pari di un pubblicitario che piazza un prodotto commerciale nel mercato, e in modo più raffinato sono state costruiti dei recinti semantici per cui se ne uscivi, descrivendo una realtà alternativa, diventavi automaticamente, per riflesso, “un sostenitore del regime”. I tre grandi “frame” della guerra in Siria sono stati i seguenti: “il dittatore sanguinario Bashar al Assad”, “i ribelli moderati” e infine “la guerra civile siriana”.

Andiamo per ordine. Col presunto autocrate non avevamo mai avuto problemi prima dello scoppio della guerra, addirittura, lo osannavamo come fu il caso dell'ex presidente della Repubblica Italiana Giorgio Napolitano il quale si recò a Damasco in visita ufficiale nella primavera del 2010. Poi quando era cambiata la musica internazionale, dettata dai “nostri alleati”, abbiamo fatto una giravolta ed è stato cambiato lo spartito. Si pensava che il clan alawita sarebbe stato liquidato in poco tempo e invece così non è stato perché a differenza di quanto è stato raccontato il sostegno della popolazione è stato di carattere interclassista (ceti popolari e borghesia), interconfessionale (dalla sua parte c'erano sunniti, sciiti e cristiani) e militare (c'è stata una risposta dei volontari e poche diserzioni nei ranghi dei generali). Poi per quanto riguarda la natura “moderata” della ribellione, anche lì, velocemente si è trasformata in una lotta armata, e paradossalmente, dopo la nascita dello Stato Islamico nel giugno del 2014 la Siria è diventata la prima linea della lotta globale al terrorismo. L'Esercito Arabo Siriano combatteva anche per noi. Infine, quella in Siria non è stata una guerra civile ma una guerra per procura del campo occidentale e dei suoi alleati della regione (Arabia Saudita, Israele, Qatar e Turchia) contro i suoi alleati, la Repubblica Islamica dell'Iran e la Russia, tanto che gli stessi rappresentati siriani sostenuti dalle diplomazie occidentali all'estero sono caduti uno dopo l'altro per mancanza di legittimità.

È la logica illogica della piramide dell'informazione che vede in cima “una fonte originaria” che è rappresentata da istituzioni e

agenzie di stampa, le quali diffondono una notizia che verrà in un secondo momento diffusa e riportata – senza alcuna verifica – a cascata da giornali, televisioni e riviste, che a loro volta si sono inserite – per fini anche commerciali o umanitari – in un flusso, cioè il “trend topic”, quello di cui tutti parlano, e che infine è stato accettato per vero dalla base: l’opinione pubblica. Il meccanismo è talmente semplice che a fabbricare una notizia non ci vuole niente, pensiamo allora in un contesto di guerra dove alcuni luoghi sono inaccessibili agli addetti ai lavori o di contestazione sociale dove regna la confusione.

Da un lato dunque i *massmedia* costruiscono al plurale la stessa narrativa, dall’altro le notizie riportate saranno più o meno tutte uguali. Se la notizia verrà offerta da un grande e autorevole mezzo d’informazione, ha un peso molto diverso rispetto al caso in cui quella stessa notizia venga data da un giornale minore, da un sito sconosciuto oppure da un giornalista freelance. “Lo ha detto” il *New York Times*, la *BBC*, *Repubblica*, mica un reporter qualsiasi.

La spettacolarizzazione del dolore, il deserto del giornalismo

La guerra in Siria racchiude tutte queste contraddizioni del campo informatico globale. Perché nonostante le paginate di articoli, le ore di trasmissioni, le aperture dei telegiornali, paradossalmente il lettore o il telespettatore ignora le cause profonde della guerra e conosce soltanto le tragiche conseguenze – i morti, le distruzioni, i feriti – trascinato da una “spettacularizzazione del dolore” (Blotanski) sancisce il primato dell’emotività sul pragmatismo delle relazioni internazionali. Mentre gli addetti alla politica estera – volontariamente o meno – subiscono la meccanica verticistica della piramide dell’informazione descritta sopra accelerando quel processo di disinformazione che fa della Siria un vero e proprio deserto del giornalismo.

Tutte le notizie che sono arrivate in questi anni sono state di seconda, terza, quarta mano, si sono copiate e incollati lanci di agenzia senza verificare se le fonti e le immagini erano vere o false, slegate dal contesto, mai smentite di fronte all'evidenza, e ancora sono state rilanciate testimonianze di sedicenti blogger e attivisti che in alcune occasioni non erano nemmeno sul posto. Al vertice della piramide però abbiamo avuto prima di tutto le emittenti televisive come *Al Arabiya* e *Al Jazeera*, rispettivamente controllati da Arabia Saudita e Qatar, due Paesi coinvolti fin dall'inizio nel conflitto, dalle quali i *massmedia* occidentali hanno riportato fedelmente le informazioni da loro diffuse. Accanto a loro c'è stato l'Osservatorio Siriano dei Diritti Umani, l'organo principale dell'informativa anti-governativa, e citato da tutti come voce autorevole, legittima e attendibile. Peccato però che questo generatore di notizie è diretto da Rami Abdel Rahman il quale vive a Coventry, in Inghilterra da più di 10 anni, e che di giorno lavora nell'agenzia e il pomeriggio aiuta la moglie nel negozio di abbigliamento.

Senza parlare dei "White Helmets", in apparenza un gruppo di volontari che presterebbe assistenza alle vittime di guerra (esclusivamente nei territori controllati da *Jabhat Al Nusra*, ramo siriano di *Al Qaeda*), nella realtà dei fatti un'organizzazione con sede in Turchia, fondata da James Le Mesurier, ex ufficiale dell'esercito britannico con i soldi degli americani. E mentre tutti i mezzi d'informazione riportavano queste notizie a senso unico, con un click, comodi dalla loro redazione, davanti ai loro monitor a tener d'occhio il contatore delle visualizzazioni cresce secondo dopo secondo insieme ai "mi piace" su *Facebook*, in Siria le persone morivano.

L'attacco chimico a Duma, uno *spin* giornalistico

Per comprendere nello specifico questa meccanica disinformativa occorre ricordare uno dei casi più eclatanti: il presunto attacco chimico a Duma del 7 aprile 2018, da parte del governo siriano, durante l'offensiva della Ghouta Orientale. In poche ore i video

dal campo diffusi sono diventati virali e senza alcuna verifica tutti i mezzi d'informazione occidentale, e con loro le diplomazie della maggior parte dei Paesi, gli hanno rilanciati sui loro siti web, ritrattati in forma cartacea sulle prime pagine oppure riportati nelle varie dichiarazioni pubbliche.

È evidente però che siamo stati di fronte ad un'evidente operazione di "spin" giornalistico, vale a dire di una notizia che è stata fabbricata, confezionata o per lo meno riadattata, per poi essere gettata in mondovisione in un contesto geopolitico, militare e diplomatico molto preciso. In Siria c'era la guerra già c'era da oltre sette anni ma quando vengono organizzate queste campagne mediatiche così corali, a reti unificate, non è mai per caso, per cui occorre inserirle in un quadro molto più ampio altrimenti diventa solo beccera e lacrimevole propaganda. Per capire quanto siano davvero autorevoli tali accuse è necessario analizzare le fonti della notizia, poi la campagna mediatica che ne è seguita, e infine tracciare le conseguenze dirette.

Il presunto uso di armi chimiche venne diffuso da due organi principali. Prima dai canali informativi legati a *Jaish al Islam* (gruppo jihadista che comandava nella Ghouta), poi dai White Helmets, di cui abbiamo già parlato sopra. Eppure nonostante questa mancanza di obiettività i media occidentali hanno riportato ciecamente la notizia facendosi portavoce di una fazione creata coi soldi sauditi nel settembre 2013 e che per anni ha governato il capoluogo di Duma con metodi mafiosi, imponendo la propria legge ai commercianti, giustiziando pubblicamente, senza alcuna pietà, chi ne ha contestato il potere. La campagna mediatica che ha seguito questi fatti è stata perfettamente sincronizzata in un lasso di tempo cortissimo. Tutti i giornali e i telegiornali hanno aperto con le stesse fotografie, gli stessi titoli, gli stessi slogan, e così anche gli intellettuali, i quali si inventarono persino un gesto virale – la mano che tappa bocca e naso – per denunciare, senza prove, il governo siriano.

Questa traiettoria informativa con l'intento di trascinare emotivamente l'opinione pubblica si iscriveva però in un contesto geopolitico chiaro in cui i gruppi armati anti-governativi indietreggiavano centimetro dopo centimetro. Nel marzo del

2018 la guerra già volgeva al termine sancendo la vittoria militare di Bashar Al Assad e dei suoi alleati russi, iraniani, e libanesi, ecco che a rigor di logica è quanto mai legittimo domandarsi che interessi avrebbe il presidente siriano, sapendo di avere gli occhi puntati della comunità internazionale e dei media, per lo più in una posizione di forza, di utilizzare le armi chimiche nella battaglia di Duma? Ovviamente nessuno.

La verità è che quella campagna d'indignazione preparò il terreno alla doppia offensiva di Stati Uniti, Francia e Inghilterra con missili e bombardieri. In pochi, nel frastuono nella disinformazione lacrimevole, denunciavano questo scempio. Per etica professionale, per onestà intellettuale, per amore di una professione che va fatta sul campo e non dai salotti televisivi. Il tempo è padrone delle nostre vite ma sa essere persino galantuomo e rimette a posto tutte le cose. Qualche mese dopo uscì fuori la verità sui primi rapporti sul presunto utilizzo di gas Sarin. Prima ci furono le testimonianze dei superstiti a quel presunto attacco chimico alla Corte dell'Aia – medici, infermieri, abitanti di Duma – i quali dicevano di non aver visto i segni dell'uso di armi chimiche – nel frattempo le indagini degli investigatori dell'Organizzazione per la proibizione delle armi chimiche (OPAC) stanno proseguendo e nei primi rapporti preliminari già si esclude categoricamente l'utilizzo del gas nervino come dimostrato dai campioni ambientali o nel sangue prelevato dalle presunte vittime.

Peccato però che nonostante l'ufficialità della notizia, questa non trova spazio sui maggiori mezzi d'informazione né viene riportata con lo stesso entusiasmo con cui invece si demonizzava il governo siriano all'indomani dell'offensiva militare. Ma come diceva Pasolini, “chi si indigna è sempre banale, e aggiungo, o male informato”.

Con i “social” la piramide vacilla

Di fronte a questa meccanica c'è da domandarsi come uscire vivi da un mondo in cui circolano più notizie ma si è tutti meno

informati. L'avvento di internet e dei *social network* – in primis *Facebook* e *Twitter* – con tutti i suoi limiti, hanno sicuramente in parte rovesciato questa piramide offrendo la possibilità ai nuovi *opinion maker* che non trovano spazio nei canali “ufficiali” di produrre contenuti alternativi e diffonderli senza il filtro di un caporedattore. Se si vuole rispondere a un volto noto e contestarne una posizione politica, invece di mandare una lettera ad un giornale che tanto la cesterà seduta stante, si autopubblicherà un video, un articolo o un'immagine, e saranno gli utenti stessi a giudicarne la validità.

Non è un parametro sufficiente per valutarne l'autorevolezza, ma chi comunica avrà di sicuro maggiore libertà per smarcarsi dal marasma virtuale e costruirsi una credibilità propria, spingendosi ad uscire da una stanza chiusa da quattro mura, andare sul campo, parlare e vivere con le persone comuni che vivono in quell'inferno, dormire in trincea con i soldati, raccontare le loro angosce e i loro sogni.

Nel giornalismo di guerra non basta schiacciare un bottone, occorre sentire l'odore delle cose. Solo così potrà esserci autenticità e quindi disintermediazione. Una lezione che dovremmo imparare tutti, nel rispetto dei lettori.

SIRIA E UCRAINA: IL METODO SHARP

Giorgio Bianchi

Fotoreporter e documentarista

Nonostante la distanza geografica e culturale, la Siria e l'Ucraina sono state attraversate da eventi analoghi che hanno però condotto a risultati differenti. Entrambi i paesi hanno sperimentato proteste di piazza sfociate in violenze prima e in vera e propria guerriglia urbana poi.

Se nel caso ucraino i moti dei manifestanti sono sfociati in un colpo di stato che ha portato al rovesciamento del presidente eletto Viktor Janukovyč, per quanto riguarda la Siria il presidente Assad è riuscito a rimanere saldamente al potere.

Il coinvolgimento della Russia di Putin è un altro elemento che accomuna le due situazioni.

Vediamo di esaminare più nel dettaglio queste situazioni solo in apparenza molto distanti tra di loro.

Siria: la guerra per procura che ha fatto 300mila morti e 5 milioni di rifugiati

Scrivere di Siria è sempre molto difficile.

Non è tanto una questione di avere o non avere le idee chiare, quanto piuttosto di mettersi nei panni di chi poi leggerà l'articolo.

Riallacciare le fila di un conflitto che dura oramai da 8 anni che conta quasi 300mila morti (stima del tutto approssimativa) 5 milioni di rifugiati e quasi 7 milioni di sfollati interni richiederebbe un trattato.

La maggior parte delle persone sa che in Siria è in atto una guerra che ha letteralmente devastato il paese, ma se poi si va ad approfondire il livello di conoscenza, ci si rende subito conto che le informazioni sono del tutto approssimative.

Nessuno sa esattamente quali e quanti soggetti abbiano preso parte ad un conflitto che molti si ostinano ancora a definire “guerra civile”: sul campo, a fronteggiare i soldati del Syrian Arab Army (SAA) e gli alleati russi e iraniani (presenti sul territorio in maniera legale in base al diritto internazionale, perché invitati dal legittimo governo rappresentato all’ONU ad affiancare l’esercito), si contano combattenti provenienti da mezzo mondo spalleggiati da paesi quali Turchia, Arabia Saudita, Qatar, USA, Francia, Gran Bretagna, Israele solo per citare quelli che hanno svolto un ruolo più attivo.

Questo punto va chiarito una volta per tutte. In Siria si è svolta una guerra per procura.

I manifestanti che scesero in piazza nel 2011 furono quasi subito infiltrati da jihadisti armati e violenti che entrarono nel paese prevalentemente attraverso la Turchia.

Questi combattenti islamici trasformarono le manifestazioni di piazza in vera e propria guerriglia urbana.

C’è una data simbolica che segna questo passaggio: è il 6 luglio 2011 ovvero il giorno in cui l’ambasciatore americano Ford si fece fotografare tra le fila dei ribelli armati di Hama.

Per anni i soldati del SAA sono stati dipinti dalla stampa *mainstream* come “massacratori del proprio popolo”. Ci è stato raccontato che l’esercito è stato lo strumento utilizzato dal governo per reprimere la spontanea richiesta di democrazia da parte della società civile siriana.

La realtà è che il SAA ha fatto quello che avrebbe fatto qualsiasi altro esercito occidentale se posto nelle medesime condizioni.

Oggi assistiamo alla repressione brutale da parte del governo francese delle manifestazioni dei gilet gialli.

Si contano dieci morti e centinaia di feriti e stiamo parlando della “democraticissima” Francia.

Immaginiamo che queste manifestazioni, in molti casi violente, ad un certo punto vengano infiltrate da jihadisti armati e

supportati da paesi stranieri che intendono sovvertire le istituzioni francesi.

Supponiamo poi che queste milizie inizino a sparare sulle forze dell'ordine dando il via a scenari di conflitto armato in diverse città della Francia. A quel punto cosa dovrebbe fare il governo francese?

Ecco, la stessa domanda se la pose il governo siriano quando nel 2011, sul proprio territorio, si verificò uno scenario analogo. Nel conflitto siriano, fin dal primo momento, l'informazione ha svolto un ruolo attivo nell'orientare il giudizio dell'opinione pubblica rispetto all'una o l'altra parte.

Se questo tipo di atteggiamento, comunque riprovevole, può in qualche modo essere giustificabile per quei paesi che risultano essere parte attiva nel conflitto, desta quantomeno perplessità la presa di posizione assunta dalla stampa europea che ha immediatamente assunto posizioni di ferma condanna nei confronti del legittimo governo siriano.

L'11 marzo 2010 il presidente della Repubblica Giorgio Napolitano conferiva al presidente siriano Bashar al-Assad l'onorificenza di Cavaliere di Gran Croce decorato di Gran Cordone al merito della Repubblica Italiana. Questo riconoscimento viene in genere conferito per altissime benemeritenze acquisite tra le altre cose nell'espletamento di cariche pubbliche e di attività svolte a fini sociali, filantropici e umanitari, nonché per lunghi e segnalati servizi nelle carriere civili e militari. Dopo appena due anni, nel 2012, l'Italia ha ritirato l'ambasciatore in Siria e ha congelato da allora i rapporti politici con Damasco.

Su tutti i canali di informazione *mainstream* è iniziata una campagna mediatica volta a screditare la figura del presidente siriano e incentrata nel dipingerlo come un dittatore sanguinario che stava reprimendo nel sangue la legittima richiesta di "più democrazia" da parte del suo popolo. Uno storytelling semplificato dato in pasto al pubblico per la più classica delle operazioni di *reductio ad Hitlerum* già vista nei casi di Milošević, Saddam Hussein, Gheddafi e Maduro solo per citare gli episodi più recenti.

In Italia, ma più in generale in Europa, si è attinto a piene mani alle informazioni provenienti quasi esclusivamente da fonti di parte. Si sono prese per buone, in maniera del tutto aprioristica, le notizie diffuse da organi di informazione che facevano capo a paesi che erano direttamente parte in causa nel conflitto. Accanto alle news diffuse dalle varie Al Jazeera, Al Arabia, CNN, sono circolate per anni informazioni provenienti da una ONG ritenuta da tutti imparziale e attendibile ovvero il famigerato Osservatorio Siriano per i diritti umani.

Per anni è stato veramente difficile trovare una informazione giornalistica sulla Siria che non lo citasse. Ma effettivamente da chi è composta questa ONG?

Lo staff si compone del solo Rami Abdulrahman (o Rami Abdel Rahman), che risiede a Coventry.

Stando a quanto riferisce la Reuters Rami “quando non risponde alle telefonate della stampa internazionale, non è lontano da casa, solo più giù, in strada, nel negozio di abbigliamento che gestisce con sua moglie”.

Quindi ricapitolando, NYT, Guardian, BBC, RAI per anni hanno rimbalzato le notizie diffuse in prima istanza da un negoziante di Coventry, che mancava dalla Siria da più di dieci anni, ma soprattutto che riceveva le informazioni via telefono esclusivamente dal lato dei cosiddetti “ribelli”. Alla faccia della verifica delle fonti.

Dopo aver utilizzato l'Osservatorio siriano per i diritti umani come fonte per raccontare la guerra in Siria per sette lunghi anni, il 4 gennaio 2018 la Repubblica sorprende tutti i suoi lettori e in un articolo a firma Fabrizio Ciavoni scriveva come la fonte stessa fosse poco o per nulla attendibile, portavoce dei soli “ribelli”, facente capo ad un'unica persona con sede a Londra e collegata ad un'agenzia britannica non meglio precisata.

Passa un giorno soltanto ed ecco che giunge puntuale il colpo di scena: La Repubblica smentisce se stessa e in un articolo dal titolo “Siria, il difficile mestiere di informare”

(<http://www.repubblica.it/solidarieta/immigrazione/2018/01/04/news/siria-185788804/>), esordisce con queste parole:

“Il 4 gennaio in questa pagina è stato pubblicato un articolo dal titolo “Siria, le narrazioni fasulle dell'Osservatorio siriano sui diritti' che copre i crimini dei cosiddetti ‘ribelli’” che non rispettava gli standard di accuratezza e imparzialità di questa testata. Ce ne scusiamo con i lettori. Quello che segue è un tentativo di fornire un punto documentato e il più possibile oggettivo sullo stato dell'informazione riguardo alla guerra in Siria”. L'articolo di Ciavoni viene rimosso dal web e al medesimo URL compare questo articolo, che di fatto non contraddice l'assunto del Ciavoni (l'inattendibilità dell'Osservatorio) ma avalla il senso dell'articolo precedente in quanto esordisce dicendo:

“Dallo scoppio del conflitto, i giornalisti stranieri non sono più ammessi in Siria, o possono operare sotto stretto controllo. Gli attivisti locali, le fonti governative e quelle basate all'estero (tra cui l'Osservatorio sui diritti) diventano fondamentali per comprendere cosa accade, ma sono difficilissime da verificare” ribadendo sul finale: “Ma anche in questo caso, è impossibile verificare l'esattezza delle notizie che l'Osservatorio diffonde giorno per giorno”.

In buona sostanza Repubblica, per bocca di Ciavoni, ci comunica che L'Osservatorio, nonostante per anni sia stato ripreso dai maggiori organi di informazione mondiali, non è mai stato attendibile in quanto i suoi bollettini erano di parte e non verificati, né verificabili. Dopodiché pensa bene di smentire il suo giornalista affermando che l'articolo non ha rispettato gli standard di imparzialità e accuratezza della testata.

A quel punto, sostituisce l'articolo con uno nuovo che alla fine giunge alle medesime conclusioni del Ciavoni.

Ma questo è ancora nulla.

Il 10 aprile 2018 il Corriere della sera titolava “Quando è necessario mostrare la foto di un bimbo che muore”. Di seguito un accorato Beppe Severgnini, si interrogava se fosse il caso o meno di “pubblicare la foto di un bambino siriano dopo un attacco chimico? Si può. In qualche caso, si deve. È la nostra risposta angosciata, e non potrebbe essere altrimenti. Non c'è giornale, televisione o sito d'informazione che non si sia posto il

problema, in queste ore. L'attacco chimico a Douma, nella periferia orientale di Damasco, non ha risvegliato solo governi cinici e presidenti superficiali. I gas del regime contro i civili nei rifugi – l'ultima vergogna di una serie iniziata nel 2013 – hanno svegliato anche le coscienze nelle redazioni in tutto il mondo. Le immagini sono arrivate, anche quelle delle piccole vittime: mostriamo tutto, mostriamo qualcosa, non mostriamo nulla?"

Il ragionamento non presenterebbe nulla da eccepire se non fosse per il fatto che partisse da un assunto che in quel momento non poteva essere in alcun modo verificato. Severgnini in pratica aveva preso per buone delle informazioni diffuse da fonti di parte senza avere modo di riscontrarle. Infatti in quel momento nella Goutha, a Douma, non c'era nessun giornalista o fotoreporter occidentale.

Non erano presenti per un motivo semplice: mancavano condizioni di sicurezza per poter lavorare in quell'area. Tutto quello che stavamo leggendo o vedendo in quel momento riguardante la Siria, non veniva prodotto da professionisti terzi rispetto al conflitto, ma veniva diffuso da fonti locali, di parte, che quasi nessuno si premurava di citare né tantomeno di verificare. Si trattava di media nati soprattutto appena dopo lo scoppio della guerra e diventati rapidamente e aprioristicamente uno dei mezzi di informazione prevalenti del conflitto.

Solo per citare un esempio, tutti abbiamo visto il video in cui diversi individui, tra cui alcuni bambini, in una struttura sanitaria improvvisata, venivano lavati velocemente con dell'acqua, mentre gemevano e respiravano a fatica. Immagini angoscianti, riprese e commentate da diverse testate.

In concomitanza con la diffusione del video sono partite diverse campagne di indignazione via social che sono divenute in poco tempo virali; su tutte quella via Twitter di Roberto Saviano: "nonostante continui a negare, Assad sta usando armi chimiche. Gas che uccide lasciando soffocare le persone nella propria saliva".

Stessi toni di condanna, altrettanto affrettati, furono espressi dal presidente degli Stati Uniti, che arrivò addirittura a minacciare un intervento armato contro la Siria di Assad. In pratica i video del

presunto attacco chimico circolati sul web, assunti come veritieri nonostante l'assenza di verifiche da parte di organi di informazione terzi, avevano preparato il terreno per l'ennesima guerra punitiva "giusta" e "necessaria".

A quanto pare ai media non erano bastate le "armi di distruzione di massa" di Saddam e le "fosse comuni" di Gheddafi, per suggerire una maggior cautela prima di trarre conclusioni affrettate.

Anche l'opinione pubblica e i cosiddetti intellettuali, si erano ancora una volta uniti al tam tam di guerra con una tempestività tale, da far pensare ad una sorta di riflesso pavloviano nell'indignazione.

Qualcuno si era posto nel frattempo qualche domanda su chi fossero gli autori di quelle immagini e quale reputazione avessero? Quali fonti erano state utilizzate per raccontare quanto ipoteticamente stesse accadendo a Douma e nella Goutha?

I video dei bambini sciacquati con le pompe d'acqua in alto a sinistra portavano il marchio di "Douma TV", un canale dell'opposizione anti-Assad, che sulla sua pagina Facebook si presentava come "Douma revolution 2011". Quei video presentati al pubblico occidentale come inoppugnabili, in realtà, giornalmisticamente parlando, non lo erano affatto. La BBC, molto correttamente, trasmise le immagini accompagnandole con l'indicazione delle fonti originarie e la dicitura "video non verificato".

Da noi invece era tutto un florilegio di cori di indignazione, di commenti struggenti e di inviti ad una tempestiva rimozione del "carnefice Assad" con ogni mezzo; persino chi non sapeva nemmeno scrivere correttamente il nome del presidente siriano, si unì ai tamburi di guerra.

La sponda alla quale si appoggiò Repubblica per riferire del presunto attacco chimico di Douma furono gli White Helmets, "un gruppo di soccorritori che operano in aree controllate dall'opposizione in Siria", secondo i quali "la maggior parte delle vittime sono donne e bambini".

Ma chi sono, questi "Caschi bianchi"? Una rapida ricerca rivela che sono i membri della "Difesa civile siriana", una sorta di Protezione Civile fondata nel 2013 da un ex militare britannico,

James Le Mesurier, già attivo in Kosovo, Bosnia, Libano e Iraq, un uomo non propriamente “di pace”.

Ucraina: Maidan, il laboratorio a cielo aperto delle rivoluzioni colorate

Quando il 18 febbraio del 2014 arrivai a Kiev non trovai esattamente quello che mi sarei aspettato. Giungendo verso il centro dall'aeroporto, in quella tiepida giornata di febbraio, non v'era traccia di quelle barricate e di quei cittadini che si riversavano in piazza per protestare contro il governo.

Il traffico sulle arterie principali era regolare, i negozi aperti e i marciapiedi affollati dal solito viavai mattutino; per settimane avevo monitorato i Tg e i siti di informazione e ancora davanti agli occhi avevo le immagini degli scontri violenti tra manifestanti e polizia e del fumo dei copertoni dati alle fiamme.

Qualcosa non tornava. Posato il bagaglio in hotel, presi la mia attrezzatura fotografica e mi recai verso Maidan Nezalezhnosti, epicentro degli avvenimenti riportati dai media mainstream negli ultimi mesi.



Lungo il tragitto verso la piazza, ancora negozi aperti, gente che si affrettava verso l'ingresso della metropolitana o della funicolare, operai al lavoro; insomma la classica atmosfera della città che si è appena svegliata e si sta mettendo in moto. I principali mezzi di informazione avevano raccontato per mesi che il popolo ucraino si stava sollevando contro il proprio governo, ma a ben vedere questa affermazione andava quantomeno ridimensionata, in quanto una buona parte della popolazione continuava a vivere come se nulla stesse accadendo. Dopo un lungo tragitto a piedi raggiunsi un check point gestito dalla polizia: al termine di un controllo accurato della mia documentazione e del mio zaino fecero cenno che potevo transitare. Effettivamente da quel punto in poi lo scenario che si aprì dinnanzi ai miei occhi coincise con le immagini che avevo visto nei giorni precedenti: vetrine dei negozi distrutte, detriti ovunque e in lontananza un denso fumo nero che in parte oscurava il pallido sole mattutino.



Nonostante questo paesaggio da guerriglia urbana, la cosa che più mi rimase impressa fu l'abbigliamento dei manifestanti: la maggior parte di loro indossava elmetto e mimetica militare,

aveva protezioni sui gomiti e sulle ginocchia e spesso marciavano in formazione, in molti casi esponendo i vessilli di Pravy Sektor o Svoboda i due gruppi politici ultranazionalisti di estrema destra: avevano ben poco dei pacifici manifestanti che protestano contro il proprio governo e davano più l'idea di essere dei gruppi paramilitari in assetto da guerra.

Maidan Nezalezhnosti (Piazza dell'Indipendenza) era quasi interamente occupata da un accampamento nel quale ferveva ogni tipo di attività: c'era chi cucinava, chi serviva il thè, chi dormiva... C'era persino un ambulatorio attrezzato.

L'aria che si respirava tra le tende era di fermento e partecipazione: quella era finalmente la Maidan che avevo visto in televisione. Le persone che svolgevano attività nella piazza erano volontari di tutte le età provenienti dai più svariati strati della società ucraina; muoversi tra di loro era estremamente agevole e la sensazione era che qualcosa di importante stesse per accadere.



Giungendo nei pressi del vecchio stadio della Dinamo di Kiev, distante poche decine di metri dai palazzi governativi, lo scenario

diveniva sempre più drammatico; un'imponente barricata eretta dai manifestanti utilizzando ogni sorta di materiale (c'era persino un pianoforte funzionante) si contrapponeva ai poliziotti del Berkut (il corpo speciale antisommossa) schierati lungo una linea orizzontale all'interno del boschetto adiacente allo stadio: sembrava Mad Max ambientato nella foresta di Teutoburgo.

In quel punto non vi era traccia dell'atmosfera conviviale della piazza: i grembiuli e i cappelli da cuoco erano sostituiti dalle mimetiche e dagli elmi militari, le bottiglie di birra e coca cola dalle famigerate bombe Molotov. I manifestanti si muovevano con agilità lungo la linea della barricata; ognuno di loro portava con sé un qualche tipo di mezzo di offesa vuoi che fosse una spranga di ferro, una mazza, una catena, un coltello o una Molotov pronta per essere accesa. In diversi angoli c'erano taniche di benzina e bottiglie vuote accatastate.

Oltre la barricata, venti metri di terra di nessuno dividevano i manifestanti dallo schieramento delle forze dell'ordine. Gli agenti erano disposti lungo una linea, immobili dietro gli scudi di alluminio; alcuni di loro con un idrante tentavano di spengere il fuoco dei copertoni dati alle fiamme: l'odore della gomma bruciata era ovunque e dava la nausea.



A un certo punto i berkut ricevettero l'ordine di caricare e fu il panico: i pochissimi manifestanti inermi fuggirono velocemente verso le retrovie lasciando agli estremisti il compito di fronteggiare l'assalto.

L'urto tra gli schieramenti fu violentissimo e in un attimo ebbi l'impressione di essere stato catapultato indietro di mille anni, nel bel mezzo di una battaglia medievale: mazze che si abbattevano su scudi di alluminio, pietre che volavano ovunque, i bagliori delle fiamme che si aprivano un varco tra le coltri di fumo che salivano al cielo; fu l'inizio della fine, da quel momento in poi la situazione iniziò rapidamente a precipitare. Gli scontri tra polizia e manifestanti lungo le strade che conducevano ai palazzi del potere si fecero costanti.

Brevi periodi di pausa lasciavano presto il campo a interminabili momenti di scontro; vedevo di continuo arrivare manifestanti pestati a sangue dalle forze dell'ordine e in lontananza poliziotti investiti dalle fiamme delle Molotov o dalla pioggia di pietre. Questo scenario si protrasse immutato anche il giorno successivo fino a quel fatidico 20 febbraio. Quella mattina arrivai molto presto; il cielo era coperto e faceva freddo.

Nell'accampamento si respirava un'aria strana; gli sguardi erano tutti rivolti verso la collinetta che sovrastava la piazza. Mi dissero che l'attacco era appena partito e che la polizia si stava ritirando. Cercai di arrivare in cima alla collina prima che potei ma, giunto a metà strada, la mia corsa fu frenata da un rumore inconfondibile: uno sparo.

Congelato dallo stupore iniziai a guardarmi attorno: alle mie spalle due ragazze guardavano in alto con aria esterrefatta, probabilmente avevano dipinta sul volto la mia stessa espressione. Allo sparo iniziale ben presto ne seguì un altro e poi un altro ancora.

Ripresi a correre verso la cima della collina. Lo spiazzo sovrastante sembrava un formicaio scoperchiato: c'erano manifestanti che correvano in tutte le direzioni, apparentemente senza una destinazione precisa. Raggiunsi in fretta la prima linea e mi nascosi dietro una coppia di bagni chimici.

Poco più avanti c'era l'ultima barricata, riuscivo a vederla distintamente. Accucciati dietro la catasta di oggetti un gruppetto di manifestanti teneva la posizione; ad un certo punto uno di loro uscì allo scoperto per lanciare una Molotov. Un rumore secco e lo vidi cadere a terra.

I compagni vicini a lui, appena si resero conto dell'accaduto, lo afferrarono per la giacca e lo trascinarono indietro, esattamente nella mia direzione. Mentre ero intento a fotografare la scena sentii due rumori fortissimi. Alzai lo sguardo e vidi che sopra la mia testa si era appostato un manifestante armato di carabina e che aveva iniziato ad aprire il fuoco contro la polizia. Un altro colpo secco e anche lui cadde a terra privo di vita.

A quel punto preso dal panico iniziai a correre e cercai riparo dietro una fila di alberi. Guardandomi attorno vidi che un po' tutti avevano fatto la stessa cosa. La prima linea dei manifestanti si era frammentata in piccoli nuclei di due/tre persone che cercavano di ripararsi come potevano dagli spari che sembravano piovere dal cielo.

Gli sguardi più che attoniti erano smarriti in quanto era impossibile capire la provenienza dei colpi. Ad un certo punto presi la decisione di attraversare la strada perché vedevo che i corpi dei caduti e dei feriti venivano portati all'interno dell'hotel Ucraina. Una corsa a perdifiato e fui dall'altro lato del marciapiede.

Anche lì lo stesso scenario: manifestanti accucciati dietro agli alberi che si riparavano dietro gli scudi di alluminio, come se il sottile strato di metallo potesse qualcosa contro le pallottole. Ogni tanto dalle postazioni più avanzate giungevano gruppi di persone che trasportavano i corpi feriti o senza vita dei loro compagni.

L'eco dei colpi delle armi da fuoco era impressionante, capire la loro provenienza impossibile.

Arrivato in prossimità dell'hotel trovai riparo dietro un muretto: da quel punto avevo un'ottima visuale sulla situazione.

Proprio di fronte a me un manifestante armato di carabina si riparava dietro un albero mentre un altro, giovanissimo venne a nascondersi proprio di fianco a me.

Fu a quel punto che avvenne l'impensabile: da quella posizione iniziammo a sentire distintamente un rumore di colpi esplosi che sembravano provenire da sopra le nostre teste, ovvero dalle finestre dell'hotel.

In quel momento l'edificio era il punto di raccolta dei feriti e era occupato interamente dai manifestanti; era impossibile che un cechino della polizia si fosse appostato al suo interno.

Da quella posizione scattai diverse immagini di manifestanti che guardavano verso le sue finestre cercando di intuire la provenienza dei colpi. Una delle foto più belle che ho realizzato in quei giorni ritrae proprio lo sguardo atterrito del ragazzo di fianco a me che scruta con i suoi occhi verdi le finestre dell'albergo cercando di individuare la provenienza degli spari.

Cosa è possibile dire in conclusione di quei giorni? Chi aprì il fuoco contro i manifestanti lasciando sul selciato più di 80 corpi senza vita? Furono i reparti speciali della polizia o qualcuno dalle retrovie per creare un *casus belli*? Quello che posso dire sulla base della mia esperienza è che probabilmente sono vere entrambe le cose. La polizia in quei giorni aveva mantenuto il controllo della situazione con fermezza, spesso con violenza, ma sempre cercando di evitare inutili spargimenti di sangue, anche nelle situazioni in cui le provocazioni dei manifestanti sfociavano in veri e propri atti di aggressione.

Per quale motivo ad un certo punto gli agenti avrebbero dovuto aprire il fuoco contro i manifestanti se non lo avevano fatto per settimane?

Molti di quelli che vidi cadere quel giorno erano armati a loro volta e avevano iniziato ad aprire il fuoco contro la polizia (uno di loro aveva addirittura dei candelotti di dinamite in tasca).

Quello che penso è che quel giorno fu presa la decisione di alzare il livello dello scontro sparando contro le forze dell'ordine e che queste a loro volta hanno reagito tentando di abbattere coloro i quali avevano aperto il fuoco. Nel mezzo si sono inseriti degli elementi che hanno approfittato della situazione per gonfiare il numero dei feriti e dei caduti sparando dalle retrovie.

È incontrovertibile che un gran numero di colpi fu esploso dall'hotel Ucraina e che gran parte di essi non fossero indirizzati contro la polizia.

Il 25 febbraio 2014 un'intercettazione telefonica tra il ministro degli Esteri estone Urmas Paet e l'alto commissario per gli Affari Esteri dell'Unione Europea Catherine Ashton è stata pubblicata da Russia Today e poi diffusa su YouTube. Le parole di Paet non lasciano adito a fraintendimenti:

“Tanto tra le persone quanto tra i manifestanti ci sono stati morti uccisi dai cecchini. Gli stessi cecchini uccidevano persone su entrambi i fronti. C'è l'impressione sempre più forte che dietro i cecchini non ci sia Yanukovych ma qualcuno della nuova coalizione”.

Per corroborare le sue affermazioni Paet riporta le dichiarazioni che aveva raccolto da Olga Bogomolets, un medico vicino al movimento di Maidan, che gli aveva raccontato di come le ferite sui cadaveri tanto della polizia quanto dei manifestanti fossero riconducibili alle medesime armi da fuoco.

Sempre durante la telefonata Paet si definisce scioccato del fatto che la nuova coalizione si rifiuti di indagare su cosa sia realmente successo e parla inoltre di intimidazioni verso i membri del parlamento riferendosi in particolare ad un deputato che era stato picchiato da alcuni ragazzi con dei fucili davanti al Parlamento.

Le dichiarazioni di Paet diedero una forma più concreta ai miei sospetti. Per lungo tempo avevo riesaminato mentalmente i momenti concitati di quei giorni. In qualche modo avevo trovato una spiegazione plausibile ai corpi dei ragazzi colpiti che cadevano riversi a terra in direzione opposta a quella della polizia.

E poi c'erano quei fori nei lampioni stradali che avevo notato la mattina presto del giorno successivo alla sparatoria. Il foro di entrata e quello di uscita tradivano una direzione del proiettile opposta rispetto al posizionamento delle forze di polizia.

A quel punto mi venne un'idea: andai su YouTube a rivedermi tutti i filmati riguardanti il giorno della sparatoria; fu così che incappai in un video della BBC nel quale il reporter invitava il

suo cameramen a filmare le finestre dell'Hotel Ucraina in quanto a suo dire si scorgeva la canna di un fucile spuntare da una delle finestre più in alto.

<https://www.youtube.com/watch?v=zQhuD4F1yJ0&t=307s>

In pratica il giornalista della BBC ha visto direttamente quello che io avevo potuto solo intuire stando al di sotto di quella finestra. Avevo sentito distintamente i colpi partire da sopra la mia testa; avevo fotografato un ragazzo mentre si volgeva terrorizzato in direzione degli spari e in più tutta una serie di altri manifestanti (tra cui uno armato di carabina) che indicavano in quella direzione. E poi c'era l'accasciamento anomalo rispetto alla posizione della polizia, di alcuni ragazzi raggiunti dai proiettili.

Tutti questi indizi troveranno finalmente un riscontro grazie all'incredibile scoop portato a termine da Gian Micalessin, dopo un lungo lavoro di inchiesta.

Nell'estate del 2017 Micalessin è riuscito ad incontrare Alexander Revazishvili, Koba Nergadze e Kvarateskalia Zalogy tre georgiani legati all'ex presidente georgiano Mikhail Saakashvili, artefici della sparatoria e del conseguente massacro del 20 febbraio a Maidan. Tutti e tre raccontano di esser stati reclutati alla fine del 2013 da Mamuka Mamulashvili, un consigliere militare di Saakashvili che dopo i fatti di Maidan si sposterà nel Donbass per guidare la cosiddetta Legione Georgiana negli scontri con gli insorti filo-russi. Zalogy riferì a Micalessin che “la rivolta Ucraina nel 2013 era simile alla Rivoluzione rosa avvenuta in Georgia anni prima. Dovevamo indirizzarla e guidarla applicando lo stesso schema utilizzato per la Rivoluzione Rosa. Il georgiano utilizza la parola “schema” e non è sicuramente un caso.

Gli eventi ucraini, così come quelli siriani, sembrano seguire alla lettera le indicazioni del manuale di Gene Sharp. Scritto in modo tale da poter essere compreso anche da un bambino, è un testo fondamentale per introdurre il lettore al tema della guerra psicologica. È un vero e proprio manuale per organizzare “la sovversione dall'interno di tutti i paesi altri rispetto all'America e

per armare con la non violenza le quinte colonne che devono far cadere tutti i regimi che sono esterni al Washington Consensus”.

Il metodo Sharp, utilizzato con successo in Libia e fino ad un certo punto in Siria, nel caso ucraino compie un salto di qualità.

Se prima dei fatti di Maidan si era tentato di disarcionare con il manuale di Sharp i cosiddetti “dittatori violenti e sanguinari” adesso ora con gli stessi metodi si abbatte un presidente legittimamente eletto.

Del resto fu la stessa Victoria Nuland, assistente del segretario di Stato USA, che parlando al Press Center di Washington aveva dichiarato che gli Stati Uniti “hanno investito cinque miliardi di dollari per dare all’Ucraina il futuro che merita”. Tutto come da copione: da Otpor nella ex Jugoslavia, passando per la Siria e la Libia, fino ad arrivare a Maidan.

Tornando ai nostri tre georgiani, il racconto che fanno a Micalessin del giorno della sparatoria di Maidan è impressionante: “Ci hanno spiegato di sparare per creare caos e confusione. Non dovevamo fermarci. Non importava se sparavamo ad un albero, a una barricata o a chi tirava le molotov. L’importante era seminare il caos”.

“Tutti hanno incominciato a sparare due o tre colpi alla volta. Non avevamo molta scelta. Ci era stato ordinato di sparare sia sui Berkut, la polizia, sia sui dimostranti, senza far differenza. Ero totalmente esterrefatto. È andata avanti per quindici minuti...forse venti. Io ero fuori di me, agitato, sotto stress, Non capivo niente. Poi all’improvviso dopo 15, 20 minuti gli spari son cessati e tutti hanno messo giù le armi”.

Mentre feriti e morti si ammassavano nel salone dell’Hotel Ucraina, i cecchini cercano una via di uscita finendo a ritrovarsi di fronte alle loro vittime.

La storia di Maidan è molto più complessa di come è stata raccontata. Alle giustificabili proteste di piazza iniziali, si sono presto sostituite vere e proprie operazioni di guerriglia urbana messe in atto da personale organizzato e ben addestrato che avevano l’obiettivo di rovesciare il governo con la violenza.

Durante una mia mostra a Milano allo Spazio Polifemo il rappresentante della Lombardia di Amnesty International mi

chiese: “Ma veramente i manifestanti erano così vestiti ed equipaggiati? Sembrano soldati”.

Era proprio questo il punto, sembravano dei soldati.

RINGRAZIAMENTI

Si ringrazia il management della Link Campus University, che ha creduto in questo innovativo progetto editoriale fuori dai consueti schemi e lo ha realizzato insieme a noi: Vanna Fadini, Presidente della Global Education Management, Pasquale Russo, Direttore Generale della Link Campus University, e Stefania Lazzari Celli, Presidente della Eurilink University Press. Un pensiero grato al prezioso coordinamento editoriale assicurato da Antonella Orlacchio.

Un ringraziamento particolare, inoltre, va rivolto a Tommaso Polidoro, infaticabile organizzatore, da oltre quattro anni, di affollati e qualificati corsi di formazione per giornalisti. L'idea di questo libro nasce proprio dalla partecipazione a uno di questi recenti convegni, dedicato alle fake news nella politica internazionale.

COLLANA CAMPUS – HANDBOOK

1. *Illogica di un conflitto. La logica fuzzy applicata alla crisi tra Israele e Libano*
G. Facchinetti, F. Franci, G. Mastroleo, V. Pagliaro, G. Ricci
2. *Manuale del produttore televisivo. Informazione, fiction e intrattenimento*
G. Di Giuseppe
3. *Comunicare ai media. L'ufficio stampa nell'era del Web 2.0*
F. Lo Savio, L. Lorenzetti
4. *Fare l'autore per la Tv. Dalla Rai a Mediaset, dalla radio ai nuovi media*
M. Gianotti
5. *Manuale di legislazione universitaria*
V. Lanza
6. *Diritto dello spettacolo*
G. Del Re
9. *Marketing thriller. Appunti di management per l'avviamento all'imprenditorialità*
W. Forresu
10. *Sistema Europa. L'organizzazione politica dell'Unione Europea*
A. Figus
12. *La Mediazione. Profili giuridici. Pianifica il tuo futuro*
FormaMed, a cura di L. Morello e A. Rizzello

14. *Polizia giudiziaria. Nozioni operative per ufficiali ed agenti*
F. Carta, I. Leo, F. Pavone
15. *Notes on International economics et finance*
A. Fadel, M. Iezzi
16. *Managing a small business in the contemporary environment*
International Authors, a cura di M. Porada–Rochón
19. *Gli atti di polizia giudiziaria. In memoria di Giovanni Falcone e Paolo Borsellino*
F. Carta, P. Leporale, F. Pavone
20. *Manuale di scrittura per la comunicazione. Come progettare, organizzare e gestire testi in modo professionale*
M. Infante
21. *I rischi d'impresa. Guida alla loro identificazione, analisi, valutazione e controllo*
G. R. Croce
22. *Giovani professionisti e società professionali. Le risorse europee ed il ruolo delle regioni*
N. Ferrelli
23. *L'India: da Paese in via di sviluppo a potenza economica. Strategia di sviluppo e ruolo dei mercati finanziari internazionali*
E. Scridel
24. *Business Planning*
M. Parisi

26. *Identità a confronto. Breve manuale di antropologia dell'attualità*
A. M. Cossiga
28. *Prontuario di Diritto ecclesiastico italiano*
A. Blasi
30. *L'idea olimpica. Dall'antica Grecia a de Coubertin*
M. Pescante, P. Mei
32. *Management story. Guida al management etico per corsi universitari e l'aggiornamento di manager pubblici e privati*
W. Forresu
34. *Sistema Ucraina*
A. Figus
40. *Trappole in maschera. Come legarsi all'albero della nave quando le sirene tentatrici compaiono nel mare dell'economia e della finanza*
W. Forresu
42. *Il Bilancio di Esercizio: Principi civilistici e fiscali*
O. Cosentini
44. *Handbook of Europe Union political organization, law and international relations*
A. Figus
45. *Casi e Materiali di Politica Fiscale dell'Unione Europea e degli Organismi Sovranazionali*
P. Valente
46. *Il Bilancio dell'Impresa Bancaria*
O. Cosentini e C. Ippoliti

47. *Handbook and glossary of diplomatic sciences*
A. Figus
48. *Casi e Materiali di Diritto Tributario Internazionale*
P. Valente
51. *Riconoscimento dei titoli accademici e professionali*
A. Bianchi Conti, T. Cuomo
52. *International Taxation & Tax Policy. Practical Insights in a Dynamic Multilateral Environment*
P. Valente
53. *Le creazioni intellettuali derivate nel diritto d'autore*
E. Sbarbaro
54. *I Bilanci Consolidati e Straordinari: Principi civilisti*
O. Cosentini
55. *Politica e diplomazia dello sport. La pace in campo: da Olimpia ai giorni nostri*
M. Pescante e P. Mei
57. *Il Bilancio dell'Impresa Bancaria* (Nuova Edizione)
O. Cosentini e C. Ippoliti
59. *Crisi da sovraindebitamento: mezzi e strumenti di risoluzione*
L. Giannini
60. *Sistema Europa. Organizzazione politica dell'Unione europea: uno sguardo oltre*
A. Figus
61. *Polizia Giudiziaria. Riferimenti normativi, attribuzioni e attività della Polizia Giudiziaria* (Nuova Edizione)
F. Carta e F. Pavone

COLLANA CAMPUS – CONFERENCE PROCEEDINGS

7. *Europa 2020. La sfida della crescita*
AA. VV., a cura di L. Paganetto
8. *Ripresa dopo la crisi*
AA. VV., a cura di L. Paganetto
11. *Verso una nuova Governance Europea*
AA. VV., a cura di L. Paganetto
13. *Il nucleare. Come?*
AA. VV., a cura di L. Paganetto
17. *Mezzogiorno tra crisi globale, Mediterraneo e federalismo fiscale*
AA. VV., a cura di L. Paganetto
18. *Debiti sovrani, banche e crisi dell'Eurozona. Chi paga il conto?*
AA. VV., a cura di L. Paganetto
25. *Patto per l'euro e crescita. L'austerità conviene?*
AA. VV., a cura di L. Paganetto
27. *I fondamentalismi religiosi nel mondo contemporaneo*
AA. VV., a cura di A.M. Cossiga e L. S. Germani
29. *Giustizia sociale, occupazione e crescita. Quali ricette per la "good economy"*
AA.VV., a cura di L. Paganetto
31. *Nuova manifattura, green economy e politica industriale*
AA.VV., a cura di L. Paganetto

33. *La cultura dell'incertezza. Fuzzy-logica-realtà-sanità-arte*
AA.VV., a cura di F. Franci, V. Pagliaro, G. Ricci
35. *In difesa dell'Europa decadente*
AA. VV., a cura di M. Pendinelli e M. Emanuele
36. *Il segno, il linguaggio e l'interpretazione. Il diritto dialoga con l'arte, la letteratura, la religione*
AA. VV., a cura di M. Nuzzo, A. M. Palmieri, F. Petrillo e F. P. Traisci
37. *Industrial compact, Europa e accordi transatlantici*
AA. VV., a cura di L. Paganetto
38. *Ripensare Maastricht*
AA. VV., a cura di L. Paganetto
39. *Disinformazione e manipolazione delle percezioni. Una nuova minaccia al Sistema-Paese*
AA.VV., a cura di L. S. Germani
41. *Il Piano Juncker per l'Europa in crisi. Verso Industria 4.0 e crescita verde?*
AA. VV., a cura di L. Paganetto
43. *Crisi dell'Eurozona: serve un Ministro delle Finanze?*
AA.VV., a cura di L. Paganetto
49. *Il libro aperto e divorato. Bibbia: traduzione e tradizione, cultura e arte*
AA. VV., a cura di G. Benzi
50. *Dialogues around water*
AA. VV., a cura di A. Leto

56. *Il Crowdfunding. Operatività e prospettive di sviluppo*
AA. VV., a cura di R. Galano

58. *Italia in Europa. Idee per uno sviluppo sostenibile*
AA. VV., a cura di L. Paganetto

62. *Balle planetarie. Guida alla lettura e all'utilizzo consapevole
dei media nell'era della fabbrica globale delle fake news*
AA. VV., a cura di L. Cerasa

COLLANA CAMPUS – RICERCA

1. *Il fabbisogno nel territorio dell'Agro Romano.
Un'analisi sociologica*
N. Ferrigni, P. Gramiccia, A. Micocci
2. *C'era una volta l'ultrà*
R. Masucci, N. Ferrigni
3. *Generazione Proteo
Giovani e Politica: opinioni, impegno e aspettative*
N. Ferrigni
4. *Il Ciclismo.
Tra percezione e comunicazione – 1° Rapporto Nazionale sul
ciclismo*
AA. VV., a cura di N. Ferrigni
5. *Dieci anni di ordine pubblico.
Focus sulle manifestazioni politiche – sindacali – sportive*
A Forgiione, R. Massucci, N. Ferrigni
6. *Le sfide della scuola nell'era digitale.
Una ricerca sociologica sulle competenze digitali dei
docenti*
AA. VV., a cura di S. Capogna, A. Coccozza e L.
Cianfriglia

Eurilink University Press, nata nel 2006, è la casa editrice della Link Campus University, Università italiana non statale legalmente riconosciuta, con forte vocazione internazionale.

Mission della casa editrice è quella di creare un'azione di "ponte" culturale tra il lettore e la società globale, l'università e il mondo del lavoro, i cittadini e le Istituzioni, proponendo pubblicazioni di elevato spessore, umano e culturale, con contenuti chiari e approfonditi, in grado di affrontare tutte le tematiche emergenti del nostro tempo e le prospettive dibattute a livello internazionale.

Eurilink pubblica in lingua italiana e in lingua inglese utilizzando anche lo strumento di diffusione informatica.

Le linee guida editoriali sono individuate da Comitati Scientifici e dalle Direzioni Editoriali delle diverse collane. Le pubblicazioni dedicate alla Formazione Universitaria e alla Ricerca Scientifica, sono sottoposte a sistema di peer review.

L'offerta editoriale si articola in 5 grandi aree alle quali afferiscono 16 differenti collane:

A. ACCADEMIA: COLLANE CON FOCUS UNIVERSITARIO

- *Studi e dialoghi giuridici*: norma e diritto vivente. Ambito Privatistico (*Critical Studies in Private Law*) e Ambito Pubblicistico. Collana specialistica di riferimento del Corso di Laurea a ciclo unico di Giurisprudenza
- *Studi politici, economici, diplomatici e internazionali*: analisi dei processi di globalizzazione dei fenomeni politici e delle relazioni tra i Paesi; collana di riferimento dell'omonimo Corso di Laurea e di Laurea Magistrale
- *Studi di comunicazione digitale*: innovazioni nei mezzi di comunicazione e pubblicità; collana di riferimento dell'omonimo Corso di Laurea e di Laurea Magistrale
- *Studi di management, finanza e fiscalità dell'impresa*: analisi e metodologie; collana di riferimento dell'omonimo Corso di Laurea e di Laurea Magistrale
- *Campus*: collana che riflette il dibattito culturale e scientifico dell'Università e della Fondazione, oltre che le attività di formazione professionale, universitaria e post universitaria e i risultati delle attività di ricerca (*Handbook, Conference proceedings, Ricerca*)
- *Alumnia*: pubblicazioni dei laureati che hanno ottenuto la dichiarazione di "dignità di stampa" da parte delle relative Commissioni di Laurea
- *I codici*: raccolta di norme per le varie aree del diritto, italiano e internazionale

B. ATTUALITÀ INTERNA E INTERNAZIONALE

- *Tempi Moderni*: attualità politica, economica e sociale – italiana ed internazionale
- *Eurinstant*: temi emergenti rappresentati con dati e informazioni per una lettura veloce
- *La Critica*: analisi e interpretazione dei fenomeni culturali e sociali del nostro tempo
- *I Saggi*: approfondimenti monografici nelle diverse discipline

C. STORIA

- *Tracce*: ritratti e biografie, racconti e percorsi di vita
- *Historia*: studi storici, in grado di fornire contributi, anche inediti, alla comprensione di fatti e di relazioni che costituiscono le radici storiche della nostra civiltà

D. ARTE E CULTURA

- *Arti e Tradizioni*: manifestazioni dell'arte e rappresentazione delle tradizioni delle regioni d'Italia
- *Link*: pubblicazioni con specifica attenzione alla lingua e alla cultura di paesi emergenti

E. ISTITUZIONI

- *Pubblicazioni di servizio*: per Enti o Istituzioni varie, interne e internazionali

All'offerta editoriale pubblicata nelle diverse collane si aggiungono:

1. RIVISTE

- *Translation. A transdisciplinary journal* that collects and represents the ways in which translation, a fundamental element of culture transforms our contemporary world (*print and on line*)
- *Amministrativ@mente* Rivista di Diritto Amministrativo (*on line*)

2. COEDIZIONI: pubblicazioni in collaborazione con altre case editrici – non italiane – finalizzate ad una più estesa divulgazione anche all'estero

3. ANNALI

- *Annali del CERSIG* (Centro di Ricerca sulle Scienze Giuridiche)
- *Annali del DISEC* (Centro di Ricerca “Dinamica dei Sistemi Economici Complessi”)
- *Annali dell'Università degli Studi “Link Campus University”*

4. QUADERNI

- *Quaderni di ricerche ermeneutiche*



Link Campus University, Università non Statale legalmente riconosciuta dall'Ordinamento Universitario Italiano ai sensi del DM 21 settembre 2011, pubblicato in G.U. Serie Generale n. 268 del 17 novembre 2011. Già sede a Roma dell'antica Università di Malta, è stata la prima Università straniera autorizzata a operare in Italia (D.M. 27.11.1999).

Link Campus University nasce come una "unità scientifica" internazionale, multidisciplinare, interdisciplinare, focalizzata sui cambiamenti e sulle sfide che, a livello globale, investono i diversi ambiti della conoscenza e della ricerca.

Obiettivo generale è quello di rendere la nuova classe dirigente capace di operare in termini di "problem solving" nelle aree del sapere economico, giuridico e politico, con grande sensibilità e capacità creativa e comunicativa.

L'approccio comparatistico dello studio dell'economia, del diritto e dell'amministrazione della politica, consente di creare un laureato con un profilo integrale sia sul piano della connessione fra culture e lingue diverse sia su quello dell'interdipendenza fra l'area pubblica e quella privata, per preparare la nuova classe dirigente a operare nei diversi sistemi e Paesi, garantendo ai giovani possibilità vincenti nella mobilità del mercato globale del lavoro.

Accordi di cooperazione con importanti Università straniere con corsi di laurea congiunti, Master e ricerche comuni, consentono l'insegnamento contestuale in più lingue con docenti provenienti da importanti università del mondo, abituando lo studente ad affrontare il mercato del lavoro sempre più proteso verso l'internazionalizzazione.

L'offerta formativa di Link Campus University comprende:

Lauree in: Economia Aziendale Internazionale, Scienze della Politica e dei Rapporti Internazionali, Comunicazione Digitale e DAMS.

Laurea Magistrale a ciclo unico di 5 anni in: Giurisprudenza.

Lauree Magistrali in: Gestione Aziendale, Studi Strategici e Scienze Diplomatiche, Tecnologie e linguaggi della Comunicazione

Master in Business Administration in: Applied Economic Science; Diritto e Management dello Sport.

Master di secondo livello in: Joint Energy and Environment Management in Italy and Mediterranean Area; Sustainable Mobility and Transport; Scienze Economiche e Bancarie; Intelligence e Sicurezza; Gestione dei Beni Culturali; European Funds Manager: Value Chain per lo Sviluppo Territoriale; Cultura 4.0: Valorizzazione, Marketing, Tecnologia, Finanza, Management per il Museo del Futuro; Governance Innovativa dei Sistemi



Urbani Multietnici; Governo dei Flussi Migratori; African Studies. Trade, Cooperation and Partnership for Africa Development.

Master di primo livello in: Media Entertainment; Anticorruzione: un Nuovo Modello di Etica Pubblica; Crime Science& investigation; Gestione della Comunicazione Pubblica e Istituzionale; Filmmaking; Smart Public Administration; Luxury and Fashion Management; Sicurezza Informatica e CyberSecurity; Hacker Security. Ingegneria della Sicurezza; Sicurezza Pubblica e Soft Target; Editoria 4.0; Migrazioni Forzate e Tutele Internazionali e Nazionali; Negotiation and Conflict Resolution Strategies; Pianificazione e Gestione di Eventi Culturali per la Valorizzazione del Territorio; Professioni dell'Editoria.

Finito di stampare nel maggio 2019
da “Press Up s.r.l.”
01036 Nepi (VT) – Via Cassia Km 36,300
per conto di Eurilink University Press