

Convegno promosso dall'Istituto Gino Germani e dalla Link Campus University

**DISINFORMAZIONE E MANIPOLAZIONE DELLE PERCEZIONI:
UNA NUOVA MINACCIA AL SISTEMA-PAESE**

Roma, Link Campus University, 22 gennaio 2015

RELAZIONE INTRODUTTIVA:

IL PUNTO DI VISTA DEL COMPARTO INTELLIGENCE ITALIANO

Relatore: Rappresentante del Dipartimento Informazioni per la Sicurezza (DIS)

Signore, Signori, buongiorno.

Ringrazio il professor Vincenzo Scotti ed il professor Sergio Germani per l'opportunità che hanno inteso offrire al Dipartimento Informazioni per la Sicurezza di presentare la relazione introduttiva al convegno odierno.

Il tema proposto appare tanto più interessante quanto più grande ne è l'assenza sia dal dibattito pubblico che da quello accademico. Un'assenza che apre, purtroppo, la strada a molti fraintendimenti e banalizzazioni. L'odierno incontro è, quindi, un'occasione sicuramente propizia per avviare un confronto aperto e scientificamente fondato, centrato sulla minaccia al "Sistema-Paese" e non sulla "*business intelligence*", dal quale potranno conseguire interessanti spunti sia sul piano dottrinale che su quello metodologico.

Ho il timore, però, che, parlando di disinformazione e manipolazione delle percezioni, qualcuno possa temere di riceverne oggi un esempio concreto.

Spero, invece, che questa possa essere un'occasione propizia per maturare ulteriore consapevolezza delle minacce incombenti, scambiare esperienze reciprocamente arricchenti e, infine, insieme dare un contributo alla realizzazione dell'auspicio che il Comparto Intelligence italiano ha espresso nella "Relazione sulla politica dell'informazione per la sicurezza 2013" con queste parole: "*L'intelligence deve poter trarre efficacia strategica dall'interazione con le istituzioni e può*

ottenerla con l'integrazione sistemica e di processo. Deve poter contare sulla legittimazione dell'opinione pubblica e può conquistarla spiegando cosa è e cosa fa".

Forse, non potremo soddisfare tutte le nostre curiosità ma, almeno, cercheremo di condividere alcune considerazioni - non fini a se stesse - che sono alla base del nostro "fare". Un "fare" che non è solo dell'Intelligence ma, in una logica partecipativa, si estende a comprendere i diversi attori della società civile fino a coinvolgere il singolo cittadino.

Mi si presenta, quindi, un obbligo di chiarezza, prima di tutto in termini di definizione del tema e delle problematiche; non per pedanteria didascalica ma come necessaria premessa ad una migliore comprensione.

Consentitemi un breve excursus linguistico.

Storicamente il termine "disinformazione" appare in russo (*dezinformatsiya*) nel secondo dopoguerra per stigmatizzare le attività "*capitaliste finalizzate all'asservimento delle masse popolari*".

Il termine passa ad essere utilizzato in inglese e nel 1972 viene definito dal Chambers Dictionary come un "*deliberate leakage of misleading information*"

L'Enciclopedia Treccani, oggi, lo definisce come la "*Diffusione intenzionale di notizie o informazioni inesatte o distorte allo scopo di influenzare le azioni e le scelte di qualcuno*"

Mentre, in Francia, il Larousse individua nel "disinformare" l'azione di "*utilizzare i media per far passare un messaggio suscettibile di ingannare o di influenzare l'opinione pubblica*"

Ancora, in ambito anglosassone, la versione online del dizionario Merriam Webster fissa la nozione di "disinformazione" in "*Una falsa informazione deliberatamente e spesso segretamente diffusa (anche attraverso rumors) al fine di influenzare l'opinione pubblica o di oscurare la verità*"

Last but not least, il nostro Glossario di Intelligence (ed. 2013), reperibile sul sito www.sicurezzanazionale.gov.it la indica come la "*Diffusione di notizie infondate o artatamente distorte al fine di danneggiare l'immagine pubblica di un avversario e/ di influenzarne le scelte*".

Possiamo notare come la “disinformazione” si distingua dalla “Influenza”, intesa, invece, come l’ “attività condotta da soggetti statuali e non, al fine di orientare a proprio vantaggio le opinioni di un individuo o di un gruppo” ma anche dalle “Operazioni Psicologiche” o, come si preferisce oggi definire quell’ambito, dalle attività di “Comunicazione Operativa” consistenti “nel far giungere a comunità, organizzazioni e soggetti stranieri informazioni selezionate al fine di orientarne a proprio vantaggio, opinioni e comportamenti” mentre la “intossicazione” ne costituisce, invece, una specificazione in quanto “particolare tipologia di disinformazione, consistente nel far giungere ad uno stato ostile e/o ai suoi servizi di informazione notizie false per inficiarne funzioni informative e processi conoscitivi e decisionali” (Glossario di Intelligence ed. 2013)

Ci troviamo, quindi, di fronte ad un termine “polisemico”, capace di esprimere più significati a seconda dell’ambito al quale viene applicato.

E’ possibile, però, individuare dei fattori trasversali che possono aiutare nella formulazione di un significato univoco:

- è un’azione deliberata o intenzionale;
- riguarda notizie, informazioni o messaggi, infondate o distorte;
- ha lo scopo di influenzare, ingannare l’opinione pubblica, qualcuno o un avversario (chi si occupa di “Comunicazione Operativa” potrebbe definirla in termini di “*intended* o *unintended audience*”), oppure di oscurare la verità, di opacizzarla (senza però negarla completamente) ma anche di danneggiare l’immagine pubblica;

E’ interessante notare, a quest’ultimo proposito, come la definizione offerta dal Glossario di Intelligence, non priva di un valore intrinsecamente e tendenzialmente dottrinale, introduca l’elemento della “immagine pubblica” ovvero, si potrebbe dire della “reputazione” (riprendendo in parte temi e definizione mutuati dall’ambito dell’intelligence economica/strategica come è stata definita dalla scuola francese della “*Guerre economique*”) e specifichi, relativamente alle attività di “intossicazione”, come in questo caso l’obiettivo sia rappresentato da “*uno stato ostile e/o [dai] suoi servizi di informazione*”.

Considerando anche questa prospettiva ed integrandola con la definizione che è stata data di “influenza”, potremmo aggiungere un’ulteriore specificazione, sicuramente suggestiva ma non priva di coerenza logica, sviluppata dallo scrittore francese Vladimir Volkoff, l’autore del romanzo “Il montaggio” - un vero e proprio manuale della “disinformazione” e dell’ “influenza” - secondo il quale la disinformazione si potrebbe intendere come una “*tecnica che permette di fornire ad un*

terzo delle informazioni generali erranee, portandolo a commettere degli atti collettivi o a diffondere dei giudizi sollecitati dai disinformatori”.

Potremmo, quindi, procedere ad un’ulteriore individuazione di fattori caratterizzanti la disinformazione che, per essere definita tale, sembrerebbe necessitare di:

- un soggetto agente, non necessariamente corrispondente ad uno Stato;
- un obiettivo, generalmente rappresentato dall’opinione pubblica ma suscettibile di cristallizzarsi intorno ad un terzo individuato come “avversario”;
- una notizia, informazione o messaggio (orale, scritto, visuale) oggetto di un processo di “manipolazione” più o meno profondo;
- un’insieme di “tecniche” e di procedure per mezzo delle quali viene modificata la “percezione” del fatto descritto, agendo sulle “attese” dell’*audience* individuata (una efficace descrizione di tali tecniche è quella che Volkoff propone sempre ne “Il montaggio” e viene offerta dall’agente reclutatore Piman al giovane “*opricnik*” Psar riassumendole nelle “10 ricette per la creazione di “informazioni tendenziose”: la contro-verità non verificabile; il miscuglio vero-falso; la deformazione del vero; la modifica del contesto; la sfumatura con le sue varianti: le verità selezionate; il commento rafforzato; l’illustrazione; la generalizzazione; le parti disuguali; le parti uguali)
- un repertorio di strumenti mediatici, che è possibile indicare come “fonti”, tanto più vasto quanto maggiore è la mediatizzazione della società. In questo senso appaiono significative le parole del professor Francois Geré che, introducendo la nozione di “ipermediatizzazione” evidenziava come “*La società ipermediatizzata dà un ruolo crescente all’azione psicologica. Le nuove tecniche elettro-informatiche si aggiungono ai modi di comunicazione precedenti per produrre degli effetti psicologici potenti senza ritardo”.*

Facendo, altresì, leva sui fattori delle notizie e degli strumenti mediatici, sembra, quindi, possibile inquadrare la disinformazione all’interno della più ampia categoria dei fenomeni della comunicazione che, come tali, fanno riferimento ed esprimono degli effetti su tre ambiti, presenti allo stesso tempo: quello strategico, quello simbolico e quello tecnico.

Strategico, perché lo sviluppo di un’attività disinformativa richiede una coscienza (l’intenzionalità), un’organizzazione (un piano di comunicazione strutturato, che, facendo riferimento alla teoria della comunicazione, potrebbe essere assimilato ad un esercizio di “*agenda setting*”, e flessibile, adattabile al mutare delle circostanze) ed una metodologia sicura. Ed anche

perché gli effetti, indipendentemente dal livello in cui sono stati espressi, hanno sempre una portata strategica.

Simbolico, perché il contenuto della disinformazione corrisponde sempre a delle aspettative del destinatario (e, in questo senso ci troviamo di fronte ad una situazione che Christian Harbulot ha, a mio parere, efficacemente definito come “*formattazione della realtà*”), sia questi rappresentato dall’opinione pubblica ovvero, nel caso di intossicazione, da un avversario ben definito, così come alle categorie esistenziali ed ai valori che l’obiettivo esprime e sui quali l’effetto disinformativo fa leva per ottenere gli effetti voluti.

Tecnico perché i media non sono soltanto dei moltiplicatori potenziali della disinformazione, delle mere “casse di risonanza”, ma ne costituiscono la forma stessa e la rappresentazione. Con McLuhan potremmo dire che, anche in questo caso e, forse, mai come in questo caso, “*il medium è il messaggio*”. Senza dimenticare, nel richiamato contesto di “*ipermediatizzazione*” la facilità di modificare la percezione del pubblico, attirandone o allontanandone (con l’attivazione sia di una “*spirale dell’attenzione*” che di una “*spirale del silenzio*”) l’attenzione con l’utilizzo di tecniche di indicizzazione (*Search Engine Optimization*) e con l’individuazione di precisi criteri tassonomici e semantici.

Quindi, sintetizzando, si potrebbe dire, a costo di apparire lapalissiani, che perché la disinformazione prosperi ha bisogno di trovare degli strumenti adeguati ed un ambiente ricettivo procedendo, in una sorta di “gioco a tre” – che in un contesto ancora “tradizionale” Volkoff definiva come “*il Triangolo*” - nel quale chi inizia il processo, il pubblico (che è anche l’ “*elemento di contrasto*”) e la vittima si trovano immersi in una vera e propria costruzione di un’apparenza di realtà. In questo senso poiché la disinformazione riguarda la realtà che descrive, la persona di chi la diffonde ed il danno che provoca nell’obiettivo, la si potrebbe definire, con le parole di Francois Bernard Huyghe come una “*menzogna al cubo*”¹.

In quasi tutti i casi, inoltre – aprendosi ad un contesto che potremmo dire di “*reputation war*” amplificato dal ricorso all’enorme potenzialità degli strumenti digitali - la disinformazione si presenta come la versione politica di ciò che è la diffamazione nell’ambito penale: il fatto di attribuire falsamente a qualcuno un comportamento di cui vergognarsi o che sia indicativo della difficoltà in cui si trova.

¹ Francois Bernard Huyghe, “Médias, pouvoirs et stratégies”

Ci troviamo, quindi, mutuando le stesse categorie della propaganda, ad affrontare della disinformazione “nera” che mente, della disinformazione “grigia” che mischia la verità e la menzogna in parti disuguali, ma non ci troveremo mai di fronte a della disinformazione “bianca” che utilizzi esclusivamente la verità.

Come ricordavo poc’anzi, l’*“ipermediatizzazione”*, lo sviluppo impetuoso della tecnologia informatica, cambia profondamente, al tempo stesso, le facilità, le fragilità e le finalità della disinformazione.

Aumenta la facilità di disinformare nella misura in cui la produzione delle informazioni e dei messaggi è semplificata e resa immediata.

Lo *smartphone* come arma di disinformazione di massa non è soltanto una bella immagine retorica e le possibilità offerte di intervenire nell’alterazione delle percezioni (e qui si potrebbe lungamente riflettere su quanto sia divenuta importante la capacità di controllare l’attenzione dell’*audience* e di stimolare e dirigere il dibattito sui temi funzionali al raggiungimento dell’obiettivo desiderato) sembrerebbero conoscere il solo limite della fantasia di chi le utilizza senza, peraltro, che questi sia obbligato a fare ricorso a strumenti illeciti.

Da questo deriva che la propagazione della disinformazione sembrerebbe eludere, almeno in una democrazia matura, le possibilità di imbrigliarla, nella misura in cui da parte dei ricettori (degli *“elementi di contrasto”*) si manifesta la tendenza ad attribuire credibilità a tutto quello che viene dalla “Rete” o, *a fortiori*, è stato condiviso ed amplificato attraverso i social network in una vera e propria azione di *“strutturazione dell’opinione pubblica”*.

Non è soltanto un fattore psicologico che entra in gioco ma la naturale conseguenza della disponibilità immediata di un’enorme massa di dati alla quale viene attribuito, per questo stesso fatto, un valore veritativo e, oserei dire, profetico.

Aumentano, nello stesso tempo, le vulnerabilità e le fragilità degli obiettivi: nessun soggetto statale sembra essere in grado di controllare e prevenire la diffusione di un’informazione sul proprio territorio ma soltanto di agire ex post con una reazione che appare comunque tardiva.

Ma le istituzioni così come i diversi soggetti imprenditoriali, soffrono della stessa fragilità psicologica che affligge l’opinione pubblica e, a fronte delle sollecitazioni che ricevono dal web, appaiono sempre più sensibili alla vulnerabilità della propria immagine.

Cambiano, infine, le finalità della disinformazione che, pur mantenendo la propria specifica capacità di danneggiare l'immagine pubblica e influenzare le scelte, diventa, sempre di più, uno strumento integrato all'interno dell'articolata panoplia dell'*information warfare*, fino ad ipotizzarne l'utilizzo in uno scenario di paralisi delle infrastrutture critiche di un Paese ovvero della condotta di operazioni psicologiche rivolte contro la sua opinione pubblica.

Attività queste, per le quali potrebbe non essere immediatamente evidente la riconducibilità ad un soggetto statale, ad un'azienda, a dei criminali oppure a militanti politici o religiosi radicalizzati.

Aumentano, quindi, ed in modo apparentemente esponenziale, i margini di incertezza a fronte dei quali appare necessario dotarsi di strumenti logici, dottrinali e tecnologici idonei alla individuazione precoce dei rischi ed alla loro valutazione ed analisi.

Se è vero quello che ha ricordato il report 2013 del World Economic Forum, stigmatizzando come *“la disinformazione digitale sia uno dei principali rischi della società moderna”*, è altrettanto vero che il problema non è soltanto dato dall'ampiezza e dalle potenzialità del mezzo tecnologico ma, soprattutto, dalla *“mancanza di una preparazione scientifica da parte di chi fornisce, e fruisce, le notizie”*. Questa affermazione, recentemente fatta dal Vice presidente del Consiglio Scientifico del CNR, la professoressa Rosaria Conte, mette, per contrasto, in risalto la capacità del Comparto Intelligence italiano di affrontare efficacemente la sfida a protezione degli interessi politici, militari, economici, scientifici e industriali dell'Italia.

Una capacità – ed un'attitudine - fatta di metodo e disciplina, di capacità di distinguere l'informazione corretta e di veicarla nel modo giusto, al momento giusto ed al destinatario che ne ha rappresentato l'esigenza, che costituisce la cifra distintiva del lavoro dell'intelligence.

A fronte di un rischio disinformativo considerato pervasivo, aumenta la necessità di dotarsi di strumenti e capacità idonei a garantire una copertura oggettiva ed affidabile della produzione mediatica, avendo sempre ben chiara l'esigenza indefettibile di rispettare le libertà garantite dalla Costituzione e richiamate dalla legge di riferimento, la 124/2007 (nello specifico: personalità individuale, libertà personale, libertà morale) rispetto alle quali non è possibile invocare l'applicazione di speciali cause di giustificazione di una condotta prevista dalla legge come reato.

A questo non può essere disgiunto lo sviluppo di una rigorosa metodologia di valutazione e descrizione delle fonti, informata ai più aggiornati standard accademici, e di coerente e rigorosa analisi delle linee di comunicazione.

Proprio in questo senso, occasioni come quella odierna, rappresentano una concreta realizzazione dell'anelito di perseguire un costante *“arricchimento del bagaglio di competenze analitiche del Comparto avvalendosi dell'esperienza e delle conoscenze accademiche e dei centri di ricerca”*².

La consapevolezza di avere di fronte minacce, *“traslate da fonti lontane, immateriali, spesso attraverso il web”*³, che sfruttano le opportunità di diffusione offerte dal nostro sistema di garanzie democratiche, rende tanto più urgente manifestare *“il senso del legame inscindibile tra sicurezza e libertà”*⁴.

Proprio in questo senso, in una cornice nella quale si è efficacemente concretizzata l' *“unitarietà nel modo di pensare, nonché di individuare, analizzare, prevenire e contrastare le minacce geografiche e fenomeniche alla sicurezza nazionale”*⁵, *“il tratto qualificante delle attività del Comparto è ...quello di [saper] coniugare l'incremento nell'efficacia e nella capacità operativa con un saldo ancoraggio alla Costituzione e con il più scrupoloso rispetto dei principi fondamentali dell'ordinamento democratico”*⁶.

La cronaca di questi ultimi giorni ha evidenziato, ancora una volta, *“seri dilemmi nel bilanciamento fra presidio della sicurezza nazionale e tutela di diritti come la privacy, divenuti punti cardine del sistema delle libertà che qualifica le democrazie occidentali”*.

In questo sta la sfida dell'innovazione che vogliamo sostenere uniti, ricercando, come in questa prestigiosa sede universitaria, un *“sempre più esteso outreach verso i soggetti pubblici e privati che concorrono alla comune responsabilità per la tutela della sicurezza del Paese”*.

Con questo auspicio, auguro ai relatori e a tutti gli intervenuti una proficua sessione di lavoro.
Grazie

² Sistema di Informazione per la Sicurezza della Repubblica, “Relazione sulla politica dell'informazione per la sicurezza 2013”

³ ibidem

⁴ ibidem

⁵ ibidem

⁶ ibidem