

Distinguere il sacro dal profano

COMUNICAZIONE / «La persuasione della propaganda» è l'ultimo libro pubblicato dal ricercatore Alessandro Trivilini - Un pratico manuale per aiutare giovani e meno giovani a non farsi «fregare» nelle più svariate situazioni: dalle truffe informatiche fino al terrorista che cerca nuovi adepti

Paolo Gianinazzi

Una truffa informatica via e-mail, un «like» su Instagram, il tentativo di adescamento da parte di un terrorista tramite una chat. Tre azioni che, almeno apparentemente, non hanno nulla in comune tra loro. Eppure, nel complesso mondo che ci circonda, un tema in comune ce l'hanno: la persuasione, o perlomeno il tentativo di persuadere qualcuno a fare qualcosa tramite determinate tecniche comunicative. Proprio attorno al tema della persuasione ruota l'ultimo libro di Alessandro Trivilini, responsabile del Servizio informatica forense del Dipartimento tecnologie innovative della SUPSI. «La persuasione della propaganda» è il titolo del volume in pubblicazione in questi giorni. Ma a far veramente capire l'intento di questo agile libro accessibile a tutti è il sottotitolo: «Manuale contro la radicalizzazione e l'estremismo violento». Un testo quindi a scopo divulgativo che, ci spiega lo stesso autore, vuole fornire a tutti, giovani e meno giovani, «una cassetta degli attrezzi» per capire quando qualcuno o qualcosa, con intenzioni buone o meno buone, cerca di persuaderci e di farci fare (spesso a nostra insaputa) qualcosa contro la nostra volontà. E, come detto, si tratta di una «cassetta degli attrezzi» che può venir utile nelle più svariate situazioni. Determinate tecniche di persuasione (che l'autore passo per passo approfondisce nel testo) vengono infatti utilizzate nei campi più diversi: si passa dal tentativo di rubare i nostri dati (o peggio) tramite una truffa informatica via e-mail (il cosiddetto phishing) alla maniera in cui gli algoritmi ci propongono in modo mirato le pubblicità online che vediamo sui nostri schermi tutti i giorni. Ma non solo: nei casi più estremi, e lo abbiamo visto bene anche in Europa dal 2015, sono le organizzazioni terroristiche a sviluppare tecniche di persuasione (e di propaganda ideolo-



La pandemia ha reso la vita dei «truffatori» più facile perché sanno che possono sfruttare le nostre fragilità.

© CDT/CHIARA ZOCCHETTI



«Il malintenzionato cerca di far leva sulle nostre emozioni per ottenere una reazione da usare a suo favore

gica e religiosa) per reclutare nuove leve, magari mirando ai più giovani via social network o tramite le chat sui loro telefonini. Ed è proprio qui che si inserisce questo pratico ma-

nuale, ideato da Trivilini partendo dal modello scientifico che ha sviluppato al Politecnico di Milano per formare i magistrati a condurre con efficacia un interrogatorio forense. Un libro (ordinabile sul sito www.trivilini.info) realizzato non a caso con il sostegno della Piattaforma cantonale di prevenzione della radicalizzazione e dell'estremismo violento.

Come una cassaforte

Ma come fare, dunque, per riconoscere i primi segnali di qualcuno che cerca di convincerci a compiere qualcosa contro la nostra volontà? Risponde Trivilini: «Il ritmo. È spesso la ritmica uno degli elementi che contraddistingue l'azione di qualcuno o qualcosa che ci avvicina per convincerci delle sue buone (apparenti) intenzioni. C'è una certa ripetitività, una certa insistenza da par-

te di questa persona. Una sorta di 'bombardamento' di informazioni. E questo perché la persuasione non avviene con uno schiocco delle dita. È un processo che richiede del tempo». Per dirla con una metafora: «È come se il persuasore si trovasse davanti a una cassaforte da aprire, ascoltando ogni rumore per trovare la combinazione giusta». E spesso, e questo è un altro elemento che torna sovente nel libro, uno degli strumenti per aprire quella cassaforte sono le emozioni: la rabbia, il risentimento, ma pure la gioia, poco importa. Ancora Trivilini: «In questo processo la persona cerca di far leva sulle nostre emozioni per suscitare in noi una reazione. E quando ottiene questa reazione la sfrutta a suo vantaggio per ottenere ciò che cerca».

Ma non si pensi solo al terrorista che cerca di adescare

nuovi adepti. Anche i social network e gli algoritmi su cui sono basati, per fare un esempio che tocca tutti noi, funzionano con questa logica: «Perché Instagram d'improvviso ci propone un post di Chiara Ferragni? Magari perché poco prima ne abbiamo visto uno di Bobo Vieri e ha suscitato in noi una reazione, mettendo il like. E allora l'algoritmo sa benissimo cosa proporci di volta in volta per tenerci il più possibile incollati allo schermo». Lo stesso meccanismo, per citare un altro esempio attuale, che sfruttano le fake news per portarci a «cliccare»: un titolo accattivante, una reazione di sdegno e il «click» è servito.

Tutte situazioni che nella stragrande maggioranza dei casi avvengono nell'inconsapevolezza della «vittima». Senza dimenticare che, spiega ancora Trivilini, la pandemia ha reso la vita dei persuasori più

facile: «Da una parte ha accelerato il processo di digitalizzazione, portando molta gente a usare più sovente la tecnologia. E dall'altra ha fatto emergere in tutta la società un'importante fragilità emotiva, che i malintenzionati possono sfruttare». «Si pensi - aggiunge il ricercatore - all'aumento dei casi di phishing in questo periodo. I truffatori sanno che possono sfruttare la fragilità delle persone in questo particolare momento». Ed ecco che, dall'importanza sempre più attuale di imparare a riconoscere i segnali della persuasione e della propaganda, l'autore ha voluto proporre questa «cassetta degli attrezzi» di cui si parlava all'inizio. «È un piccolo ma efficace manuale per capire come muoversi (giovani e adulti) in una società in cui distinguere il sacro dal profano diventerà sempre più difficile».

CICLOPARK®

MARINOBERNASCONI SA

la tettoia®

Sto arrivando l'estate e la voglia di godersi le giornate all'aria aperta



proteggi le tue passioni

