

# I troll russi dietro le rivolte black

» VALERIO CATTANO

Di mandare i parà, come in *Alba Rossa* (John Milius, 1984) non c'è più bisogno. A destabilizzare un Paese possono contribuire i social network, se utilizzati in modo sapiente. Così, durante la campagna elettorale del 2016, negli Stati Uniti, una “fabbrica di troll” con sede a San Pietroburgo in via Savushkin 55 affila le tastiere con



tre obiettivi: innalzare le tensioni razziali, attizzare le polemiche sulle leggi in materia di armi e provare a far leva sul malcontento degli Stati rispetto a Washington lanciando l'idea di un Texas indipendente: uno schema che richiama la voglia di secessione della Catalogna, della Brexit e del fronte anti-euro.

SEGUE A PAGINA 19

## LA STORIA La campagna elettorale del 2016 inquinata sui social

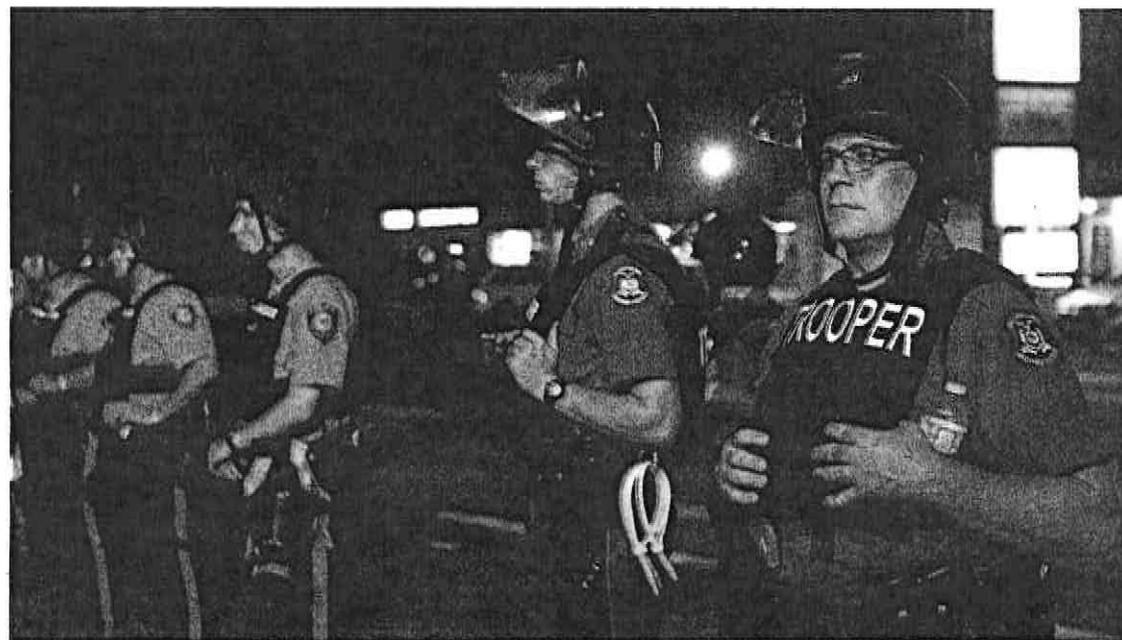
# Obiettivo caos: la pattuglia dei troll russi contro gli Usa

SEGUE DALLA PRIMA

» VALERIO CATTANO

Tutto va bene al Cremlino, basta che si semini zizzania per frantumare il fronte occidentale. “Il compito non era quello di sostenere Trump - ha raccontato un dipendente - ma evidenziare problemi già esistenti negli Stati Uniti”. La prova generale c'era stata nel 2015: attraverso un annuncio a New York, erano stati promessi hot dog gratis in una certa strada. S'era presentata una folla di persone. A San Pietroburgo la scena era stata osservata attraverso webcam e aveva suscitato approvazione: era possibile sollecitare concentramenti di persone grazie ad annunci appropriati.

L'INCHIESTA è stata portata avanti dall'agenzia giornalistica russa *Rbc* che è la prima ad affiancare l'indagine sul Russiagate. Al lavoro di *Rbc* danno credito il *Guardian*, che ieri ha rilanciato i risultati del dossier, e la *Cnn* che aveva riferito di una scoperta delle autorità americane: *Blacktivist*, profilo molto attivo sui social in difesa degli afroamericani, era in realtà inquinato da falsi profili di impostori russi. *Rbc* ha contato 16 gruppi relativi alla campagna *Black Lives Matter* - il più organizzato era *Blacktivist* - con 1,2 milioni di iscritti. Della “fabbrica dei troll” - secondo *Rbc* - faceva parte *Internet Research Agency*, oggi non più attiva; quella che è operativa in via Savushkin 55 è una holding in cui entrano ed escono diverse sigle. Ne fa parte anche l'Agenzia Fed-



**Non solo pro Trump**  
Rivolte razziali e Texas indipendente, l'hacker confessa: “Puntavamo su tensioni già in atto”

rale di Notizie (FAN), dedicata al notiziario interno. In coincidenza con la campagna elettorale per le presidenziali del 2016 *Internet Research Agency* lavora parecchio per reclutare personale, ac-

quistare annunci sui social, e organizzare attivisti per proteste direttamente negli Stati Uniti. Fra agosto e settembre dello scorso anno, Facebook, Instagram e Twitter hanno sospeso 118 comunità e account: i contenuti prodotti durante la sfida fra i candidati alla Casa Bianca erano in grado di raggiungere 30 milioni di utenti a settimana: Facebook ha ammesso al Congresso Usa che gli annunci pubblicitari acquistati da account legati ai russi erano stati letti da dieci milioni di persone.

L'agenzia di San Pietroburgo

nel 2016 poteva contare su un piccolo esercito: 250 persone, 80 di loro assegnate al “desk Stati Uniti” finanziato con 60-70 milioni di rubli l'anno. *Rbc* sostiene che a capo di questo settore c'era Dzheikhun Aslanov, di origini azere. Chi sia il vero proprietario non è chiaro, si è parlato di Evgheny Prigozhin, lo “chef del Cremlino” così chiamato per aver vinto l'appalto per servizio di catering e inserito nell'elenco delle persone colpite da sanzioni negli Stati Uniti per il loro ruolo nella crisi ucraina. Nel 2015 era iniziato il reclutamento:

annunci pubblicati su *SuperJob* che offrivano impiego a “operatori Internet” anche per turni notturni, in cambio di una paga di 40-50 mila rubli al mese (800 dollari). Requisiti: capacità di scrivere su argomenti “di natura giornalistica e analitica”, buona lingua inglese.

**RBC RACCONTA** che se un account o comunità veniva bloccato per le sue provocazioni - è stato il caso di *Heart of Texas*, *United Muslim of America*, *Blacktivist* - si acquistavano nuovi server proxy per poter contare su altri indirizzi IP e riprendere l'attività; 120 mila dollari sarebbero stati spesi per comprare annunci sui social, una notizia confermata dal responsabile della sicurezza di Facebook al Congresso (acquisto di annunci per 100 mila dollari).

*Internet Research Agency* aveva speso anche per organizzare proteste negli Usa grazie a un centinaio di attivisti reclutati sul web, con annunci in inglese. Lo scopo era quello di “fare casino”: promuovere tensioni razziali, fomentare l'idea di un Texas secessionista, individuare come tema scottante la presenza di migranti illegali, sostenere il diritto di possedere armi. Una volta si chiamava “strategia della tensione” e si faceva con le bombe; ora basta una pattuglia di troll.

Stato d'allerta Poliziotti armati durante una delle tante rivolte razziali nel Missouri Ansa

**Matrioska**  
La fabbrica dei troll di San Pietroburgo è formata da dieci aziende che si occupano a vario titolo della “diffusione di contenuti web”  
Lo stipendio di un troll è intorno agli 800 euro al mese più premi legati ai risultati (like, retweet)  
I dirigenti guadagnano dai 2.000 euro al mese in su