

Patrimonio informativo e guerra dell'informazione

Attualmente la guerra dell'informazione rappresenta l'elemento centrale dei rapporti di forza nel mondo economico e non solo. Tuttavia, si tratta di una questione relativamente nuova che solo di recente, di fronte all'aumento delle infrazioni e degli altri reati che colpiscono l'attività dell'impresa, ha cominciato a sollevare un dibattito in Francia all'interno degli ambienti economici. Per ben inquadrare l'argomento, appare però opportuno partire dalla dottrina, da che cosa siano la guerra dell'informazione e i rapporti geopolitici e come questo insieme coinvolga il mondo degli affari.

Innanzitutto, occorre definire la guerra dell'informazione, la quale comporta due aspetti principali: da un lato, si tratta di una guerra che si basa sui dati e sugli scontri cibernetici (i contenitori); dall'altro, essa si fonda sulla credenza e sull'ideologia (i contenuti). Si tratta di una guerra straordinariamente paradossale, poiché è una guerra in cui non esiste la pace, nel senso che non si firmano trattati di guerra dell'informazione, né si viene mobilitati per combatterla. Naturalmente, questi sono dei paradossi rispetto alla forma tradizionale della guerra così come è conosciuta: nella guerra d'informazione, infatti, non ci sono armi, ma strumenti di conoscenza, schermi e computer; il conflitto dell'informazione non si apre con una dichiarazione di guerra e non si conclude con un trattato di pace; non vengono oltrepassati i confini degli Stati, ma si combatte nel mondo dei media e dell'informazione. Tuttavia la vera questione che pone la guerra dell'informazione, se si considerano i conflitti come la prosecuzione della politica con altri mezzi, è rappresentata dalla sua finalità. Qual è, dunque, l'obiettivo della guerra dell'informazione?

Quando si approfondisce il concetto di guerra d'informazione e lo si applica al mondo imprenditoriale, si scopre che i manager delle aziende non sono stati preparati a riconoscere questa criticità e tutelarsi dagli attacchi. Infatti, i manager d'impresa sono stati preparati a fare meglio della concorrenza, ma non a lottare contro un avversario, a contrastare attacchi che mirano a provocare un danno all'azienda, a combattere nel campo della reputazione e così via. Inoltre, la guerra dell'informazione solleva delle questioni politiche e strategiche nuove che

richiedono un pensiero strategico innovativo. Ciò appare ancor più necessario di fronte a quello che sembra essere un possibile, o probabile, cambiamento di atteggiamento da parte degli Stati Uniti di fronte al problema della guerra informatica. Infatti, dal 1995 circa, sotto l'amministrazione Clinton, gli Stati Uniti hanno cominciato a interessarsi alla questione, attraverso la creazione di numerosi *think tank* e l'elaborazione di rapporti e budget specifici in attesa di una vera e propria "cybergeddon" che potrebbe generare un disordine totale in un Paese estremamente dipendente dalle sue strutture informatiche e di comunicazione come gli Stati Uniti. Peraltro, appare interessante notare come essi interpretino la guerra dell'informazione con una griglia di lettura propria della Guerra Fredda, quando la guerra dell'informazione era stata concepita, in termini di contenitore, per paralizzare le comunicazioni della NATO in caso di aspro conflitto e, sul piano del contenuto, per influenzare le opinioni pubbliche e infiltrare le intelligence.

L'aspetto paradossale della guerra dell'informazione è ben rappresentato dalla contrapposizione di due rapporti: da un lato, il rapporto di Libicki, che fondamentalmente sostiene l'esistenza di una forte angoscia nel contesto geopolitico e militare; dall'altro, il rapporto della RAND Corporation, che rivela come nel campo economico gli Stati Uniti siano molto proattivi in termini di azione, di influenza tramite l'informazione e di occupazione del terreno tramite Internet. Gli USA vogliono, infatti, essere i leader del mercato privato dell'informazione, con tutto ciò che questo comporta. Si tratta del cosiddetto "lead commerce", basato sul predominio nel campo della conoscenza. Inoltre, la supremazia crescente degli Stati Uniti è accompagnata da un altro fattore, ovvero il fatto che i suoi vassalli non prendono parola su queste questioni, non sollevano alcun problema, non denunciano gli attacchi di guerra dell'informazione da parte di attori d'oltreoceano.

Dunque, il paradosso è questo: se da un lato, il rapporto Libicki rileva e denuncia il pericolo geopolitico e militare, dall'altro, c'è un vero e proprio buco nero, in quanto non esiste l'equivalente di Libicki in termini di rivendicazione del predominio americano, che anzi poco comprendiamo, dal momento che rivendicare tale supremazia in campo economico e geo-economico significherebbe perturbare il sistema di equilibri esistente tra l'Europa e gli Stati Uniti. Dopotutto, la grande capacità degli USA è proprio quella di nascondere la grande vittoria che

hanno riportato all'interno del mondo occidentale, ovvero il predominio informativo in tutte le sue forme, e di cui il controllo di Internet rappresenta solo uno dei tanti mezzi per assicurarsi tale dominio.

Si deve peraltro riconoscere che l'elezione di Obama ha riattivato tutta una cultura politica che esisteva durante gli anni dell'amministrazione Clinton, legata alla strategia di "allargamento", ovvero di espansione del modello americano e di dominio tramite le tecnologie dell'informazione. A questo proposito, appare interessante confrontare il discorso che tenne Al Gore, ancora durante la presidenza Clinton, sulla diffusione dei valori americani del mercato e della democrazia pluralista, del tutto inseparabili dalle tecnologie dell'informazione, e il discorso di insediamento di Obama. Quest'ultimo, in particolare, ha ripreso la tematica del "soft power" riattualizzandolo e affermando la necessità che gli Stati Uniti ritrovino la propria attrattività e scoprano un modo per formattare le menti, in una logica per cui le alleanze possano trovare un sostegno naturale dal fatto che si è formati sullo stesso modello. Esiste dunque un "consenso" evidentemente americano, ma con un'alternanza tra una logica (molto approssimativamente) repubblicana, ereditata dalla Guerra Fredda, e una logica clintoniana di "soft power" che ritorna in questo momento e si presenta attualissima, in particolare con un nuovo presidente appassionato di Twitter, smartphone, Internet e tutto ciò che è rappresentato dalle nuove tecnologie.

Davanti ai nostri occhi prende così vita un paradosso originale: se ascoltiamo Libicki e le persone intorno a lui, in particolare all'interno del Pentagono, c'è angoscia rispetto alla strategia, intesa nel senso classico del termine, in ambito geopolitico e militare. Dall'altro lato, invece, non troviamo alcuna angoscia perché non ci sono i presupposti per percepirla: nel campo del dominio geo-economico del mondo, gli Stati Uniti hanno per ora ampiamente vinto. L'aspetto originale di questo paradosso è che, se si utilizza una logica propria dell'impero, nel senso storico del termine, è la prima volta che si vede uno Stato esercitare l'egemonia sul resto del mondo senza poter assumere pubblicamente il suo trionfo, pur sapendo perfettamente di incarnare la supremazia. L'impero è vincitore, ma non può rivendicare la propria vittoria nel campo geo-economico. E qui non c'è alcuna angoscia: quando le aziende americane conducono delle azioni

di guerra informativa contro dei bersagli, siano essi asiatici, europei o di altra provenienza, la strategia è chiara e l'obiettivo evidente. Invece, nelle Grandi Scuole, francesi o di altri Paesi, queste questioni sollevano degli interrogativi angoscianti.

Il paradosso si fonda quindi tra l'angoscia che sta nascendo sugli aspetti geopolitici e militari nel campo della guerra dell'informazione e il silenzio totale di fronte alla vittoria degli Stati Uniti, in cui non c'è alcuna ansia rispetto alla guerra dell'informazione con queste estrapolazioni sul campo geo-economico. Tale silenzio, peraltro, è dovuto anche all'ignoranza esistente rispetto alle grandi linee strategiche, dal momento che si è appena iniziato a scoprire questo ambito.

Nel campo della guerra dell'informazione, i cinesi hanno invece cominciato a sviluppare delle capacità, dotandosi di squadre dedicate alla realizzazione di attacchi informatici e ricorrendo a gruppi di hacker patriottici pronti a far vacillare i sistemi di sicurezza telematici stranieri. Il sistema di guerra dell'informazione che stanno costruendo è per ora orientato all'interno di logiche reattive: il sistema di guerra cibernetica cinese, al di là delle missioni tradizionali di distruggere i sistemi di comunicazione e di fare la guerra informatica, mira infatti a far leva sui punti deboli del mondo occidentale, dove sa che può ferire in profondità. Si tratta, in realtà, del prolungamento dei vecchi sistemi di influenza e di interferenza conosciuti nella prima metà del XX secolo, salvo applicarli in un mondo virtuale, anziché reale.

Dinnanzi a questi sviluppi propri delle logiche di influenza e contro-influenza, gli Stati Uniti sembrano però avere la memoria corta: infatti, è facile immaginare che se un sistema comunista entra nel mondo virtuale, sotto l'aspetto del contenuto, o sotto l'aspetto contenitore/contenuto, lo fa per paralizzare, interferire, bloccare il sistema avverso. Quando il responsabile dei Servizi Segreti Esteri cinesi si è recato in Francia, ha dichiarato di fronte a una sala in cui erano presenti dei militari che desidererebbe che i Paesi deboli (come la Francia e la Cina) si unissero per cominciare a contrastare gli Stati Uniti in materia di sviluppo sostenibile. Questa affermazione dimostra che i cinesi hanno perfettamente compreso e identificato il predominio informativo degli Stati Uniti in ambito geo-economico.

Si possono riportare altri due esempi interessanti a proposito del rapporto della Cina con la guerra dell'informazione. Il primo riguarda i Giochi Olimpici, quando il mondo occidentale pensava che il sistema comunista avrebbe ceduto, nell'impossibilità di controllare Internet e gli altri mezzi di comunicazione utilizzati da centinaia di migliaia di visitatori stranieri... ma non è andata affatto così: il sistema è stato perfettamente controllato e non si sono verificate faglie. L'altro esempio riguarda i rapporti con l'Africa, rispetto alla quale la Cina sta conducendo una vera e propria guerra d'informazione, di cui l'Occidente comincia appena a vedere i prolegomeni. In Africa, la presenza economica cinese ha fatto leva sulla sua influenza sugli ambienti dirigenti, attraverso un'azione di influenza culturale che ha, tra i vari, un esempio evidente nell'opera di rappresentanza e divulgazione esercitata dagli Istituti Confucio. Oltre all'influenza culturale, la Cina ricorre anche alla dipendenza tecnologica, fornendo i sistemi di comunicazione da cui la società dell'informazione africana sta diventando fortemente dipendente. Si tratta di una strategia riconoscibile, ma difficile da contrastare, perché la Cina agisce secondo una vera e propria logica di potenza, che non può essere contrastata da una risposta organizzata del solo settore privato.

Per quanto riguarda la Francia, invece, qualcosa si sta muovendo nel mondo dell'impresa, in quanto la pro-attività è innanzitutto propria del mondo degli affari. Quando ci sono degli attacchi informativi, la creatività viene, infatti, dal mondo dell'impresa, che applica perfettamente un principio fondamentale della guerra dell'informazione: a vincere è chi attacca, non chi si difende. Sebbene ci si muova nel già citato "buco nero", in un rapporto debole contro forte, si riscontra comunque una creatività piuttosto significativa, come dimostra la decisione dell'Amministratore Delegato di Assault System di mettere in discussione la gerarchia tradizionale dell'azienda in nome dell'impatto e dello sviluppo della società dell'informazione.

Tuttavia, in ambito geopolitico e militare, in Francia non sta succedendo molto. Recentemente all'interno del libro bianco sono state apportate delle integrazioni, che riconoscono la guerra dell'informazione come uno dei principali pericoli, assieme alla necessità di dotarsi di capacità offensive. Tuttavia, non si esplicita contro chi si debba essere offensivi, in quali circostanze e per quali fini

politici. Si prenda l'esempio dei talebani che comunicano via sms con i corrispondenti della stampa occidentale che si trovano a Kabul: quando ci si pone una domanda basilare, ovvero perché non interferire in questa comunicazione inviando dei falsi sms per far sì che i corrispondenti non sappiano più a chi rivolgersi e la comunicazione dei talebani nei loro confronti non sia più affidabile, la risposta è che non sarebbe possibile, perché scoppierebbe uno scandalo se si scoprisse che uno Stato, peraltro occidentale, avesse condotto un'azione simile. Quindi si può catturare un capo terrorista per torturarlo, ma non si può correre il rischio di incaricare un gruppetto dissidente nei confronti dei talebani, per interferire nei loro discorsi via sms, in nome di un'altra causa. Appare incomprensibile che si permetta ai talebani di condurre una guerra d'informazione senza contrastarla su un terreno puramente tattico. Questo esempio conferma l'esistenza di un vero problema in Francia, dal momento che prima o poi si dovrà - volenti o nolenti - scendere in campo in questo conflitto e iniziare a combattere.