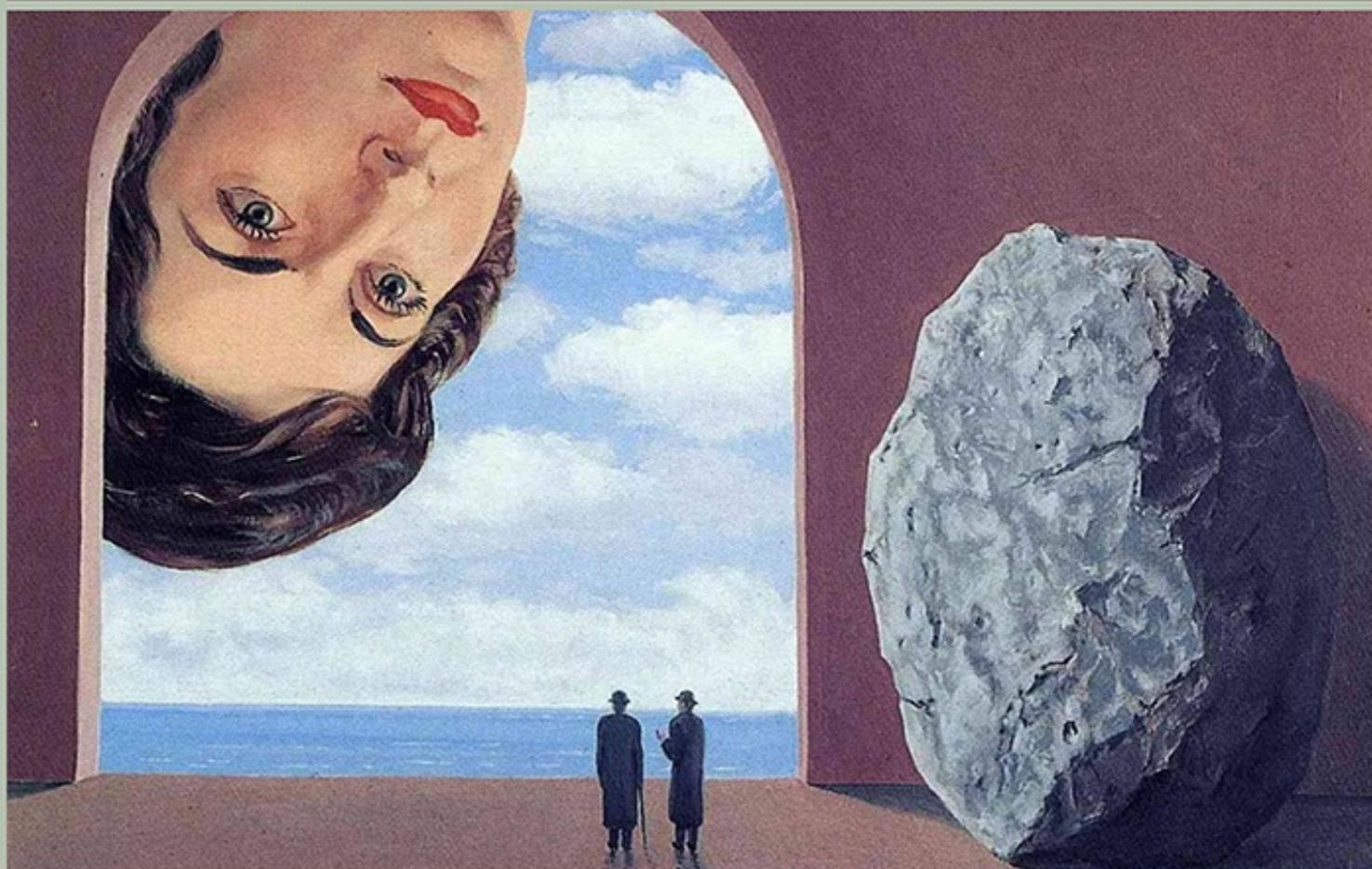


GIUSEPPE GAGLIANO

GUERRA ECONOMICA



GUERRA DELLA INFORMAZIONE

PREFAZIONE DI CARLO JEAN

goWare

© goWare COPIA OMAGGIO



GIUSEPPE GAGLIANO

GUERRA
ECONOMICA
GUERRA DELLA
INFORMAZIONE

PREFAZIONE DI CARLO JEAN



goWare

© goWare COPIA OMAGGIO

[Copertina](#)

[Prefazione di Carlo Jean](#)

[Presentazione e Autore](#)

[Inizia a leggere](#)

[Lista dei nomi e dei luoghi citati](#)

[Indice dei contenuti](#)

Grazie per aver acquistato l'ebook di Giuseppe Gagliano

[*Guerra economica*](#)

[*Guerra della informazione*](#)

Per ricevere offerte speciali, informazioni sulle promozioni e le nuove uscite iscriviti alla nostra newsletter

[ISCRIVITI](#)

Oppure vieni sul nostro sito

www.goware-apps.com



Il testo è disponibile secondo la licenza Creative Commons Attribuzione-Condividi allo stesso modo.

ISBN: 978-88-3363-110-3

Redazione: Marta Cannata

Copertina: Francesco Mancini

In copertina, René Magritte, *Ritratto di Stephy Langui*, 1961

Sviluppo ePub: Michela Allia

goWare è una startup fiorentina specializzata in digital publishing

Fateci avere i vostri commenti a: info@goware-apps.it

Blogger e giornalisti possono richiedere una copia saggio a Maria Ranieri: mari@goware-apps.com

Seguici su



[facebook](#)



[twitter](#)



[newsletter](#)



[flipboard: goware](#)

[<ebook> extra](#)

[blog](#)

[Copertina](#)

[Frontespizio](#)

[Colophon](#)

[Presentazione](#)

[Prefazione di Carlo Jean](#)

[La natura proteiforme della guerra economica](#)

[Guerra economica come strategia indiretta](#)

[Esempi di guerra economica nella storia](#)

[Dissimulazione e guerra economica](#)

[Le radici asiatiche dell'arte della guerra economica](#)

[Guerra economica e informazione](#)

[La mimetizzazione delle strategie di influenza nella Guerra economica](#)

[Social learning e mimetizzazione](#)

[La resilienza e la guerra economica](#)

[Il ruolo della guerra della informazione nella guerra economica](#)

[Destabilizzazione e guerra della informazione](#)

[Società civile e guerra della informazione](#)

[L'inversione dei rapporti di forza nella guerra della informazione](#)

[Guerra della informazione e destabilizzazione informativa tramite Internet](#)

[L'uso offensivo delle informazioni nella guerra economica](#)

[Guerra economica e uso sovversivo delle informazioni](#)

[Guerra della informazione e dominio economico](#)

[Guerra della informazione e contesto geopolitico](#)

[Guerriglia informativa e movimenti animalisti](#)

[La guerra della informazione e le sue modalità](#)

[La guerra delle informazioni e l'uso delle fonti aperte](#)

[Conclusioni](#)

[EXTRA](#)

Il Comintern e le tecniche di agit-prop

L'affare Kravchenko e il ruolo della disinformazione

Il caso Pathé. Un caso esemplare di operazione di influenza

Conclusione

Greenpeace

Premessa

Preambolo

Greenpeace contro Shell: il caso Brent Spar

Greenpeace contro Leclerc

Greenpeace contro Resolute

Greenpeace contro il riso dorato (Golden rice)

Greenpeace ha i piedi di argilla?

Greenpeace, un Golia?

Greenpeace International

INGO Charter/ Accountable Now

1° caso studio: la battaglia contro Total

2° caso studio: la difesa della barriera corallina alla foce delle Amazzoni.

3° caso studio: la lotta contro il nucleare

I presunti svantaggi del nucleare

Greenpeace contro il nucleare, ma a proprio profitto

Che fare con Greenpeace?

Bibliografia

Lista dei nomi e dei luoghi citati

PRESENTAZIONE

Nonostante le previsioni di molta letteratura politologica lo Stato resta il protagonista dell'arena globale, anche in campo economico. Nasce da qui la necessità di dotarlo degli strumenti necessari per affrontare la competizione internazionale per l'edificazione di un reale sistema-paese.

Gli Stati Uniti, in questo campo, sono stati "maestri". Consapevoli del fatto che gli avversari geoeconomici sono sovente alleati geopolitici, hanno trasformato la "tecnica di attacco" in "forza di influenza". Nulla di tutto questo sarebbe possibile senza il coinvolgimento dell'intelligence economica e senza l'utilizzo dell'informazione come strumento di dominio. Quest'ultima, seppure non esaurisca le opzioni della guerra economica, è uno strumento imprescindibile per la sua realizzazione.

In Europa pochi hanno avuto il merito di studiare il ruolo delle intelligence nella guerra per le risorse e le tecnologie e in quella dell'informazione. L'esempio analizzato nel saggio è quello dell'École de Guerre Économique (EGE), nata in Francia nel 1997 e che vede in Christian Harbulot il suo più autorevole e noto esponente.

In un'ampia sezione eXtra, a corredo del saggio, si illustrano, tra l'altro, le modalità con le quali Greenpeace ha messo in atto la guerra della informazione ai danni delle multinazionali petrolifere.

GIUSEPPE GAGLIANO si è laureato in Filosofia presso l'Università di Milano. Attualmente è Presidente del Cestudec (Center for Strategic Studies Carlo De Cristoforis). Ha collaborato con la "Maritime Magazine", "Notizie Geopolitiche", "Rivista aeronautica", la Italian Society of Military History, il Centro de Estudos em Geopolítica e Relações Internacionais (Brasile), il Centre Français de Recherche sur le Renseignement e con le riviste "Modern Diplomacy", "Intellector", "Securite Globale", "Cahiers de la sécurité et de la justice". Egli è inoltre membro del Advisory Board delle riviste "International Journal of Science" (Serbia) e "Socrates Journal" (India), "Geopolitica.ro" (Romania). Inoltre ha pubblicato: *Guerra psicologica, disinformazione e movimenti sociali*, Aracne, 2012; Nicolas Moinet, *Intelligence economica* (a cura di Gagliano Giuseppe), Fuoco, 2012; *Guerra economica e intelligence*, Fuoco, 2013; *La Geoeconomia nel pensiero strategico contemporaneo*, Fuoco, 2015; *Guerre et intelligence économique dans la pensée de Christian Harbulot*, présentation Nicolas Moinet, Va Press, 2016; *Desinformation, desobeissance civile et guerre cognitive*, Va Press, 2017; *Sfide geoeconomiche*, Fuoco, 2017; *Cestudec-Scuola di guerra economica*, Thibault Kerlizin, *Greenpeace – Une ONG à double-fond(s)?*, Va Press, 2018.

Con goWare ha pubblicato nel 2018 *Guerra economica. Stato e impresa nei nuovi scenari internazionali*, Simone Weil. *Scritti sulla situazione in Germania e le origini del totalitarismo* e *Riscoprire la Scuola Austriaca di economia* (con Guglielmo Piombini).

Prefazione

di Carlo Jean

Il nuovo interessante saggio di Giuseppe Gagliano sul pensiero di quello che, a ragione, va considerato il maggiore studioso europeo di geoeconomia e di geoinformazione – il francese Christian Harbulot, fondatore e animatore dell'École de Guerre Économique di Parigi – è centrato sull'importanza che nella competizione e, al limite, nella guerra, anche in quella economica, assume l'informazione.

L'informazione è sempre stata un moltiplicatore della potenza economica, politica e strategica. La sua importanza è sempre esistita, quali che siano gli obiettivi – politici interni ed esterni, strategici, economici, ecc. – che vengono perseguiti. È una guerra parallela e interconnessa con quella combattuta sui mercati e sui campi di battaglia. Tutti i governi, imprese e associazioni dispongono di una strategia comunicativa più o meno formalizzata. La sua rilevanza è dimostrata dal fatto che le società di comunicazione e di *public relations* hanno un fatturato doppio-triplo di quelle automobilistiche.

Come per la guerra economica, anche per quella delle informazioni esistono principi strategici, molto simili a quelli validi per le strategie militari. Anche la guerra, come aveva suggerito Clausewitz, è una forma di comunicazione fra avversari. Entrambi vogliono imporre alla controparte il tipo di pace che ritengono più conveniente. Non per nulla il fenomeno più simile al conflitto armato è la transazione commerciale. Le tattiche e le tecniche dell'infowar – queste ultime legate allo sviluppo tecnologico delle ICT (Information and Communication Technologies) – stanno subendo rapide e radicali trasformazioni, per la crescente importanza e pervasività del cyberspazio, per l'utilizzo dei big data (che consentono, come illustrato in Italia da Franco Bernabè, di acquisire i profili valoriali di milioni di utenti dei grandi server di ricerca) e per lo sviluppo delle neuroscienze. Essi hanno contribuito a rendere più instabili, imprevedibili e soggette a rapidi mutamenti le percezioni dei decisori e delle opinioni pubbliche. L'informazione globale e in tempo reale ha eroso il potere delle democrazie rappresentative, anche perché il basso costo delle nuove ICT ha ridotto drasticamente le barriere d'entrata al mercato della comunicazione. Internet e i social media accrescono

la potenza politica ed economica di piccoli gruppi e di individui singoli, animatori dei movimenti di massa. La rete sta prevalendo sulle “piramidi gerarchiche” delle organizzazioni tradizionali, la cui struttura è basata sui sistemi di comando e controllo. Tutte le rivoluzioni hanno avuto successo quando i loro capi sono riusciti a sfruttare più efficacemente e più rapidamente dei regimi esistenti i nuovi mezzi di comunicazione: la stampa nella rivoluzione protestante; le cassette con la registrazione dei discorsi di Khomeini in quella iraniana; Internet e i social media nelle “rivoluzioni colorate” e nelle primavere arabe. La rapidità è determinante, poiché aumenta l’impatto delle emozioni rispetto a quella delle valutazioni informate e razionali. La differenza di rapidità delle informazioni finanziarie rispetto a quelle tecnologiche e commerciali sta provocando una differenziazione fra la competizione economica e quella finanziaria e della geoeconomia rispetto alla geofinanza. In quest’ultima, la comunicazione si diffonde con la velocità della luce.

L’efficacia geoeconomica dell’informazione, cioè la sua trasformazione da potere comunicativo in vantaggi economici, dipende dalla sua capacità di manipolazione dei simboli, dei segni e delle griglie di lettura, modificando le percezioni degli utenti e influenzando sulle loro decisioni. I campi di battaglia informativi sono estremamente variegati: dall’ambiente, alla salute, dal prestigio e credibilità degli attori che operano sul campo, al clima; alle informazioni “bianche”, “grigie” o “nera”, cioè alle *fake news*.

L’impatto dell’informazione in geoeconomia è strettamente connessa con la globalizzazione economica e finanziaria, cioè con la maggiore interconnessione fra i vari settori e fra gli attori statali che non agiscono nel mondo, in maniera necessariamente competitiva. La rapidità di diffusione della comunicazione finanziaria rispetto a quelle economica, tecnologica e commerciale, pone particolari problemi soprattutto per la prima, riducendo i tempi di risposta e dando un netto vantaggio all’offensiva rispetto alla difensiva, alle strategie indirette rispetto a quelle dirette, alla prevenzione, ottenuta con un aumento della resilienza, rispetto alla reazione, ad esempio rispetto alle *fake news* i cui effetti non possono essere contenuti anche dalle smentite più oggettive e dettagliate. Come diceva Goebbels, l’effetto di una menzogna non è contrastabile anche dalle risposte più esaustive. La logica strategica che presiede l’infowar è ben illustrata dalla matrice TOWS (Threats, Opportunities, Weaknesses, Strengths), elaborata dal Boston Consulting Group. Minacce e opportunità sono fattori esterni; debolezze e elementi di forza sono fattori interni. Dal loro incrocio deriva la definizione delle strategie offensive e difensive, dirette e indirette da

utilizzare, avvalendosi delle tecniche delle *cross impact analysis*.

È indispensabile che tutti i governi e gli operatori pubblici e privati approfondiscano le modalità con cui il potere informativo si trasforma in potenza e consente di aumentare la propria influenza o la propria competitività. Come ebbi a scrivere una ventina di anni fa con il Giulio Tremonti, il mondo non è più dominato dalle “cose pesanti”, ma da quelle “pensanti”. Ciò pone una sfida alle organizzazioni preposte alla comunicazione istituzionale e a quella aziendale. La comunicazione globale e in tempo reale e la sua diffusione capillare con i social media pongono una sfida a tutti i governi e alla *public diplomacy*, nonché alla preparazione dei responsabili politici e aziendali, in particolare per la comunicazione di emergenza, più facile da manipolare, perché tutte le emergenze sono caratterizzate dall’esplosione delle emozioni. La cosiddetta “economia della paura” sta provocando un’instabilità mondiale, sconosciuta in passato. La lettura delle riflessioni di Harbulot sulla geo-informazione potrebbe essere utile per un miglioramento del funzionamento del governo e degli stessi assetti istituzionali nazionali, facendo sì che i “danni di processo” non crescano esponenzialmente, superando quelli reali. È quanto avviene anche nel caso del terrorismo. Come dice il suo stesso termine, esso si basa sulla diffusione del terrore. Il pericolo percepito diviene enormemente superiore a quello reale.

Tornando all’impatto che l’informazione ha sull’economia, il saggio di Gagliano offre una ricca serie di *case-studies*, che l’insigne studioso transalpino considera particolarmente significanti dal punto di vista sia strategico che tattico, soprattutto in un periodo, come quello che stiamo vivendo, in cui – come ho scritto con Paolo Savona trattando di “intelligence economica” – la prevalenza del mercato sullo Stato sta subendo un’inversione, rispetto alla prevalenza del primo sul secondo, che era stata indotta dalle riforme della Thatcher, di Reagan e di Clinton. Essa è stata parallela alla prevalenza dell’economia sulla politica. È in atto ovunque un processo di ri-nazionalizzazione e di protezionismo. Esso sta smantellando l’ordine internazionale liberale e il multilateralismo. Essi proteggevano gli Stati più deboli da quelli più forti, ma come ogni regola presentavano troppi ghiotti *moral hazards* per essere ignorati. Il culto dell’offensiva geoeconomica sta prevalendo ovunque, beninteso entro i limiti imposti dall’esistenza di reti globali finanziarie, industriali, tecnologiche e commerciali, che limitano l’effettiva sovranità degli Stati e anche delle imprese. Si è erosa la convinzione affermata dai grandi pensatori liberali del passato – da Adam Smith a Benjamin Constant – sulle funzioni pacificatrici del commercio, che avevano

prevalso sulle teorie opposte, in particolare su quella della scuola marxista che predicava l'esistenza di un rapporto strutturale fra commercio, militarizzazione, imperialismo e sfruttamento. Per approfondire tali opposte teorie, suggerisco la lettura dell'illuminante saggio di Filippo Andreatta *Mercanti e guerrieri: interdipendenza economica e politica internazionale*.

Particolare interesse rivestono le teorie di Gagliano-Harbulot in merito all'efficacia delle sanzioni economiche e finanziarie che stanno divenendo strumenti sempre più usuali impiegati nella politica internazionale. Esse sono utilizzate dagli Stati più forti – in particolare dagli USA – per sostenere la loro politica di potenza, in un periodo in cui “l'ordine militare vestfaliano” è eroso dalla diffusione tecnologica, dalla riluttanza delle opinioni pubbliche ad accettare perdite e a sostenere i costi delle operazioni militari e, soprattutto, dal fatto che la forza costa sempre di più e rende sempre di meno.

Secondo l'Institute of International Economics, l'uso dell'arma economica ha avuto, dalla fine della seconda guerra mondiale, successo in un terzo dei casi in cui gli USA vi hanno fatto ricorso. Una percentuale di successo comparabile quindi a quello degli interventi militari. L'infowar ha sempre giocato un ruolo essenziale, anche per fare accettare agli alleati degli USA la leadership americana, anche quando le decisioni della Casa Bianca danneggiavano in modo sproporzionato e talvolta spropositato i loro interessi.