

NICOLA MANUPPELLI INTERVISTA HANS POOL

# BELLINGCAT

RASSEGNA E DIBATTITO SU GIORNALISMO E FALSITÀ DIGITALI  
AL FESTIVAL VISIONI DEL MONDO, IMMAGINI DELLA REALTÀ

CHRONICLES

Molto tempo fa Erodoto si mise in testa di raccontare la storia delle guerre greco-persiane andando in giro a fare domande, come un investigatore. Nell'antica Grecia, gli attori lavoravano con le cronache che tutti conoscevano circondati dai gradini di un teatro. Forse nacque così, il *reportage*: una ramificazione dell'arte della narrazione che si propone di cogliere la Storia con la S maiuscola. Il Festival Internazionale del Documentario Visioni dal Mondo, Immagini dalla Realtà, a Milano dal 12 al 15 settembre in due luoghi, il Teatro Litta e il Museo Nazionale Scienza e Tecnologia Leonardo da Vinci, vuole porre il documentario quale strumento migliore per la speculazione sulla verità come storia – ancora alla ricerca di una consonante maiuscola. I registi in programma sono un incrocio fra detective e cantastorie. Il Festival, giunto alla quinta edizione, mette al proprio centro la parola *storytelling* e si propone di presentare il cinema della realtà – quasi un ossimoro si direbbe, e invece un'arte rappresentativa del nuovo mondo. I temi sono il giornalismo investigativo, le fake news, i modelli alternativi, le ribellioni non violente, le storie di speranza, il contrasto globale/locale. Il regista Hans Pool nel documentario *Bellingcat – Truth in a Post-Truth world* racconta la storia di un collettivo di cinque persone apparentemente comuni che, dal divano di casa loro, utilizzando risorse open source, riescono, dal 2014 a oggi, a trasformare le regole del giornalismo investigativo (un po' come successe col *Washington Post* ai tempi dello scandalo Watergate), scoprendo l'identità dei due agenti russi accusati di avere avvelenato Sergei Skripal. La sfida (registica) consiste nel dover raccontare una vicenda che si svolge principalmente dentro le case dei cinque protagonisti e sullo schermo di un computer. «Un giorno lessi un articolo su un giornale olandese in cui si parlava dell'abbattimento del volo MH17», mi racconta Hans Pool. «Era intervistato un membro olandese di Bellingcat, un comune cittadino che aveva scoperto la posizione di lancio del missile BUK in Ucraina. Da casa sua e solo con l'utilizzo di internet e di dati open source era stato in grado di fornire prove che a mio parere erano plausibili e convincenti. L'ho contattato e mi ha a sua volta messo in contatto con Eliot Higgins». La difficoltà per Hans Pool è stata come raccontare la storia di Bellingcat attraverso delle immagini. «Sono partito dall'idea in sé», racconta. «Cinque cittadini come te e me, che risolvono crimini e che vedono coinvolte delle superpotenze. Persone comuni davanti alla Storia, come nel film di David Lynch *Velluto blu*, un innocente che trova un orecchio nell'erba in un campo. Non appena ho ottenuto i finanziamenti e ho incontrato i ragazzi di persona, ho capito che avevo un problema. Sono uomini che passano giorni e notti dietro ai computer. Tutto accade nel mondo virtuale. Non c'è molta azione. Decisi che avrei dovuto filmare il più possibile nel presente, seguendo i diversi membri durante le indagini, i viaggi e gli interventi pubblici, e nel modo in cui comunicano costantemente fra loro attraverso Slack, un software che utilizzano per mandarsi messaggi istantanei e per sbrogliare crimini. Il pubblico è invitato a seguire il

processo di indagine, invece che vederne solo i risultati. È come se avessi filmato Bellingcat da dentro. Allo stesso tempo, alcune indagini erano già state eseguite, per esempio quelle relative al MH17. Assemblare il tutto ha richiesto mesi di sforzi – a volte mi sono ritrovato a condensare una gran quantità di lavoro in due minuti e mezzo di pellicola, come ad esempio quando Aric ci dice di aver scoperto la rotta che il missile BUK ha percorso dalla Russia al confine con l'Ucraina». Quanto uno strumento come il cinema può raccontare la realtà senza travisarla? «Nei miei documentari cerco di raccontare una storia veritiera, ma allo stesso tempo voglio che il plot sia sostanziale – ho dovuto barare un po' per dire come sono realmente accaduti i fatti. Essendo pionieri nella geolocalizzazione, alcuni membri, specialmente quelli con famiglia, non potevano rischiare di farsi filmare nelle loro case, anche se è proprio questo il luogo dove si svolge l'indagine virtuale. Li abbiamo filmati altrove, in ambienti che 'suonassero' familiari. Il film racconta la mia visione del gruppo, la mia verità. Fino a oggi, tutto ciò che Bellingcat ha scoperto nel documentario risulta essere ancora valido». internet resta un mondo distante? «Non è una mia passione. Lo uso per fare ricerche per i documentari, controllo le notizie, i servizi bancari e finanziari. Non sono un utente assiduo. A volte passano giorni senza che nemmeno controlli la posta. Fatico a concentrarmi sul mio lavoro quotidiano, e internet e il telefono sono state le due innovazioni più intrusive della mia vita negli ultimi venticinque anni. Dopo aver realizzato il film su Bellingcat, mi ha scioccato scoprire la quantità di tracce che avevo lasciato in tutto questo tempo. Sono uscito anche da Facebook. Mi lascia molto più tempo per vedere un documentario o un lungometraggio». Pool si è servito del supporto di un editor inglese, Simon Barker, esperienze in serie tv Netflix e in documentari per la BBC. «In Olanda il modo di tagliare un documentario è differente, cerchiamo di guardare in modo personale e poetico all'argomento. Non volevo più farlo, volevo che questo film fosse un racconto analitico. Simon ha avuto bisogno di almeno sei mesi per modificare il film – ma mi ha confessato che la maggior parte dei documentari necessita di ancora più tempo». Non ha mai provato paura? «Quando stavo girando l'altro mio film, *Putin's Olympic Dream*, in Russia, a Sochi, era diverso. La pellicola parlava di corruzione ai massimi livelli. Era una storia differente, i miei personaggi erano minacciati e anch'io mi sentivo vulnerabile. Il film su Bellingcat è stato realizzato in Europa e negli Stati Uniti, e i membri di Bellingcat evitano di visitare la Russia, perché temono che qualcosa possa accadergli». Scherza: «Mia moglie è russa e ciò a volte mi preoccupa». Hans Pool introduce il suo prossimo progetto: «Riguarda un caso di omicidio risalente a trentacinque anni fa. Un ragazzo olandese condannato per aver commissionato l'assassinio della moglie e della figliastra, ma che ha sempre negato la propria colpevolezza. Quel giorno era andato a caccia con suo figlio. Aveva un alibi perfetto, ma secondo il giudice le prove circostanziali erano schiaccianti. Ora ha 73 anni e si trova ancora dietro le



sbarre di una prigioniera americana. Forse questo film è anche una storia su come trovare la verità in un caso apparentemente complicato». Nel secondo dopoguerra le macchine da presa e i vari mezzi per girare un film si fecero più agili, e il documentario divenne ciò che è oggi: il mezzo per il reportage. Dentro il Museo uno degli oggetti più conosciuti è la locomotiva GR 552 036, che a fine Ottocento trasportava le carrozze passeggeri da Milano a Brindisi. Su uno di quei vecchi treni a vapore è ambientata la pellicola *L'uomo che visse tre volte* di Irish Braschi, prodotto da Istituto Luce Cinecittà, dove Neri Marcorè vestito in abiti anni Venti guida in un racconto onirico interpretando Mario Pirani e la sua vita: dai problemi avuti dalla famiglia con le leggi razziali durante il fascismo al ruolo rivestito nel partito comunista, dall'incarico come dirigente nell'Eni di Enrico Mattei alla fondazione, insieme a Eugenio Scalfari e altri, del quotidiano *La Repubblica*. Tre vite in una sola che attraversa la storia d'Italia. *L'uomo che visse tre volte* di Irish Braschi è in programma al festival *Visioni dal Mondo, Immagini dalla Realtà* – mentre come nemesi, al Museo troviamo il primo Personal Computer della storia – il programma 101 di Olivetti.

*Intervento di Cecilia Dardana per Lampoon.* Erano gli anni Novanta quando Massimo Marchiori, un matematico e informatico italiano, ideava *Hyper Search*: motore di ricerca che basava i risultati non soltanto sui punteggi delle singole pagine, ma anche sulla relazione che lega la pagina con il resto del web. Da questo ha attinto Larry Page per fondare Google, insieme a Sergey Brin. L'algoritmo di Google è un processo informatico che screma i risultati di una ricerca, visualizzando quelli che hanno importanza per l'utente. L'analisi si basa su diversi fattori detti *Ranking Signal*, alcuni interni al sito (SEO on page), alcuni esterni (SEO off page). Google è in costante evoluzione e il suo algoritmo – su cui l'azienda svela poco. Tra gli ultimi aggiornamenti, il 13 marzo scorso è stato annunciato un *core update* di Google, battezzato prima *Florida 2.0* e successivamente *March 2019*. Secondo quanto trasmesso da Mountain View, il nuovo aggiornamento serve per chi ha un sito dedicato a notizie, e-commerce, per chi si occupa di SEO e SEM – per quanti lavorano per migliorare la posizione nella *Search Engine Result Page* di Google. SEO. Cos'è e a cosa serve esattamente la *Search Engine Optimization*? Si tratta di tutte quelle attività volte ad aumentare la visibilità di un sito internet, migliorandone la posizione nelle classifiche dei motori di ricerca. In altre parole, significa sapere come farsi trovare da chi vogliamo compri il nostro prodotto o servizio – o da chi ci legge. Esistono delle regole da rispettare. Occorre scrivere correttamente le *Headings* e *Subheadings* – come in un edificio, queste sono le fondamenta del sito. Non si dovrebbero ripetere troppo spesso le parole chiave – pratica nota come *keyword stuffing* – o utilizzarne una sola. Efficace è il *Link-building*, cioè la possibilità di migliorare il ranking del proprio sito web tramite i *backlinks*, i link interni, aumentando il traffico e dando maggiore risalto ai contenuti di vecchia data. Pertinente è la parola d'ordine: bisogna evitare di collegare due pagine interne senza una connessione logica. Poi ci sono le immagini, valido strumento di coinvolgimento, ma se di dimensione sbagliata possono compromettere la velocità di caricamento e la navigabilità – un sito lento è uno dei principali motivi di fuga. I motori di ricerca però non sono in grado di vedere le immagini, ma solo metadata, image title e description, annidati nell'HTML. È quindi la descrizione ciò su cui bisogna stare attenti, perché permette loro di capire il contenuto dell'immagine. È sconsigliato copiare contenuti da altri siti, come lo è scrivere tanti ma poco interessanti. La *web reputation* è la stessa legittimità, conseguenza della credibilità: si costruisce col tempo, lavorando sulla percezione delle persone ma soprattutto guadagnandosi la loro fiducia. Sforzi nel tentativo di rispondere alle teorie e alle direttive SEO portano a cadute giornalistiche che danneggiano la credibilità di una testata e indeboliscono l'industria dell'informa-

zione. Uno studio è proprio il quotidiano nazionale italiano, il *Corriere della Sera* – ne recuperiamo due casi di costume (se il costume rende leciti alcuni azzardi, allo stesso tempo è più indicativo per la serietà della testata). Il primo, l'estate scorsa, quando la giornalista Maria Teresa Veneziani firmava un titolo (se cronaca si può definire, laddove gossip non dovrebbe essere materia del *Corriere*) sull'addio al nubolato di Chiara Ferragni a Ibiza: la giornalista si permetteva una leggerezza sulla prestanza fisica delle amiche della blogger, la quale si risentiva – il web si muoveva come esercito screditando il *Corriere*, sia per un disprezzo obiettivo, sia per il contesto in cui il *Corriere* si ritrovava coinvolto. Secondo esempio a dicembre dell'anno scorso, all'indomani del BFA – i premi del Fashion Council di Londra. Quella sera, le categorie di rilievo erano dominate da nomi italiani, ma il *Corriere* sceglieva di titolare su Megan Markle che saliva sul palco per Givenchy. Il web è luogo populista prima ancora che sensazionalista – eppure il manager SEO del *Corriere* valutava l'indice SEO di Markle più efficace di un interesse collettivo per un vantaggio italiano. Oltre a questo, sarebbe stato lecito supporre che la *web reputation* del quotidiano nazionale avrebbe riportato la supremazia professionale nell'industria seconda voce del Pil italiano. Cadute di stile a parte – chiamiamole così – le stesse strategie devote all'aumento del traffico online spesso oltrepassano i limiti etici e professionali (a volte legali) sui siti di promozione. Questi si avvalgono di titolisti votati al *clickbaiting* – 'acchiappaclick': utilizzano claim sensazionalistici che invitano al clic e alla condivisione, anche diffondendoli con attività paid di programmatic. A contrastare il fenomeno – proprio perché in forte diffusione – ci sono siti di *debunking*, gli smascheratori di bufale, che in questi link evidenziano la mancanza di fonti informative affidabili. Alle *fake news* si sono aggiunti – più difficili da smascherare – *fake photo* e, dall'autunno 2017, *deepfake* – relativamente ai video (*deep* fa riferimento al *deep learning*, una delle procedure di apprendimento delle intelligenze artificiali, n.d.r.). Nel luglio del 2017 un articolo dell'*Economist* raccontava il fenomeno del *deepfake* – di fatto la nuova frontiera delle *fake news* – quando era ancora poco popolare, spiegando come un semplice codice informatico fosse in grado di modificare l'audio o le immagini di un video – una tecnica che nel giro di pochi mesi è diventata accessibile a un pubblico più ampio grazie a programmi scaricabili online. Il *deepfake* riesce a mantenere le immagini nitide e la qualità del video alta. Questo si traduce nell'impossibilità di notare le modifiche anche agli occhi più esperti. Un pericolo se utilizzato a fini propagandistiche, una potenziale arma se a fini manipolatori in ambito politico. Due esempi: *BuzzFeed* ha realizzato un esperimento creando il video di un discorso di Obama mai avvenuto e lo stesso è stato fatto con Donald Trump da un sito belga. In entrambi i casi, notare che si trattava di un falso era difficile. Il *deepfake* usa algoritmi ad apprendimento automatico combinati con software di mappatura facciale, per la creazione 'a basso costo' (in termini di tempo di elaborazione e di dotazioni e competenze tecnologiche) di video che modificano l'identità. Non bisogna essere degli esperti per produrre un falso credibile: ci pensa il software. Non solo, se si pensa alla velocità con cui la tecnologia si sta sviluppando, la portata del fenomeno diventa preoccupante.

*La rassegna Visioni dal Mondo, Immagini dalla Realtà, a Milano dal 12 al 15 settembre. Teatro Litta / Museo Nazionale Scienza e Tecnologia Leonardo da Vinci. Racconti del mondo contemporaneo, divisi in diverse sezioni, fra film in concorso e fuori concorso, masterclass e panel di approfondimento, con ospiti come Meredith DeSalazar, Pernille Rose Grønkvær, Erik Gandini, Wilma Labate. Fra i titoli Fuori Concorso IO & LEI di Massimo Ferrari, una serie di corti da 30 minuti nei quali attrici moderne vanno sulle tracce di artiste del passato, da Alda Merini a Franca Rame, raccontandone luci e ombre.*