Editori e colpevoli

Il cambio della guardia, punitivo, all'Aie e a Tempo di Libri e qualche errore di fondo. Auguri ai nuovi

I salotti pettegoli ma ovattati dell'editoria milanese non pullulano più, da un pezzo, di gente che sogna di far esplodere il sistema, à la Blanciardi. Però

RIPA DEL NAVIGLIO

è pur sempre un mondo competitivo, nonché un'industria, e molto vendicativo. Il doppio passaggio di consegne andato in onda mercoledì 28, con la nomina di Ricardo Franco Levi alla presidenza dell'Aie, l'Associazione degli editori, e con quella di Andrea Kerbaker come nuovo direttore di Tempo di Libri è stato presentato come un positivo ricambio e persino un gesto di pacificazione tra i produttori di libri, dopo le baruffe dell'ultimo anno. Ma è anche, o soprattutto, un robusta resa dei conti e una ristrutturazione in tempi rapidi della piazza milanese. Un cambio di rotta. Tempo di Libri, la fiera del libro di Milano fortemente voluta da una parte consistente degli editori italiani nell'anno del debutto ("numero zero", come si dice di solito dopo, a cose fatte, se non sono andate come sperato), non è stata un flop, ma di certo non un successo. Ma è come una di quelle piccole contusioni, quelle storte alla caviglia prese camminando e che quasi non ci si accorge sul momento (l'assorbimento della botta calda) e che cominciano a far male più tardi, quando il peggio sembrava passato. Seduti in salotto, appunto.

Così poco dopo arriva l'uscita di Federico Motta dalla presidenza dell'Aie, annunciata e deliberata da tempo. Motta non è evidentemente il colpevole della deludente riuscita di Tempo di Libri, e non è un big del mercato. Non è certo stata la sua influenza, che non c'è, a provocare una frattura con la gestione torinese del Salone del Libro, con la Fondazione e la struttura del Lingotto. Esistevano le condizioni per provare a fare un'altra cosa, sono stati gli editori con più mercato (e il mercato è a Milano) a immaginare una joint-venture tutta nuova con FieraMilano. E FieraMilano, che ha i suoi problemi di spazi da utilizzare, ha messo in campo un'offerta difficile da rifiutare. Forse, Federico Motta avrebbe potuto gestire meglio la parte diplomatica del suo incarico. Invece la guerra tra la parte degli editori che ha accettato l'invito di Milano e quella, cospicua di marchi, che si è schierata a difesa di Torino è stata dura. Poi Torino è andata benone, e Milano no. Il risultato è l'arrivo di Ricardo Franco Levi, uomo di cultura, giornalista, collaboratore di Romano Prodi, tra gli autori della la legge sul prezzo dei libri: ma non un editore. Una sorta di commissariamento soft. Levi arriva infatti lanciando messaggi di pace: "L'Aie dev'essere la casa di tutti gli editori". Peccato che la prima mossa sia stata il tentativo di "rubare" le date a BookPride, la manifestazione (di successo) dei piccoli editori, che ha risposto picche: "Non può sfuggire a nessuno che convocare, nella stessa città, un evento editoriale dieci giorni prima di uno già esistente, e che celebrerà nel 2018 la sua quarta edizione, corrisponde, né più né meno, che al tentativo di cancellarlo".

Poi c'è l'arrivo di Andrea Kerbaker alla direzione di Tempo di Libri. Scrittore e bibliofilo raffinato, milanese doc, docente alla Cattolica, segretario del premio Bautta e già manager della comunicazione per Pirelli e Telecom: un curriculum di tutto rispetto, e doverosi auguri di buon lavoro. Però il modo, secco e senza trattative, con cui è stata estromessa e sostituita Chiara Valerio, giovane scrittrice e responsabile del programma generale della prima edizione della fiera milanese, ha l'aria di una punizione. Eccessiva. E della ricerca immediata del capro espiatorio, come di solito succede per gli allenatori delle squadre di calcio. Valerio ha messo in campo delle idee, alcune anche buone, non per forza tutte. Ma, esattamente come per le squadre di calcio, è difficile trovare il bel gioco e la vittoria alla prima stagione. Ha lasciato con una non nascosta delusione: "Ho la sensazione di aver sprecato tempo ed energie". Ma al di là delle qualità personali di Valerio o di Kerbaker, ci sono un paio di questioni di fondo più strutturali che vanno sottolineate e che contano di più della ricerca dei colpevoli. La prima è che il salone milanese, come ha commentato ad esempio Stefano Mauri, patron di Gems, il secondo gruppo editoriale italiano, non è stato il totale fallimento che qualcuno ha voluto dipingere. Non ha venduto libri, non ha fatto il pieno, ma ha creato una "cosa in più", che non potrà che migliorare. E' il mercato. Il secondo aspetto – e qui va chiamata in causa FieraMilano – la location a Rho-Pero era sbagliata in partenza: troppo fuori mano, troppo lontana dal "fuorisalone dei libri" che avrebbe dovuto esserne lo specchio glamour. Sarà un caso, ma la prima decisione presa è che l'anno prossimo Tempo di Libri si terrà a FieraMilano City, in mezzo ai grattacieli, a due passi dal centro della città. Bastava pensarci.

Maurizio Crippa

I DIARI DI DIBBA

Giornalisti autorevoli

Oggi sono uno dei parlamentari del M5s che va più in televisione, anche se dopo un'attenta selezione. Non partecipiamo a tutti i programmi. Cerco di essere selettivo, di pretendere che mi intervistino giornalisti non alleati ma autorevoli, e sto attento a non inflazionarmi. Perché ci vuole un attimo!

(Alessandro Di Battista, "A testa in su", Rizzoli, pp. 153-154)

NON TUTTI SONO BRAVI COME GIANNI MORANDI

La piaga degli ex famosi in tv che ci riprovano sui social

Per Ferragni, Rovazzi e Bieber è un lavoro, per loro ricerca di visibilità che non sempre funziona

Viviamo in un'epoca in cui se alla domanda "dove sei nato" uno ci risponde "sui social" ci sembra normale. Sui social nascono fenomeni, amori, eventi, iniziative, tormentoni, sfide, faide. Nascono anche personaggi che un tempo sarebbero diventati famosi grazie alla televisione, alla radio, al cinema. Ariana Grande e Justin Bieber sono nati su YouTube, Chiara Ferragni e Selvaggia Lucarelli sui blog, Fedez e Rovazzi hanno diffuso i loro video e le loro canzoni online. Fanno le stesse cose che facciamo noi ma meglio, e pagati. Esiste anche il percorso inverso: dalla televisione ai social. La differenza fondamentale tra chi ci è nato e chi sbarca sul web è che per i primi è un lavoro, i secondi lo fanno per la visibilità e per un'ospitata. I primi sono giovani, i secondi hanno esperienza. O hai la fortuna di essere Gianni Morandi, eroe popolare, o sei Vittorio Sgarbi, performer mediale, o il cardinal Ravasi che non ne sbaglia una neanche quando cita i Coldplay su Twitter. Gente abituata a parlare alla gente. Su Internet non c'è lo ius soli per chi non conosce i meccanismi della virralità: non basta postare per diventare un fenomeno, devi sentirti fenomeno. Devi esserlo.

"Questa grande convinzione che un mi

Viviamo in un'epoca in cui se alla domanda "dove sei nato" uno ci risponde "sui social" ci sembra assolutamente normale

piace può aiutare", per citare Rovazzi, è la base. Le aziende vogliono stare sui social, creare campagne, aumentare il capitale reputazionale. I programmi tv lanciano hashtag nella speranza di interessare i giovani e dirsi moderni. Noi scriviamo spiritosaggini e posiamo mezzi nudi o creiamo memi pur di ricevere un complimento in privato, un like, un cuore, la foto di un tramonto. Mark Zuckerberg ci ha permesso di misurare numericamente la quantità di persone che si interessano a noi e ora non possiamo più credere ciecamente alla nostra autostima: dobbiamo fare i conti con l'idea che gli altri hanno di noi.

Non vorremmo mai essere il social media manager che deve dar conto ai suoi superiori dell'esito di una recente campagna pubblicitaria come quella di Emma Marrone per un rossetto, la quale prevedeva che Emma fosse nuda nella vasca (proprio come era successo a Rihanna con Samsung: coerente nel proprio personaggio e nessuno si è sconvolto perché facesse la sexy: lo è). Apriti cielo. Le scrivono "rivestiti e torna a cantare", o le rimproverano di scendere da un'auto di lusso e non essere più la ragazza umile di una volta (gli italiani vogliono vederti uscire da una Fiesta arrugginita e con un finestrino rotto, sennò te la stai tirando).

C'è tanta cattiveria online ma nonostante ciò Enrico Mentana resiste. Mentana non si è riciclato online, è più una pausa tra una maratona televisiva e l'altra. Nel 2013 se ne era andato da Twitter da sconfitto: "Il numero di tizi che si esaltano a offendere è in continua crescita. Calmi tra poco ce ne andremo, così v'insulterete tra di voi". Poi ha cambiato idea. Ha capito che era più divertente freddare i webeti, parola da lui coniata, che ignorarli. Si è aperto un account Facebook, dove c'è meno anonimato, e lì si diverte a rispondere ai tanti che gli vogliono insegnare il mestiere forti del fatto che hanno una connessione internet e che sono finalmente a un grado di separazione dal giornalista. Una delle critiche preferite è "ma i giornalisti non dovrebbero non avere opinioni, o mi sono perso qualcosa?", e Mentana risponde: "Sì, a occhio metà delle elementari, le medie, il liceo". Bisognerebbe fargli gestire per un giorno l'account di Barbara D'Urso.

Nina Moric è la versione di Mentana di destra. Da qualche tempo è tornata sotto forma di status sferzanti (che li scriva o se li faccia scrivere, non importa). Dopo il rifiuto del M5s alla cittadinanza per gli immigrati che nascono in Italia, Nina, che solidarizza con Casa Pound, ha scritto: "La Raggi può copiare il programma di Casa Pound pari pari... ma non sarà mai figa come me". E ancora: "Se tutti questi cazzo di braccialetti che provate a vendermi in spiaggia portassero realmente fortuna, voi, che ne avete dei sacchi pieni, come mai camminate tutto il giorno sotto al sole e dormite sulle panchine?". Fa di tutto per attirare schiere di utenti che abboccano e la insultano. Le donne di destra sono parecchio impenitenti.

Lo trovi sempre il trombone che ti dice che non ha tempo per queste cose. Non vede i video di quel narcisista di Gianni Morandi che sbuccia piselli perché ha da leggere tanti libri, e di solito te lo dice da un programma televisivo del pomeriggio, di fianco a Lory del Santo o una mamma blogger. Trovi sempre anche chi si giustifica per i propri consumi culturali online dicendo che s'interessa a Morandi perché "è uno di noi". Forse entrambi hanno ragione e entrambi hanno torto. Se una cosa interessa a milioni di persone, per quanto stupida possa essere, è irrilevante il tuo livello d'interesse. Ma è altrettanto vero che chi può essere meno modello d'immedesimazione di uno che ha venduto milioni di dischi, è innamoratissimo della moglie da anni, fa concerti con Claudio Baglioni in età da pensione, e poi pela la verdura? Solo l'ultima parte ci riguarda.

Lo scorso anno girava un video in cui delle ragazzine chiedevano un abbraccio a Justin Bieber mentre lui faceva shopping: finalmente rispondeva un secco no. In una vecchia intervista Giancarlo Magalli dichiarava che lui, a differenza di Morandi, è sul web soltanto per divertirsi e per divertire senza nessuno scopo commerciale. Lo diceva come fosse un pregio. Era prima dello spot Wico con Rovazzi (fortuna ci sono i nati sul web ad avere solide priorità: e a fatturare). Si scoprì subito che il vero motivo di fastidio all'origine di un lungo botta e risposta tra i due era un selfie negato a Magalli. Arrivare all'età adulta con gli stessi sogni di un ragazzino e le stesse debolezze: i like alla tua foto con quello famoso. Tocca pure dar ragione a Fabri Fibra: "Parlano i testi perché non contano le parole, contano i fatti. Anzi facciamo un selfie. Perché non contano le parole, contano i fan".

Quello del selfie è un automatismo di quando incontriamo una celebrità. Un tempo gli avremmo chiesto un autografo (che non è meno bizzarro: che te ne facevi di una firma su un pezzo di carta, prima di poterlo

rivendere su Ebay?). Stefano Bartezzaghi in un bellissimo ricordo di Umberto Eco, ha scritto che il selfie punta a "trovare un livello comune di esistenza, fra la realtà quotidiana e quella mediale. Quello del selfie è l'universo in cui siamo entrambi reali, come modelli dello scatto, e virtuali, come volti ritratti. Poi, ognuno per la propria strada, si ritorna asimmetrici".

Nascere sui social è meglio che morirci. C'è chi padroneggia il mezzo e chi no. Se googlate "re dei social" esce il nome di Gianluca Vacchi, un imprenditore metrosexual tatuato come un calciatore, pagato dalla famiglia perché continui a ballare sugli yacht e fare circuiti in palestra. Ci sono decine di video in cui balla sinuoso e un po' ridicolo, con donne che capiamo non ne possono più ma sono costrette ad assecondarlo: ti interessi a un miliardario cinquantenne perché Il mondo deve sapere, certo, ma la punteggiatura rivela già molto.

Spunta Silvio Berlusconi a intrattenere gli invitati e sedurre gli ospiti. Lo sappiamo perché Alba ha fatto quel che chiunque di noi avrebbe fatto, cioè ha impugnato il cellulare e iniziato una diretta Facebook. Ma non per vantarsi degli amici famosi coi propri follower, e neanche per condividere l'eccezionalità di trovarsi di fronte Silvio Berlusconi in carne e ossa, casomai proprio per riportare quel corpo a una dimensione mediale condivisa e conosciuta. Dalla cosa lunga della sinistra al femore di destra, il passo è breve. Ma non nel suo caso. Nei post successivi si è prodigata in dirette con i partigiani che ha tentato d'intervistare, foto in spiaggia di lei in costume a Ibiza con gamba di una passante, e editoriali vibranti sull'attualità per ristabilire la propria identità trasversale.

Avreste voglia di guardare Katy Perry dal vivo, in diretta streaming per tre giorni e diventare i testimoni della sua vita? Sicuramente no. Lei lo ha fatto ugualmente per i vostri figli. Per il lancio del suo nuovo album, "Witness", la Perry ha allestito una sorta di grande fratello in cui s'è fatta ri-

Avreste voglia di guardare Katy Perry in streaming per 3 giorni e diventare testimoni della sua vita? No. Lei lo ha fatto lo stesso

prendere per tre giorni. Siccome il disco ha l'ambizione di raccontare una maturità artistica era immancabile la parte in cui si scusava e crollava in lacrime (Justin Bieber s'è dovuto scusare per un anno intero d'essere un adolescente, per il lancio di "Purpose"; Lady Gaga ha pianto raccontando la difficoltà dell'essere famosi: tutti ti riconoscono per strada. Ma tu pensa). La Perry si è scusata con le colleghe per vecchi dissidi, con le minoranze offese dicendo cose tipo "o mio Dio, non avrei mai dovuto farmi le treccine, ho offeso le donne afroamericane con il mio white privilege" (come se ogni volta che una nera si fa la piastra le facessero notare che è appropriazione culturale). Ha fatto anche terapia con una specie di Professor Morelli ed è finita in lacrime parlando di suicidio. Il tracollo emotivo era chiaro fin dal nuovo taglio di capelli: corti, molto corti, e di troppi colori.

Alba non ci vende nulla. Non ha dischi o programmi da promuovere, si ha il sospetto che non possa più fare a meno di un pubblico interessato a lei, proprio come tutti gli altri. Tra le tante cose da dire sull'uso che fa del mezzo, ne scegliamo tre. La prima è che pare evidente la differenza tra chi nasce sui social e chi impara tardi: l'adolescente se ti deve mostrare la scarpa fotografa il piede, la cinquantenne mette il piede sul lavandino per far entrare tutto nello specchio. La seconda è che a differenza di Katy Perry non c'è una visione, un progetto commerciale, una pianificazione. Alba scrive evidentemente da sé i suoi post, la sua cifra stilistica sono i puntini di sospensione alla Céline, ma con i doppi spazi, e parole coniate dal correttore automatico, come nella sua bio in cui si presenta così: "Presentatrice . Opinionista , scrittrice , attrice Popoloratissima da oltre 30 anni amata e odiata". La terza è che tutto l'interesse del mondo non le basta mai.

Ma la vera Kim Kardashian italiana è Vittorio Sgarbi. Il quale esiste nei media generalisti degli ultimi anni in un modo completamente nuovo. L'apice di questa trasformazione è nel servizio delle Iene per il suo compleanno, una diretta pornografica impensabile senza la sua immagine social. Parla di quadri fuori campo con gli amici, forse, e poi caca in pubblico, con la telecamera che lo riprende nudo e che assorbe la narrazione social e la mentalità. Luis Buñuel per le masse. Qualche tempo fa si era denudato su Facebook: "Vittorio Sgarbi nudo su Facebook: bufera social". La foto, pubblicata sul più pudico dei social, Facebook, era accompagnata da una frase in latino "Immotus nec iners", che tradotto in italiano sarebbe "fermo ma non inerte". Ci sono diciannove mila commenti, la maggior parte di insulti o derisioni, nessuno dei quali supera in nessun modo il grado di follia e surrealismo della foto stessa. E' così oltre che non e neppure ridicolo ma ipnotico e annichilente. Sgarbi è così fuori da tutto che sta bene ovunque. La sua vita è pura performance. E' lui il vero fenomeno.

Manuel Peruzzo

BORDIN LINE

di Massimo Bordin

Le fontanelle di Roma chiuse, sia pure parzialmente, sarebbero una immagine altamente simbolica dove inazione e stupidità finirebbero per coniugarsi con la cattiveria. Le fontanelle sono uno dei biglietti da visita della città, e non dei peggiori. Il relativo spreco è largamente compensato dalla assoluta allegria dell'acqua che corre sempre fresca. Se la "scienza triste" dell'economia ci ricorda che nessun pasto è gratis, a Roma sappiamo che almeno qualche bevuta può esserlo. Anche se poi andiamo al bar è bello pensare che in ogni caso l'acqua la possiamo trovare per strada. Le fontanelle sono egualitarie, anzi aiutano gli ultimi, quelli che stanno peggio e vivono per strada. Almeno possono darsi una sommaria lavata. Le fontanelle sono l'ipostasi dell'*acqua bene comune*, potrebbero essere il simbolo di un partito di sinistra meglio delle falci e dei martelli che quasi nessuno usa più. Un simbolo austero, analcolico e salutista, adattissimo anche a rappresentare la compagnia del comico fallito. La sindaca depensante non se ne è accorta e lascia che i soci di minoranza della partecipata comunale "razionalizzino" l'erogazione. A giovarsene sarà la rete dei camion bar con le mini bottigliette del "bene comune" a due euro l'una. Di fronte alle fontanelle chiuse resteranno gabbiani giganti ad attaccare topi di medie proporzioni per contendersi i rifiuti abbandonati in mezzo alla strada. E' il nuovo biglietto da visita della città. Con la decrescita scompaiono gli spiriti animali del capitalismo e restano solo gli animali, padroni del campo.

No omicidi d'impresa

I delitti aziendali non sono storie di crisi ma un genere a sé. E c'è movimento per fermarli

Roma. Si potrebbe inaugurare – e sarebbe già tardi – il genere giornalistico dell'"economia nera" per portare a conoscenza del pubblico, sotto la giusta luce, i casi di decessi di imprese a opera di mani visibili oppure occulte. La furia cieca di autorità regolatorie o giudiziarie, la mala gestione manageriale, il *voyeurismo* mediatico, l'indifferenza della politica e l'ipertrofica burocrazia sono tra le cause degli omicidi d'impresa.

Cosa sia questo tipo di delitto l'ha spiegato l'economista Claudio Patalano il 21 giugno all'Università degli Studi di Roma La Sapienza. "Si può parlare di omicidio quando all'impresa viene tolta la vita, quando un soggetto esterno o interno agisce danneggiandola con atti illeciti, tardivi o di omissione, minandone le condizioni di vitalità e avviandola al declino" e portando "alla distruzione di un'entità, l'impresa, che insieme alla pubblica amministrazione crea lavoro, benessere e momenti di cultura per il proprio ambiente e che va quindi tutelata".

La volontà di evidenziare crac aziendali eclatanti affinché si limiti (o si eviti) il ciclico ripetersi di fenomeni delittuosi ha spinto Patalano, consulente di alta direzione d'impresa con esperienze come ispettore della Banca d'Italia, direttore della Banca nazionale del lavoro e commissario liquidatore della Sicilcassa, a pubblicare il volume "Omicidio d'impresa - il caso Delta" (Rubbettino, 2017) e ha portato alla recente nascita dell'associazione No O.d.i. (No omicidi d'impresa) che con inchieste, ricerche scientifiche, seminari, creerà un movimento d'opinione sul tema. Patalano ha fatto l'autopsia del gruppo bolognese Delta, di cui è stato consulente: nato nei primi Duemila per operare nel credito al consumo, e poi cresciuto rapidamente fino ad occupare mille addetti, è andato in crisi nel periodo in cui il governo italiano decide di ricorrere allo scudo fiscale per favorire il rientro dei capitali, provocando ostilità e inchieste nei confronti della Repubblica di San Marino, la cui Cassa di Risparmio è tra i soci di Delta, affondato da inchieste giudiziarie, clamore mediatico e stress regolatorio.

Il settore bancario è alla frontiera degli omicidi di impresa. Maurizio Baravelli, ordinario di Economia e gestione della banca alla Sapienza, che collabora con l'associazione No O.d.i., durante il convegno, ha elencato altri casi di stretta attualità e paradigmatici: l'emersione dei crediti deteriorati e il caso Veneto Banca. "Dietro alle cessioni e alle cartolarizzazioni dei crediti deteriorati si nascondono possibili omicidi di impresa, anzi, diciamolo subito, vere esecuzioni di massa delle imprese insolventi avvolte nella più totale indifferenza", dice Baravelli. La vigilanza europea e nazionale pretendono la pulizia dei bilanci, attraverso vendita o cartolarizzazione dei crediti difficili da recuperare, le banche devono liberarsene senza pere essere capaci di recuperarli o senza avere la forza di risollevare imprese insolventi concertando piani di ristrutturazione. "A questo punto sorge una domanda legittima – dice Baravelli – perché la Banca d'Italia invece di sottolineare solo la necessità di introdurre unità specialistiche di recupero non richiama l'attenzione con altrettanta forza anche sul ruolo che le banche dovrebbero svolgere nel mettere in atto misure per assistere le imprese ad uscire dalle situazioni di difficoltà invece di abbandonarle al loro destino?".

Veneto Banca, se l'omicidio è "interno"

Lo stato è solerte a sostenere banche pericolanti come si vede di recente con le banche venete, Veneto Banca e Popolare di Vicenza, salvate grazie a oltre 5 miliardi di euro di capitali pubblici assicurati a Intesa Sanpaolo per rilevare le attività buone. Veneto Banca è un omicidio particolare, "interno". "A opera di un'alta direzione fortemente ambiziosa ma anche opportunista che ha messo il proprio interesse al di sopra di quello della banca", che non era quotata e quindi slegata da logiche di mercato. "Il gruppo bancario pertanto si è modellato sostanzialmente sugli interessi personalistici del gruppo dirigente. In particolare la remunerazione dell'amministratore delegato (Vincenzo Consoli, rinviato a giudizio per ostacolo all'autorità di vigilanza e aggiotaggio, ndr) subiva forti incrementi al crescere delle dimensioni aziendali collocandosi fra le più alte nell'intero sistema bancario. Il caso insegna come si possa uccidere una banca per *governance* inadeguata ma anche come l'opportunismo manageriale possa trasformarsi in suicidio dello stesso management, costretto a lasciare con elevati costi morali e conseguenze penali", conclude Baravelli. Il delitto, come si dice, è servito. Sperando serva a cambiare andazzo.

Alberto Brambilla

NON ERANO HACKER, MA IL COLPO DI UNO STATO CONTRO L'UCRAINA

Perché l'attacco virus di questi giorni è in realtà un atto di guerra digitale

Roma. Gli esperti informatici sono ormai convinti che Petya, il virus che lunedì sera ha colpito i computer di aziende e stati di mezzo mondo, non sia un "ransomware", vale a dire un virus diffuso con intento criminale, ma un atto organizzato di guerra informatica. In base alle prime analisi, Petya era sembrato una versione aggiornata di WannaCry, il virus che in maggio aveva infettato migliaia di computer in tutto il mondo, creando grossi danni. Stessa origine (l'arsenale di armi informatiche della Nsa americana reso pubblico a marzo da un gruppo di hacker) e, apparentemente, stessi intenti: come WannaCry, anche Petya blocca i computer infettati e chiede ai loro proprietari un riscatto in bitcoin per ridare indietro i dati bloccati. Qui sorge il primo problema. WannaCry era molto efficiente con i pagamenti: era facile pagare il riscatto e riavere i propri dati. Il sistema di pagamento di Petya praticamente non funziona. Finora sono stati pagati in totale solo 10 mila dollari. Ma anche dopo il pagamento, sostengono le testimoniane e gli esperti, il sistema non blocca i dati, li cancella. Qui la prima rivelazione: Petya non è un ransomware, è un wiper, vale a dire un virus fatto per distruggere tutto ciò che incontra e danneggiare sistemi e infrastrutture digitali. A questa conclusione sono arrivati indipendentemente molti esperti informatici, come per esempio Matthieu Suiche di Comae, ed è poi stata corroborata da una ricerca di Kaspersky, la celebre società di sicurezza online.

La seconda rivelazione è che Petya sembra avere un obiettivo specifico. Certo, il virus ha colpito in mezzo mondo, negli Stati Uniti come in Russia e in Italia: secondo Microsoft, in tutto sono stati colpiti 64 paesi. Ma sempre secondo Kaspersky, oltre il 60 per cento degli obiettivi attaccati si trova in Ucraina. L'origine dell'infezione, inoltre, sembra dimostrare che l'Ucraina era l'obiettivo specifico degli hacker. Mercoledì Microsoft ha confermato che l'attacco è partito da una vulnerabilità di un software molto specifico: M.E.Doc, un programma di contabilità prodotto da un'azienda ucraina e usato sia dal governo sia dalle aziende e dai professionisti locali. Si tratta dunque di una attacco mirato, perché gli hacker sapevano che M.E.Doc è usato solo in Ucraina, e di un attacco che mira agli alti livelli dello stato, perché rende vulnerabili tutte le maggiori infrastrutture. E' quello che è successo. Il virus ha colpito molte aziende internazionali, come l'americana Merck e la russa Rosneft, ma in Ucraina ha bloccato l'intero paese: sono stati infettati gli aeroporti, le due principali società energetiche, la Banca centrale, molti altri istituti di credito, l'agenzia della metropolitana, molte agenzie governative e perfino la centrale atomica di Chernobyl, i cui tecnici hanno dovuto passare alla rilevazione manuale delle radiazioni. Si aggiungano alcuni elementi correlati, che non forniscono prove ma potrebbero aiutare a chiarire il contesto: l'attacco è stato lanciato alla vigilia delle celebrazioni in Ucraina per la festa della Costituzione e nello stesso giorno, a Kiev, un'autobomba ha ucciso Maksim Shapoval, uno dei massimi esperti dell'intelligence militare ucraina – l'ultimo di una serie di omicidi politici.

Gli esperti sono convinti ormai che quello che ha colpito l'Ucraina non sia il lavoro di un gruppo di criminali digitali, ma un attacco, volto a paralizzare e danneggiare infrastrutture strategiche, di uno stato compiuto da un altro stato – un atto di guerra digitale, insomma. Non è il primo, ma è il primo a essere mascherato da ransomware, forse per controllare la narrativa che dell'attacco si è fatta sui media. Manca solo l'identità dell'aggressore. Su questo ancora non ci sono prove, ma gli ucraini hanno già un ovvio indiziato principale: la Russia di Putin.

Eugenio Cau

PREGHIERA

di Camillo Langone

Meglio soffocarli che accarezzarli. Questa è la logica del mondo il cui principe è Satana (Vangelo di Giovanni 12 eccetera). Il mondo, attraverso tribunali inglesi e alsaziani, impone a un bambino malato la morte per soffocamento (neanche il coraggio della punturina letale: il soffocamento). Negli stessi giorni lo stesso mondo, attraverso tribunali australiani, cerca di soffocare la chiesa accusando un vecchio cardinale di molestie risalenti agli anni Settanta (evidentemente gli inquisitori non avevano niente di più fresco). Sotto scacco il clero non reagisce, balbetta, si affida ai suoi persecutori, e guarda caso sulla vicenda del piccolo Charlie Gard sceglie il bassissimo profilo, emettendo un ambiguo sussurro per bocca di monsignor Paglia, presidente della Pontificia accademia della vita e dunque massima autorità cattolica in materia. Non praevalebunt, d'accordo, ma quanto sono pesanti le porte degli inferi: prego non schiaccino la mia fede.