

I SERVI SCIOCCHI DELLA TRIBU' DEI DIFFAMATORI SERIALI



Ci risiamo. Diffamazione online – o quanto meno tentativo di – da parte di nick anonimi su Reddit, la cloaca della disinformazione online, covo di complottisti, no-vax e ingiuratori seriali, piattaforma USA non moderata sulla cui (scarsissima) affidabilità sono state scritte enciclopedie.

Questa sera mi hanno segnalato un commento proprio su un thread Reddit, che evidentemente mi riguarda, e quindi prendo l'iniziativa per rispondere, in modo diretto e schietto come sempre faccio.

Breve riassunto:

- chiedo a un collega giornalista di approfondire la storia di un'azienda (una società di formazione presente con 60 sedi in 6 nazioni) vittima da anni di una campagna sistematica di pregiudizio alla reputazione, con frequente pubblicazione di post on-line dai toni diffamatori, con le accuse più diverse, dall'essere una "psicosetta" (termine inesistente in bibliografia

scientifica) ad aver creato un sistema piramidale per la vendita di integratori (mai questi imprenditori sono stati attivi in quel settore), e via scorrendo lasciando libero spazio alla fantasia aggressiva del “popolo del web”, che ama sempre molto i flame polemici. Nota per gli addetti ai lavori: siamo dinanzi a una [crisis smoldering](#) generata da [black PR campaign](#);

- precisazione utile: né l'azienda in questione né alcuno dei suoi manager è mai stato oggetto di censure deontologiche, iniziative penali, sentenze di condanna, etc.;
- la redazione della rivista digitale della quale sono condirettore pubblica un'inchiesta molto dettagliata, in 4 lingue, che spiega storia e genesi di questa campagna di black PR ai danni di quel brand;
- uno degli autori dell'attacco al brand – già rinviata a giudizio per diffamazione aggravata a mezzo stampa per fatti correlati a quella campagna – chiede in occasione di varie udienze di Tribunale durante il processo nel quale è imputata, la rimozione dell'inchiesta, richiesta alla quale sia io che il direttore editoriale della rivista ci opponiamo in nome del diritto di cronaca, di critica e di analisi scientifica (con successo, chi fosse interessato ai dettagli [potrà leggerla qui](#), dov'è ancora online);
- la campagna di attacco a quel brand, che offende sistematicamente non solo l'azienda in quanto tale ma tutti i collaboratori della stessa e le loro famiglie, comunque prosegue imperterrita, e oggi gli schizzi di fango arrivano fino a me e ai miei colleghi, con un commento (evidentemente etero-indotto) da parte di un “genio” (uomo o donna che sia) il quale, fiero di aver scoperto l'acqua calda, pubblica il seguente testo



Slight_Rise_8676 • 1h ago

Ho cercato di capire chi avesse fatto "l'inchiesta giornalistica" che "ricostruisce come si sia formata negli anni la campagna diffamatoria" su genio in 21 giorni (che poi è l'articolo di un blog personale mentre tu ne parli come se fosse un'inchiesta giornalistica scritta su La Stampa)

E indovina cosa ho scoperto? Che il tizio che ha scritto l'articolo è il consulente che lavora per Genio in 21 Giorni da anni ed è anche ex membro di Scientology. Un dettaglio importante da citare quando si accusano gli altri di omettere e decontestualizzare.

Beh, questo personaggio protetto da anonimato (come al solito i leoni da tastiera lanciano la pietra solo se hanno la possibilità di nascondere subito la mano), la cui identità digitale guarda caso è nata per l'occasione, 2 settimane prima della pubblicazione del commento diffamatorio su di me, con "ben" 3 commenti sul web al suo attivo, "ha scoperto male", perchè:

- accusa la piattaforma sulla quale state leggendo questo articolo di essere "un blog personale" (mio, ndr), ma questo è falso, è invece da moltissimi anni una rivista regolarmente iscritta alla sezione stampa del Tribunale territorialmente competente (n° iscr. 43-04/10/19), con una sua autonoma redazione, io ne sono solo condirettore, e peraltro non ho né scritto né firmato io l'inchiesta in questione (chi molto probabilmente gli ha "suggerito" la risposta gli ha dato evidentemente un'informazione parziale e sbagliata);
- tenta di svilire l'autorevolezza della rivista stessa, che tuttavia pubblica inchieste e articoli da ben 17 anni (oltre 2.600 pezzi online, parte a firma di colleghi di altri giornali, ripresi per divulgazione, e parte non trascurabile a firma della redazione interna), e accoglie anche giovani giornalisti in praticantato;
- adombra un potenziale conflitto di interesse segnalando che io sono stato consulente diretto del Brand in questione (prima di cedere tutti i miei contratti di consulenza a fine 2019). È verissimo: proprio

nell'esercizio di questa funzione – pubblicamente nota, legittima, e mai nascosta – presi contezza della vergognosa campagna di black PR della quale quel Brand (assieme ad altri, negli anni recenti) è stato oggetto, e – a differenza di chi si nasconde spesso dietro nick anonimi non avendo gli attribuiti per prendersi responsabilità di ciò che dice e fa – ho preso posizione apertamente sulla vicenda (non me ne pento per nulla, anzi, lo rifarei);

- In ultimo, il diffamatore seriale mi accusa di essere un “ex (membro di) Scientology”. Come sanno anche i muri, ho frequentato Scientology da ragazzo (30 anni fa!), per poi dissociarmi pubblicamente, ho pubblicato vari saggi critici su quell'organizzazione, densi di dati, analisi e critiche costruttive, ne ho poi scritto in libri di testo adottati nelle Università dove insegno, e peraltro ne ho pagato anche il prezzo venendo dichiarato persona “sgradita e pericolosa” da Scientology stessa (il che per qualcuno potrebbe essere ritenuto anche motivo di vanto). Ecco allora un'altra informazione totalmente decontestualizzata, parziale e quindi falsa, suggerita e pubblicata solo per tentare di screditare una persona, il sottoscritto nella fattispecie, come è d'uso per chi fa sistematicamente della diffamazione uno strumento di pressione e, appunto, di “propaganda nera”. Diffamatori che – disancorati dalla realtà e vittime di una rara sindrome che mescola confusamente manie di protagonismo e manie di persecuzione – sono responsabili delle stesse identiche condotte che cercano di attribuire agli altri.

Forse l'utente Reddit @Slight_Rise_8676 è in qualche modo parte del gruppo organizzato delle persone che sono tra le/gli artefici di quella campagna di black PR, tanto tenace quanto incomprensibile nell'acredine che la connota; o, quanto meno,

si approvvigiona di informazioni da quelle fonti, sulla cui credibilità e affidabilità preferisco non pronunciarmi.

Aggiungo che una di quelle fonti, come ho poc'anzi accennato, è attualmente rinviata a giudizio per diffamazione aggravata a mezzo stampa, con processo penale in corso, ed è stata oggetto di un [approfondimento giornalistico da parte di Germano Milite](#), un giornalista d'inchiesta che è anche il più importante "anti-fuffa guru" d'Italia. Ma immagino che per @Slight_Rise_8676 anche Milite – persona tutta di un pezzo e di indiscussa serietà professionale, che io neppure conoscevo prima della vicenda che ha riguardato questo Brand – sia stato "manipolato" dal sottoscritto o dal Brand in questione (gli alfabeti funzionali, si sa, vedono complotti ovunque...).

Concludo: invece di spargere fango a comando (al servizio di chi? Sarebbe interessante saperlo...) @Slight_Rise_8676 dovrebbe trovare coraggio e intelligenza per informarsi davvero in modo indipendente (ad esempio: perché prima di scrivere di me non mi contatta direttamente via e-mail, per acquisire informazioni? I miei indirizzi sono pubblici...), invece di dar credito a pettegolezzi e notizie frammentarie, errate, decontestualizzate e manipolate ad arte, comportamento peraltro tipico di quelle sette che certi massimalisti sostengono di voler combattere.

Purtroppo, temo non accadrà, perchè – come amava ripetere Ennio Flaiano, riprendendo i latinisti medioevali – *“la stupidità è una madre sempre feconda”*...