

Terrorismo vs Marketing

Author Giovambattista Vieri
(c) Giovambattista Vieri
Licenza GNU FDL

Ti auguro di vivere in tempi interessanti.

Ti auguro di attirare l'attenzione di persone potenti

About me

Mi occupo di sviluppo software, e di amministrazione di sistemi (essenzialmente linux) su richiesta progetto sistemi e li testo.

Mi occupo di sicurezza (con particolare attenzione ai workflow).

Son socio di una srl e startupper.

Ho fatto il servizio di leva.

Tempi interessanti:

- Di certo non ci annoia.
- Ne' nel mondo, ne' nella UE.
- Nella UE:
 - Era passato molto tempo dall'esplosione di mezzi di trasporto o locali pubblici
 - Altrettanto tempo da uccisioni indiscriminate di civili con armi da fuoco

Storicamente:

- Son moltissimi anni che nel mondo succedon cose terribili:
- Biafra, Sudan, Karen, Tuareg, etc. piu' altre che son piu' note.
- Tutte queste keyword han visto violenze e esplosioni in quantita' che han anche coinvolto cittadini occidentali
- Cio' ha lasciato tracce negli archivi digitali

Situazione odierna

- Il terrorismo e' diffuso a livello planetario con episodi frequenti
- Alcuni di questi episodi avvengono in UE
- Al grande pubblico non son noti fini, mandanti e meccanismi di questi atti.
- Presumibilmente nessuno ha la visione completa del fenomeno. Nemmeno i "protagonisti".

Considerazione:

- Se nessuno ha la visione completa del fenomeno, nessuno la puo' dirigere o controllare pienamente.

“L'oro e' il nerbo della guerra”

- Secondo i media:
 - I terr. Si finanziano con il contrabbando di xxxx
 - I terr. Si finanziano con il traffico di yyyyy
 - I terr. Si finanziano con una struttura di raccolta fondi basata su charity e relative holding
 - I terr. Si finanziano con il cybercrime e ransomware
 - I terr. Si finanziano con reati vari inclusi spaccio, sostituzione di persona, truffe varie

Secondo i media

- Dopo una azione T di successo:
 - Il gruppo autore vede aumentare i finanziamenti volontari (via charity etc)
 - Le shares del gruppo autore vengono comprate da altri gruppi (sottomissioni o endorsement)
 - Il marchio dell'autore aumenta di valore
- Da cui parrebbe di aver a che fare con una corporate operante nei media.

Titolo sbagliato ?

- **NO**

- Allora sarebbe possibile una diversa presentazione sullo stesso tema?

- **SI CERTO.**

marketing

- Il marketing (termine inglese, spesso abbreviato in mktg), anche commercializzazione[1] o mercatistica[2] o mercatologia, è un ramo dell'economia che si occupa dello studio descrittivo del mercato e dell'analisi dell'interazione del mercato e degli utilizzatori con l'impresa.
- Ragazzi questo pare dicano I media!

Cenni di e-marketing

- Growth hacking, cookies, permanent cookies, profiling, identity profiling, social network, social network identity profiling/marketing

• **BASTA**

FERMIAMOCI QUI!

Come fermare T?

- Teatro UE/Occidentale:
 - Aumento di sorveglianza fisica (anche con soldati in strada)
 - Aumento di telecamere di sorveglianza (configurate? ... altra relazione ?)
 - Sorveglianza em e telematica
- Questo pare funzionare. La frequenza degli atti non e' aumentata. Alcuni stati ne sono stati immuni.

Sempre nel teatro UE/Occ.

- Viene proposto di:
 - Vietare anonimato in rete
 - Vietare la crittografia
 - Remdere responsabili I “siti” dei contenuti postati dagli utenti
 - Generico aumento dei controlli su Internet
- In altri continenti questo e' fatto per default.

A mio avviso

- Se le proposte venissero attuate il costo economico sarebbe ancora tutto da stimare.

Ma per fortuna non intendo parlarne ora .

Magari al prossimo Winston Smith ?

Ergo:

- T pare funzionare come media-corporate che usa e-marketing.
- L'e-marketing puo' funzionare sia con che senza anonimato.

E marketing senza anonimato

- Ora il produttore puo' profilare esattamente il possibile cliente, e magari farlo contattare, con comunicazioni one to one (personali ?)
- Il fan puo' essere "accountable" di una sua defezione/disaccordo di fronte al suo reale gruppo di riferimento (maggiore fidelizzazione)
- E' piu' facile portare i fan a contatti nel mondo reale (prendiamo ad esempio il mondo makers)

No crypt?

- Problemi per la sicurezza dei dati degli utenti (attacchi it che posson portare a perdite di dati finanziari e a sostituzione di persona con tanto di fotocopie di documenti (altra presentazione ?)
- Facilita' di controllo del fan via trojan (ricordiamoci che I “trojan di stato” son sempre in qualche modo controllati dalla magistratura)

Una master key

- Per
 - Aprire tutte “le crittografie”
 - Aprire I db delle identita'
 - Varie
- Ma ci ricordiamo della “master key dei DVD” ? :-)

e-marketing con anonimato

- Facilita' estrema per il fan di sfilarsi e sparire
- Identica tracciabilita' del fan per coloro che possiedono il medium (solo con maggiori costi)
- Difficolta' per il venditore di tracciare il fan e magari controprofilarlo verso altri servizi (es.: porno/giochi on line)
- Anche i mod per giochi di guerra non migliorano la situazione (danno al venditore solo ip e magari informazioni su una macchina)

Conclusioni ?

A VOI!

Domande?

bibliografia

- RID (www.rid.it)
- <http://www.bloomberg.com>
- Repubblica, corriere, La Stampa, NYT, LAT
- Le monde
- Wikipedia.org