

Ecco perché non dovrete mai credere ai vostri occhi

 comedonchisciotte.org/ecco-perche-non-dovreste-mai-credere-ai-vostri-occhi

30 giugno 2024

Kit Knightly

off-guardian.org

Lo spot pubblicitario è semplice. Un autobus è bloccato nel traffico dopo aver urtato un carretto della frutta, una giovane passeggera guarda fuori dal finestrino un bel ragazzo in una decappottabile. Scende dall'autobus, sale in macchina e l'uomo la porta via come fosse il suo autista mentre lei mangia una barretta di cioccolato.

La giovane donna è Audrey Hepburn.

Questo ha implicazioni molto significative sulla nostra percezione del mondo in cui viviamo, in modi di cui nessuno parla veramente. Ma su Audrey torneremo più avanti.

Non sempre sembra essere così, ma gli esseri umani sono innatamente fiduciosi.

Che si tratti di uno sviluppo evolutivo progettato per rendere più facile il funzionamento di un gruppo sociale o di un residuo di migliaia di generazioni di pensiero religioso, in fondo, quello che ci viene spontaneo pensare, in modo quasi automatico, è che la maggior parte delle persone – la maggior parte delle volte – dice la verità.

Si tratta di un'inclinazione naturale che i tiranni hanno ben compreso – e di cui hanno approfittato – per secoli.

Ma, per quanto la fiducia che riponiamo negli altri sia innata, c'è qualcosa di cui ci fidiamo di più: i nostri occhi.

Siamo creature visive e, una volta che qualcuno ha visto qualcosa, o crede di aver visto qualcosa, è quasi impossibile convincerlo del contrario.

E, al giorno d'oggi, anche gli aspiranti tiranni possono approfittarne.

Purtroppo, la fiducia necessaria e primordiale che il nostro cervello ripone negli occhi è in ritardo rispetto alla capacità della tecnologia di confonderli.

Il **Deep Faking** è, come la maggior parte di noi sa, un trucco di editing video in grado di sostituire senza soluzione di continuità un volto con un altro. Non è particolarmente difficile o costoso. Tutto ciò che serve è che il sostituto abbia una somiglianza superficiale con il rimpiazzo, un buon numero di foto che mostrino posizioni facciali diverse e il software giusto.

I “*shitposter*” di 4chan lo fanno comodamente dalla loro camera da letto per farsi due risate, sostituendo i volti delle pornostar con quelli di attrici, celebrità, politici e Nicolas Cage.

In poche parole, per la natura stessa di ciò che è, la tecnologia deep fake dovrebbe rendere assai sospetto ogni video che mostri un volto qualsiasi.

Le possibilità di falsificazione non si fermano ai video: falsificare l'audio diventa sempre più facile. Con un numero sufficiente di campioni vocali, i **sintetizzatori e i clonatori vocali** possono far dire a chiunque qualsiasi cosa. Questa tecnologia migliora continuamente e può imitare perfettamente l'intonazione.

L'intelligenza artificiale in generale è in grado di disegnare, in pochi secondi, qualsiasi immagine si voglia descrivere. È in grado di generare volti foto-realistici che possono essere utilizzati come “vittime” e “foto segnaletiche”, o di mettere in scena qualsiasi dramma finto con attori finti.

Gli strumenti online gratuiti possono già fare tutto questo in modo soddisfacente. Ovviamente, i governi e le megacorporazioni avrebbero accesso a strumenti avanzati più costosi che probabilmente sarebbero quasi impossibili da individuare.

I film di Hollywood utilizzano la computer-generated imagery (CGI) per riportare in vita attori morti, aggiungere volti moderni a vecchi filmati di cronaca, radere al suolo città o far tornare i sessantenni di nuovo ventenni.

Torniamo alla clip di Audrey Hepburn che mangia una barretta di cioccolato e guardiamola bene.

Ora, si potrebbe sostenere che questo spot mostri i limiti di questa tecnologia, dopo tutto ha una qualità da “valle inquietante” e nessuno che abbia visto quello spot ha mai pensato per un solo secondo che fosse davvero Audrey Hepburn.

Beh, innanzitutto quella pubblicità è già vecchia di undici anni. È tutto quello che una pubblicità di barrette al cioccolato poteva fare più di dieci anni fa. Da allora la tecnologia è migliorata.

In secondo luogo, tutte queste informazioni sono contestuali.

Nel 2013, quando lo spot era stato trasmesso, il vostro cervello avrebbe saputo che non dovevate credere a ciò che stavate vedendo perché stavate guardando una pubblicità televisiva. Il vostro cervello avrebbe anche saputo che ciò che stavate vedendo era impossibile, poiché Audrey Hepburn avrebbe avuto 84 anni... se non fosse già molto, molto morta.

Il vostro cervello analitico può filtrare quando dispone di informazioni aggiuntive e di un contesto. Vedete i fili quando sapete che ci sono.

Ma immaginate che non fosse Audrey Hepburn, immaginate che non fosse una pubblicità.

Supponiamo che venga trasmesso durante il telegiornale e che, invece di una pubblicità in technicolor di un dolce, sia il video sgranato di un cellulare che mostra la vittima A dell'attacco terroristico X. O un filmato di una telecamera a circuito chiuso che ritrae il politico B mentre riceve la tangente Y. O l'imputato C che segue in livestreaming il suo processo per l'infrazione Z.

Il volto sembra reale, lo sfondo sembra reale, la voce sembra reale...

... eppure potenzialmente nulla di tutto ciò è reale.

Ma quante persone lo vedrebbero in modo critico? Quanti di noi hanno reimpostato il proprio cervello in modo che "sì, ma il video è reale?" sia la prima domanda che ci poniamo?

Eppure, la reazione automatica della maggior parte delle persone quando qualcuno afferma che "è falso" è quella di deriderlo senza pensarci due volte.

Questo è un modo di pensare all'antica.

Nessuna delle informazioni pubblicate qui sopra è scioccante o nuova, e non sto suggerendo che lo sia. Le tecnologie sono ampiamente conosciute e alcune di esse hanno più di dieci anni, è il nostro adattamento mentale che è in ritardo. Non funziona ancora in modo automatico, anche se dovrebbe farlo.

In poche parole: non ci si può fidare di immagini o video. Mai. È una lezione che tutti dovremmo imparare.

Sappiamo quindi che gli strumenti in rapido sviluppo rendono le fake news o gli eventi inscenati altamente convincenti non solo possibili, ma anche facili da realizzare. Per il nostro ultimo punto voglio concentrarmi sulla lezione ripetuta della storia, che la gente si rifiuta di imparare:

Loro. Già. Falso. Tutto.

Ok, non proprio tutto, ma molto. Una quantità enorme. Molto più di quanto la maggior parte delle persone riesca a capire.

È un esempio minore, ma in [questo filmato](#) della CNN, due giornaliste fingono di trovarsi a chilometri di distanza l'una dall'altra per un'intervista satellitare, quando un autobus che passa sullo sfondo dimostra che, in realtà si trovano, nello stesso parcheggio e non sono separate da più di quindici metri.

Un promemoria di quanto i media che consumiamo ogni giorno siano in qualche modo irreali, in un modo o nell'altro.

Si potrebbe dire che la “realtà”, come la intendiamo noi, non si vede quasi mai nei media. Le copertine delle riviste sono photoshoppate. Le interviste sono accuratamente messe in scena. Gli “scandali” possono essere in gran parte delle trovate di pubbliche relazioni. La “Reality television” è piena di attori pagati che simulano conflitti reciproci. Ogni scenario è un artificio, ogni emozione una performance.

Internet è pieno di reporter meteorologici che fanno fatica a resistere a venti di uragano che non ci sono, o che remano in canoa in “inondazioni” profonde dieci centimetri.

Guardate questo video, presumibilmente registrato in Egitto durante la Primavera Araba, cosa stanno facendo? Sembrano fingere di protestare, poi si bloccano per posare per le foto, alcuni con ferite finte. Ovviamente è tutta una messa in scena, ma, se ci fossero stati presentati solo dei fotogrammi o il video montato, vi sarebbe mai passato per la testa?

In Siria l’Occidente ha persino simulato un’intera associazione di beneficenza. Si diceva che i “Caschi Bianchi” fossero un’organizzazione di veri siriani dediti a salvare vite umane. Non erano nulla di tutto ciò. Erano una psy-op finanziata dalla NATO e molti dei loro video di “salvataggio” erano chiaramente inscenati. Avevano persino preso parte alla virale “sfida del manichino” (una pessima mossa di pubbliche relazioni).

“Nayirah”, l’infermiera kuwaitiana che aveva testimoniato di aver visto “bambini gettati fuori dalle incubatrici” all’epoca della Prima Guerra del Golfo, non è mai esistita veramente, era una parte interpretata dalla figlia dell’ambasciatore del Kuwait.

Nel suo libro *Bought Journalists* (Giornalisti comprati), il defunto Udo Ulfkotte racconta di essere stato in Iraq durante la guerra e di aver visto i giornalisti spargere benzina su carri armati e auto bruciate, a chilometri di distanza dalla linea del fronte, per poterle incendiare e fingere di fare un reportage da una zona di guerra.

Ricordate il famigerato articolo di Rolling Stone “*Uno stupro nel campus*”? 9000 parole per descrivere uno stupro di gruppo che non era mai avvenuto.

A pochi giorni dal lancio dell’“operazione militare speciale” della Russia in Ucraina, sia i media tradizionali che i social media erano stati inondati di video falsi e mal attribuiti che vendevano storie inventate.

Fin dal suo inizio, la Covid è stato una valanga di falsità sia macro che micro.

Quando aveva preso il via in Cina, eravamo stati bombardati con immagini e video assurdamente falsi di persone che si supponeva stessero collassando per strada a causa della malattia.

L’epidemia di persone che si “sdraiavano in strada indossando la mascherina” si era diffusa in Italia nel marzo 2020, ma poi era rapidamente scomparsa, senza che se ne sentisse più parlare.

Al culmine del panico, un utente di Twitter di nome TraceyZ aveva affermato che due infermiere dell'ospedale di Swansea erano morte a causa della Covid e che altre tre erano in terapia intensiva. L'affermazione era diventata virale prima che l'ospedale stesso la smentisse.

Non solo le cinque infermiere malate non esistevano, ma anche TraceyZ non esisteva.

L'account con questo nome era stato cancellato subito dopo.

Ricordiamo questo video che un passante aveva girato riprendendo gli "addetti alle pulizie" della metropolitana di Londra che fingevano di sterilizzare [le macchinette per la vendita dei biglietti].

Oppure questo video dall'interno di un ospedale spagnolo, in cui i due "medici" in primo piano sono vestiti come comparse di Outbreak, mentre una persona sconcertata sullo sfondo li osserva con indosso solo una maglietta.

Ricordiamo il gran numero di persone che si erano impegnate nel "teatro politico" fingendo di indossare la mascherina, come questo tizio.

Gli esempi sulla Covid continuano all'infinito, da quattro anni a questa parte.

E questi sono solo quelli di cui siamo a conoscenza, quelli che possiamo dimostrare.

Il panorama mediatico è saturo di finzioni e lo è da decenni.

La tecnologia discussa in precedenza non significa che inizieranno a falsificare le cose, ma che le falsificazioni che stanno facendo da anni saranno più facili da realizzare e più difficili da individuare.

La tecnologia esiste. La motivazione esiste. I livelli di disonestà e corruzione richiesti sono più che esistenti. Esiste anche il diritto alla pigrizia che "giustifica" una cultura della finzione.

Abbiamo superato da tempo il punto in cui mettere in dubbio tutto ciò che si vede e/o si sente può essere considerato "paranoico". È sano, razionale e persino un prerequisito per mantenere la propria sanità mentale.

Sappiamo che falsificheranno qualsiasi cosa, quindi dobbiamo essere pronti a mettere in discussione tutto.

Questo articolo parla di come l'establishment possa creare notizie false. Nella seconda parte ci porremo la domanda più importante: perché.

Kit Knightly

Fonte: off-guardian.org

Link: <https://off-guardian.org/2024/06/27/why-you-should-never-believe-your-eyes/>
27.06.2024

Scelto e tradotto da Markus per comedonchisciotte.org