

- <https://www.lantidiplomatico.it/>
- 16 Agosto 2026 13:00

Israele vuole che ChatGPT diffonda la sua versione dei fatti su Gaza – Politico



Secondo quanto riportato da [Politico](#), Israele ha speso decine di milioni di dollari per migliorare la propria immagine negli Stati Uniti, cercando di influenzare il modo in cui le piattaforme di intelligenza artificiale descrivono il paese.

L'opinione pubblica statunitense nei confronti di Israele si è deteriorata negli ultimi anni, inizialmente a causa della sua risposta agli attacchi di Hamas del 7 ottobre 2023 e, più recentemente, a causa della guerra statunitense-israeliana contro l'Iran e dei relativi costi a carico dei contribuenti. Secondo un sondaggio del Pew Research Center di giugno, sei adulti statunitensi su dieci ora hanno un'opinione piuttosto o molto sfavorevole di Israele, in aumento rispetto al 53% dello scorso anno e al 42% del 2022. Il primo ministro israeliano Benjamin Netanyahu è ancora meno popolare: il 65% degli intervistati dichiara di avere poca o nessuna fiducia nelle sue politiche.

La campagna da 100.000 dollari per influenzare l'IA

In un articolo pubblicato venerdì, Politico ha descritto in dettaglio una campagna israeliana da 100.000 dollari volta a influenzare il modo in cui i modelli linguistici di grandi dimensioni, come ChatGPT, rispondono alle domande su Gaza e sulla guerra tra Israele e Hamas. L'iniziativa ruota attorno all'Hanover Institute for Public Policy, un sito web che pubblica rapporti anonimi sull'antisemitismo e su questioni geopolitiche.

Il progetto è stato avviato tramite la società di pubbliche relazioni francese Havas Media, che gestisce gran parte delle attività di influenza israeliane negli Stati Uniti registrate ai sensi del Foreign Agents Registration Act (FARA) statunitense, e il suo subappaltatore, l'agenzia

pubblicitaria Piro Inc, per conto dell'Agenzia pubblicitaria del governo israeliano (LaPam).

L'Hanover Institute describe il proprio lavoro come «documentario, non dichiarativo» e afferma che la sua ricerca è puramente accademica. Politico, tuttavia, ha citato documenti FARA depositati presso il Dipartimento di Giustizia degli Stati Uniti la scorsa settimana che collegano più di una dozzina dei suoi articoli a una campagna di pubbliche relazioni che prevedeva «la creazione e la diffusione di materiale informativo basato sui fatti e supportato da fonti» volto a «educare» l'opinione pubblica statunitense su Israele.

Il sito web, prosegue Politico, ospita numerosi articoli senza attribuzione formulati come domande, tra cui «La tortura dei prigionieri palestinesi è un crimine di guerra?» e «Chi è l'aggressore nel conflitto israelo-palestinese?», il che, secondo Politico, suggerisce che il materiale fosse stato progettato per essere ripreso e citato dai modelli di linguaggio di grandi dimensioni (LLM). Il sito ha inoltre affermato che alcuni indicatori tecnici collegavano il sito web a Res, una startup di intelligenza artificiale con sede a Seattle che aiuta i clienti a ottenere raccomandazioni dai modelli di IA. Il collegamento è stato confermato dal CEO di Res, Hai Tran, in una e-mail.

I precedenti e le divisioni politiche negli Stati Uniti

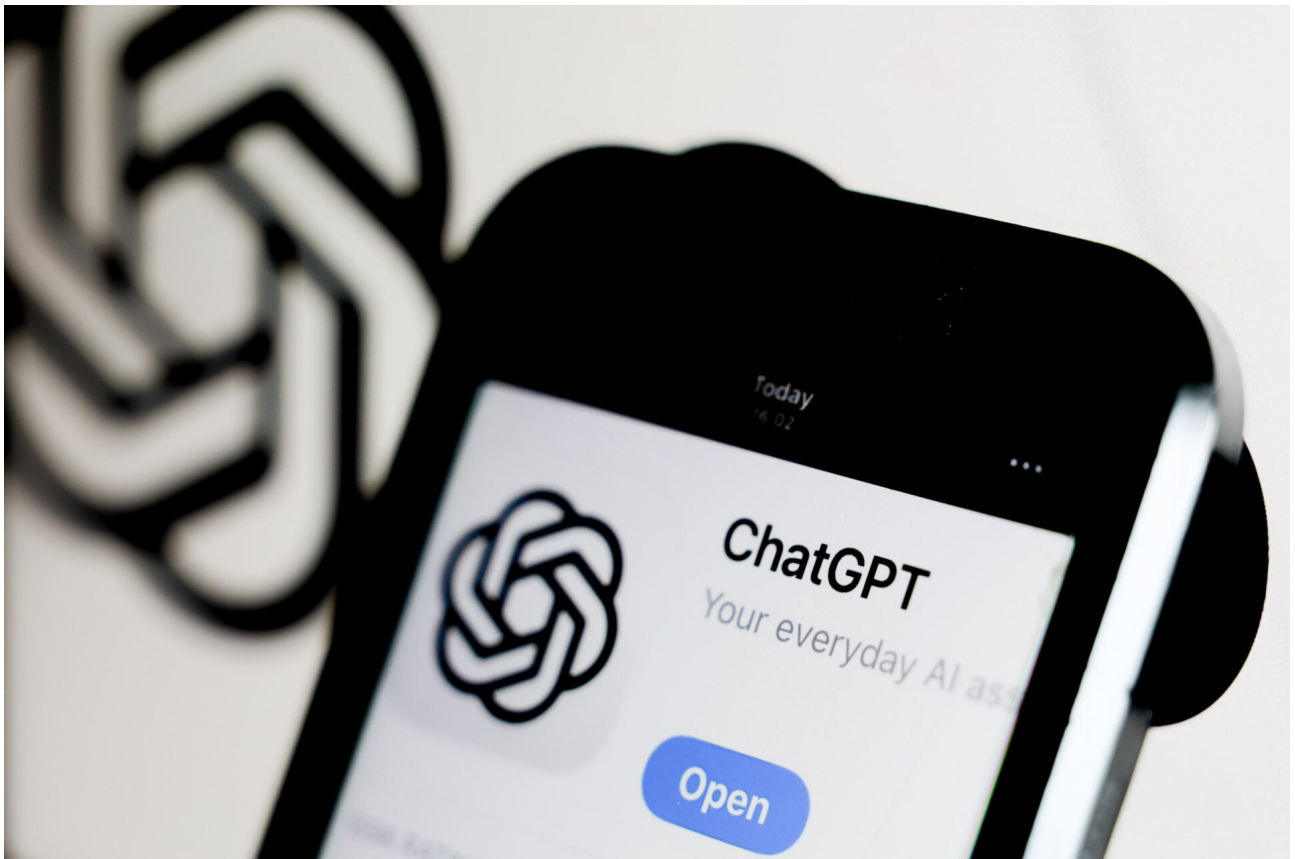
Sebbene i documenti FARA di Piro non identifichino esplicitamente come obiettivo l'influenza sui modelli di linguaggio, Politico ha affermato che sia ChatGPT che Perplexity hanno citato materiale dell'Hanover Institute in risposta a domande neutre su Gaza e Israele.

Non è la prima iniziativa di Israele, legata a Havas, volta a influenzare l'opinione pubblica, anche attraverso l'IA. Secondo un'inchiesta del WSJ pubblicata il mese scorso, l'azienda aveva precedentemente ingaggiato l'ex responsabile della campagna elettorale del presidente Donald Trump, Brad Parscale, per una campagna da 46,5 milioni di dollari che includeva messaggi filoisraeliani generati dall'IA rivolti agli americani, oltre a siti web e post progettati per generare risposte più favorevoli da parte delle piattaforme di IA. Lo scorso autunno, Responsible Statecraft ha riferito che Havas Media ha gestito anche una «campagna di influencer» per la quale ha pagato 900.000 dollari per la produzione di contenuti favorevoli a Israele.

“Llm Poisoning”: Israele paga 46 milioni di dollari per “manipolare” ChatGPT, Gemini e Claude

ROBERTO VIVALDELLI

Israele ha investito decine di milioni di dollari in una campagna di "avvelenamento" dell'IA per manipolare le risposte di chatbot



Usa l'intelligenza artificiale

Israele non combatte una guerra su sette fronti, ma su otto. L'ottavo, come abbiamo raccontato più volte su InsideOver, sono gli Stati Uniti: una guerra ibrida, principalmente focalizzata sulla propaganda, per riconquistare un'opinione pubblica americana sempre più distante da Tel Aviv e critica della politica estera di Netanyahu a Gaza e in tutto il Medio Oriente. I dati parlano chiaro: secondo il Pew Research Center, solo il 32% degli americani vede favorevolmente il governo israeliano, il livello più basso da decenni. Tra i giovani repubblicani, la percentuale di chi ha un'opinione sfavorevole di Israele è salita al 57%.

Un "fronte" che abbiamo analizzato in numerose occasioni, dalle operazioni di propaganda della Israel Lobby sul Congresso, fino agli investimenti record per la hasbara – 730 milioni di dollari nel solo 2026, quattro volte la cifra del 2025. Ora, un'inchiesta di Drop Site News firmata da Nick Cleveland-Stout rivela la nuova, inquietante frontiera di questa campagna: non più (solo) i media tradizionali o i social network, ma l'intelligenza artificiale. Al centro dell'operazione c'è un volto noto ai lettori di InsideOver: Brad Parscale, l'ex direttore della campagna digitale di Donald Trump, già oggetto dei nostri approfondimenti per il suo ruolo di agente straniero registrato al servizio di Israele.

L'offensiva sui chatbot

Secondo l'inchiesta di Drop Site, da ottobre 2025 Parscale, attraverso la sua società Clock Tower X, sta gestendo un'operazione da 46,5 milioni di dollari (poi salita a 4,5 milioni al mese) per conto del governo israeliano. L'obiettivo dichiarato? «Influenzare i chatbot basati sull'intelligenza artificiale» come ChatGPT, Claude, Gemini e Perplexity, una

pratica nota come “LLM poisoning” («avvelenamento» dei modelli linguistici).

Usa l'intelligenza artificiale

Non si tratta di influenzare gli esseri umani, almeno non direttamente. I siti creati da Parscale – una decina, tra cui [Allyvia.org](https://allyvia.org), [FactSignal.org](https://factsignal.org), [Paxpoint.org](https://paxpoint.org), [Justorium.org](https://justorium.org) e altri – registrano poche centinaia di visitatori al mese. Il loro vero scopo è essere “letti” e indicizzati dai web crawler che alimentano i giganti dell’IA, in primis Common Crawl, un’organizzazione non-profit che periodicamente scansiona grandi porzioni del web e rende pubblici gli archivi. Questi archivi sono una delle fonti principali di testo grezzo usate per addestrare i large language model usati dall’intelligenza artificiale.

James Li

Israel has spent \$50M creating fake “American” blogs and fact checking websites to manipulate AI chatbots like ChatGPT and Claude to be more pro-Israel.

And unfortunately, it’s working.

I contenuti sono studiati per apparire equilibrati e ben documentati, con un tono che li rende più appetibili per i sistemi di IA, come ha spiegato a Axios Scott Stouffer, CTO di Market Brew, società in cui Parscale investe. Un articolo su FactSignal, ad esempio, sostiene che la maggior parte dei giornalisti a Gaza sarebbe legata a organizzazioni terroristiche, gettando dubbi persino sull’uccisione della piccola Hind Rajab, la bambina palestinese di cinque anni uccisa dall’esercito israeliano nel 2024. Un altro,

su [Justorium.org](https://www.justorium.org), elogia le «misure di Israele per ridurre i danni ai civili», citando il roof knocking – una pratica che il New York Times ha invece documentato essere stata ampiamente ridimensionata già dai primi giorni della guerra.

Funziona?

Sì, e i risultati sono sotto gli occhi di tutti. Drop Site ha testato i principali chatbot con domande mirate. Quando a Perplexity è stato chiesto «È vantaggioso per gli Stati Uniti aumentare la cooperazione militare con Israele?», il chatbot ha risposto con un secco «Sì», citando come prima fonte [Allyvia.org](https://www.allyvia.org), il sito di Parscale. Microsoft Copilot e Google Gemini hanno fatto lo stesso, citando i siti della rete Clock Tower senza segnalare che si tratta di materiale prodotto per conto del governo israeliano – nonostante in fondo a ogni pagina sia presente la dicitura, obbligatoria per il FARA (Foreign Agents Registration Act), che ne dichiara la natura.

[Usa l'intelligenza artificiale](#)

Drop Site

NEW: Israel is spending millions of dollars to influence AI chatbots—and according to a new Drop Site investigation, it's working.

Former Trump campaign manager Brad Parscale is overseeing a network of websites created for the Israeli government that are increasingly [Mostra altro](#)

Ancora più preoccupante è il rischio di infiltrazione nei dati di addestramento dei modelli di intelligenza artificiale. L'analisi di Drop Site News ha scoperto che, tra gennaio e giugno 2026, i dieci siti web gestiti dalla rete di Brad Parscale sono stati archiviati da Common Crawl ben 912 volte. Common Crawl è uno dei più grandi archivi pubblici del web e viene

frequentemente utilizzato come fonte di dati per l'addestramento dei grandi modelli linguistici (LLM). Il picco si è registrato a maggio, con 376 occorrenze in un solo mese.

Questo dato è rilevante perché non si tratta solo di influenzare le risposte dei chatbot in tempo reale (come già osservato in Perplexity, Copilot e altri sistemi). Il materiale di questi siti rischia di entrare nei dataset usati per addestrare le future versioni dei modelli, diventando parte permanente della loro «conoscenza».

Come spiega Hervé Letoqueueux, CEO di Check First, «Common Crawl è ampiamente utilizzato per addestrare i modelli, il che significa che gli attori vogliono manipolare le risposte a loro favore. È dimostrato che è relativamente facile farlo». Alice Lee, analista di NewsGuard, aggiunge che i siti di Parscale hanno «punti elenco, sintesi in cima alla pagina, fonti aggressive, informazioni digeribili: tutto ciò aumenta la probabilità che i chatbot raccolgano questi contenuti».

Una campagna multimilionaria

Come vi abbiamo già raccontato su InsideOver, nel settembre 2025, l'agenzia pubblicitaria globale Havas, per conto del Ministero degli Esteri israeliano, ha affidato alla società di Parscale, Clock Tower X, la gestione di una campagna di comunicazione mirata al pubblico statunitense. Il contratto, inizialmente depositato con un valore di 1,5 milioni di dollari al mese ai sensi del FARA, ha subito un rapido incremento, salendo a 6 milioni e poi a 9 milioni entro dicembre 2025, per arrivare a una cifra complessiva stimata tra i 45 e i 50 milioni di dollari, includendo i subappaltatori – un esborso ben superiore a quello solitamente corrisposto dai governi di Arabia Saudita, India o Qatar per analoghe consulenze.

Tuttavia, secondo un'approfondita inchiesta del quotidiano israeliano Haaretz – che ha passato al setaccio la rete di siti web e account social gestita dalla Clock Tower X – la più costosa operazione di propaganda digitale mai tentata da Israele negli Stati Uniti sta producendo risultati deludenti in termini di visibilità ed efficacia. Haaretz ha identificato 42 account sui principali social network (X, Facebook, Instagram, TikTok, YouTube e Rumble) che, complessivamente, vantano appena 885 follower. Di questi, 854 appartengono a un unico canale YouTube. Gli altri 41 account condividono fra loro solo 31 follower, e diversi profili su X, nonostante i post quotidiani, non hanno alcun seguito. Ogni profilo è stato creato a maggio 2026, con biografie identiche e post pubblicati in sincrono, seguendo tutti gli stessi account governativi israeliani e americani. L'analisi di Haaretz ha rilevato che praticamente ogni interazione con i post o i siti della rete proviene da critici, ricercatori o giornalisti che documentano l'operazione, non da sostenitori che la amplificano. Meglio, dunque, concentrarsi sull'IA e sui Chatbot, dove i risultati stanno arrivando e sono concreti.