

LBRIS

We know  
books

PETER  
POMERANTSEV

# ASTA NU E PROPAGANDĂ!

Aventuri în războiul cu realitatea

Traducere din engleză de ADRIAN CIUBOTARU

CARTIER

## Cuprins

<i>Prefață. „O telegramă!”</i> .....	7
--------------------------------------	---

### Partea I

#### ORAȘELE TROLLILOR

Arhitectura dezinformării .....	19
#ArrestMariaRessa! .....	27
Cum să prinzi un troll? .....	40

### Partea a II-a

#### DEMOCRAȚIA ÎN LARG

Valurile democratizării .....	65
Revoluția permanentă .....	75
Protestul parodiat .....	88
Canalul discordiei .....	99

### Partea a III-a

#### CEL MAI ULUITOR „BLITZKRIEG” INFORMAȚIONAL ÎN ISTORIE

Operațiunea „Perestroika” .....	115
Cel mai uluitor „blitzkrieg” informațional în istorie .....	121
Cum să lupți într-un război care nu există .....	139

### Partea a IV-a

#### REALITATEA „SOFT”

Obiectivitatea este un mit impus .....	159
De ce suntem „postadevăr”? .....	167
În Alep .....	171

Alterizarea .....	199
Populismul „pop-up” .....	211
Viitorul a ajuns mai întâi în Rusia .....	220

Partea a VI-a  
VIITORUL ÎNCEPE AICI

Concluzii și recomandări .....	231
Saltul peste zid .....	241
Cernăuți .....	251

*Partea I*

## ORAȘELE TROLLILOR

Lupta dintre libertatea cuvântului și cenzură a fost una dintre cele mai pregnante confruntări ale secolului al XX-lea. După Războiul Rece, libertatea de exprimare părea să fi învins în multe locuri. Dar ce se va întâmpla dacă cei puternici vor folosi „abundența informațională” pentru a închide din nou gura nemulțumiților, vor întoarce pe dos libertatea cuvântului și o vor utiliza ca pe armă împotriva opozanților, păstrând, în același timp, destulă anonimitate pentru a putea nega, ulterior, orice implicare?

## Arhitectura dezinformării

Să luăm cazul Filipine. În 1977, pe când părinții mei se familiarizau cu toate plăcerile pe care le putea oferi comunicarea cu KGB-ul, statul Filipine era condus de colonelul Ferdinand Marcos, un dictator militar susținut de Statele Unite. După cum ne informează site-ul organizației Amnesty International, pe timpul lui Marcos au fost executați 3.257 de deținuți politici, circa 35.000 au fost torturați, iar 70.000, întemnițați. Marcos își etala într-o manieră extrem de teatrală viziunea asupra rolului pe care îl putea juca tortura în pacificarea societății. 77% dintre cei care au fost uciși de torționarii regimului nu au „dispărut” pur și simplu; dimpotrivă, cadavrele lor au fost expuse pe marginea șoselelor, ca avertisment și ca învățătură pentru ceilalți. Uneori, călăii extrăgeau creierul din craniile celor morți, pe care le umpleau ulterior cu lenjeria intimă a victimelor. Unele cadavre au fost tăiate bucăți, iar bucățile aruncate pe străzi, ca oamenii să le poată vedea în drumul lor spre magazine sau spre piață.<sup>1</sup>

Regimul lui Marcos a căzut în 1986 în urma unor proteste în masă, după ce SUA și-au retras sprijinul și soldații din armata filipineză au dezertat. Milioane de oameni au ieșit atunci în stradă. Se părea că a început o nouă epocă, una care urma să pună capăt corupției și încălcării drepturilor omului. Marcos a fugit din țară și și-a trăit ultimii ani în exil, pe insulele Hawaii.

Astăzi, Manila te întâmpină cu iz de pește stricat și de popcorn, cu aburi pestilențiali ce urcă din apele de canalizare și cu miros de ulei ars. Inhalate împreună, toate aceste „arome” te fac să vomیți direct pe trotuar. De fapt, „trotuar” este un cuvânt nepotrivit: în oraș există doar câteva trotuare propriu-zise, destul de late și de bine amenajate ca să te

---

<sup>1</sup> McCoy, Alfred, „Dark Legacy: Human Rights Under the Marcos Regime”, World History Archives, 20 septembrie 1999. <http://www.hartford-hwp.com/archives/54a/062.html>.

poți plimba pe ele. De-a lungul centrelor comerciale și zgârie-norilor nu există trotuare propriu-zise, ci niște trepte pe care înaintezi anevoie, la o palmă de miile de mașini ce curg ca o lavă. Centrele comerciale alternează cu cartierele sărăcăcioase, cu ulicioare murdare, pe care dorm sute și mii de boschetari, înveliți în foi de aluminiu și cu picioarele lăsate afară. Pe unele străzi mai mari găsești tot felul de baruri, în care poți urmări meciuri de box între pitici, sau saloane de *karaoke*, unde poți angaja trupe de fete care să cânte împreună cu tine cântece pop coreene, în rochițele lor multate pe niște talii subțiri ca trestia.

În timpul zilei, te plimbi printre centrele comerciale, cartierele săracilor și zgârie-nori, explorând rețeaua de pasarele și „trotuare” înguste și aglomerate ce șerpuesc între tronsoanele etajate ale șoselei. Ți aplici cu multă grijă capul ca să nu te lovești de pilele de beton și tresari de fiecare dată când auzi claxoanele stridente și sirenele de sub pod. Brusc, prin fața ta trece un tren sau te pomenești față în față cu un panou publicitar uriaș, pe care vezi o femeie ce se înfruptă cu o bucată de șuncă „SPAM”. Panouri publicitare enorme, care răsar peste tot, despart zgârie-norii de cartierele săracilor. Între anii 1898 și 1946, Filipine a fost administrată de americani (cu excepția perioadei de ocupație japoneză, cuprinse între 1942 și 1945). De atunci, bazele navale ale SUA sunt o prezență continuă, iar bucatele militarilor americani au devenit adevărate delicatese pentru localnici. Pe un poster masiv, o gospodină fericită își hrănește soțul arătos cu bucăți de ton la conservă. Sub reclama unei bucăți mari de șuncă, ce se prăjește pe grătar, niște copii ai străzii se bălăcesc în apele râului ce-și croiește un drum printre toate aceste construcții. Ceva mai în spate, observ un panou de neon: „Iisus te va salva!” Filipine este o țară catolică: cei aproape cincizeci de ani de stăpânire americană au fost precedați de trei sute de ani de dominație spaniolă (filipinezii glumesc: „Trei sute de ani ne-a dominat biserica și cincizeci de ani, Hollywoodul”). Mallurile sunt prevăzute cu capele în care poți să te rogi, dar și cu gardieni care nu le îngăduie săracilor să intre în aceste megamagazine. În Manila, un oraș cu o populație de circa 22 de milioane de oameni, nu există noțiunea occidentală de spațiu public. Interioarele magazinelor sunt parfumate cu odorizante puternice: cu

aromă de levănțică în centrele comerciale ieftine, împânzite cu tarabe kilometrice care gem sub greutatea *fast-foodului*, și cu miros delicat de lămâie în mallurile ceva mai pretențioase. Amestecul de arome te face să te simți ca într-un veceu public, iar senzația că te afli, de fapt, nu într-un oraș, ci într-o budă imensă, nu te părăsește nici afară, lângă gurile de scurgere stradale, nici înăuntru, în magazine.

Curând începi să observi că toți își fac selfie-uri: un ins în șlapi, transpirând din greu în tinicheaua încinsă a autobuzului urban; câteva chinezoaice tinerele, așteptându-și cocktailurile în mall. Filipine este campioană la selfie-uri; totodată, e țara cu cel mai intens trafic pe rețelele de socializare și cu cele mai multe mesaje pe cap de locuitor. Unii explică fenomenul prin importanța crescândă a relațiilor familiale și personale în condițiile unei guvernări din ce în ce mai ineficiente. Din această perspectivă, selfie-urile nu ar mai fi niște manifestări ale narcisismului, ci ale încrederii: te poți baza doar pe omul pe care îl știi la față.

Odată cu creșterea în importanță a platformelor sociale, Filipine a devenit, de asemenea, centrul unui nou tip de manipulare în era digitală.

L-am cunoscut pe P. în una dintre acele oaze de verdeață ce se găsesc între zgârie-norii cu geamuri mari și albastre. Insistă să nu-i divulgeze numele în carte. Se vede însă cu ochiul liber că râvnește recunoașterea pentru campaniile publicitare pe care le-a organizat, dar pentru care nu-și poate asuma, în mod public, meritele. Are puțin peste douăzeci de ani, se îmbracă în stilul băieților din *boys band*-urile coreene. E permanent surescitat, fie că vorbește despre alegerile președintelui, fie despre contul său pe Instagram, pe care se vede un ecuson albastru – culoarea îi subliniază statutul de personaj popular în rețea.

„Mă simt fericit când pot să-i controlez pe oameni. Poate că e un lucru rău, dar îmi satisface egoul, ceva foarte adânc din mine însumi... Mă simt ca un zeu în universul digital!” exclamă P. Declarațiile lui, oricât de grave, nu înspăimântă pe nimeni, omul arătând mai curând ca un personaj de operetă, negativ și caricatural.

P. și-a început cariera în rețea pe la vârsta de cincisprezece ani, când a creat o pagină anonimă, care îi încuraja pe oameni să-și împărtășească

experiențele lor amoroase. „Povestește-mi despre cea mai dureroasă despărțire!”, îi îndemna el pe urmăritori. Sau: „Povestește-mi despre aventura ta cea mai fierbinte!” P. îmi arată unul dintre grupurile sale de pe Facebook, care cuprinde peste trei milioane de membri.

Încă pe vremea când frecvența școala, crease mai multe grupuri „tematice”, cu profiluri diferite: unul era dedicat, de exemplu, „bucuriilor vieții”, altul, „puterii sufletești”. Când P. a împlinit șaisprezece ani, a început să primească oferte de la diverse companii: fiecare dorea ca el să le menționeze produsele în postările sale. Curând, și-a perfecționat tehnica. Timp de o săptămână, îi îndemna pe membrii „comunității” să discute despre „iubire”, de pildă, despre cei dragi. Apoi, schimba accentul conversației, trecând la frica de a pierde pe cineva drag, pe cineva foarte apropiat. În cele din urmă, sugera sau „strecura”, ca printre altele, un produs oarecare: „Cumpărați acest medicament, el va prelungi viața celor pe care îi iubiți!”

Dacă e să-l crezi pe cuvânt, pe la douăzeci de ani avea deja cincisprezece milioane de urmăritori pe toate platformele. Băiat din provincie, modest, cu părinți din clasa mijlocie filipineză, P. și-a putut permite deodată un apartament în unul din zgârie-norii Manilei.

După *advertising*, următoarea lui provocare a fost politica. În acel moment, tot PR-ul politic se reducea la a-i convinge pe jurnaliști să scrie ceea ce-și dorea cutare sau cutare lider de partid. Dar lui P. i-a venit o altă idee: să genereze și să modeleze opinia publică prin rețelele de socializare.

P. și-a prezentat punctul de vedere și strategia mai multor politicieni, dar singurul care le-a luat în serios a fost Rodrigo Duterte, un *outsider* care vedea în platformele sociale o nouă metodă de a obține victoria politică. Una dintre cele mai importante teze electorale ale lui Duterte era lupta cu traficanții de droguri. Duterte se lăuda că, pe vremea când conducea, ca primar, Davao, oraș situat în sudul țării, obișnuia să dea câte o raită prin cartiere și să împuște „dealerei”.

În aceeași perioadă, P. își făcea studiile la colegiu. Într-o bună zi, P. a auzit o prelegere despre „Micul Albert”, un experiment din anii 1920. În cadrul experimentului, un bebeluș pe care îl chema Albert era expus la niște zgomote înfricoșătoare de fiecare dată când vedea un

șobolan alb. În cele din urmă, micuțul Albert a început să se teamă de toate animalele cu blană.<sup>2</sup> P. s-a inspirat din acest experiment atunci când și-a elaborat strategia pentru campania online a lui Duterte.

Întâi de toate, el a creat mai multe grupuri pe Facebook, dedicate fiecare câte unui oraș din țară. Temele dezbaterilor păreau destul de inofensive, membrii discutând în principal despre știrile și evenimentele locale. Șmecheria era să dezbăți toate aceste chestiuni în graiurile locale, de altminteri, foarte numeroase în Filipine. Peste o jumătate de an, fiecare grup cuprindea deja peste 100.000 de membri. Din acel moment, administratorii au început să posteze câte o istorie criminală pe zi, în intervalul orar cu cel mai mult trafic pe net. Cronica criminală cuprindea exclusiv întâmplări reale, dar angajații lui P. încercau, în comentariile lor, să lege fiecare crimă sau fărâdele de droguri: „Se zvonește că ucigașul era un traficant de droguri”. Sau: „Tipul a fost victima unui dealer”. Peste o lună, echipa lui P. a început să posteze câte două istorii criminale pe zi, apoi, peste încă o lună, câte trei istorii, toate însoțite de același gen de comentarii.

Criminalitatea provocată de droguri a devenit, astfel, un subiect foarte popular și Duterte a început să conducă în sondaje. Dar tocmai în acel moment, P. a decis să-l părăsească pe Duterte și să susțină un alt candidat, care pedala pe dezvoltarea economică și nu pe frica de infractori. P. afirmă că a reușit să crească popularitatea noului candidat cu aproape 5%, dar era deja prea târziu ca să mai poată schimba situația: Duterte a fost ales președinte al țării. Acum, constată P. necăjit, o mulțime de „specialiști” în PR își arogă meritele pentru promovarea și victoria lui Duterte, uitând cu totul de contribuția lui. E ceva ce-l scoate efectiv din minți.

Când discuți cu oamenii care lucrează în acest domeniu, trebuie să fii conștient că sunt cu toții predispuși să-și exagereze rolul pe care l-au jucat și impactul pe care l-au produs. E ceva ce face parte din meserie. Se poate spune că P. l-a „creat” pe Duterte? Nu, desigur!

---

<sup>2</sup> Beck, H. P., Levinson, S., Irons, G., „Finding Little Albert: A Journey to John B. Watson's Infant Laboratory”, în: „American Psychologist”, 64 (7), 605-614 (2009). <http://dx.doi.org/10.1037/a0017234>.

Dezbaterea cu privire la criminalitatea provocată de droguri a fost alimentată de mai mulți factori, inclusiv de declarațiile lui Duterte însuși. În afară de aceasta, Duterte i-a cucerit pe alegători nu numai prin angajamentul de a lupta cu mafia drogurilor - am vorbit eu însumi cu mulți dintre susținătorii săi, seduși de imaginea lui de provincial care se ia de gât cu elitele „Manilei imperiale” și cu înalții prelați ai Bisericii Catolice din Filipine. Cu toate acestea, istoria lui P. confirmă o parte dintre concluziile și observațiile la care au ajuns unele studii științifice despre influența digitală.

În cartea *Architects of Networked Disinformation*, publicată de dr. Jonathan Coprus Ong, de la Universitatea Massachusetts, și de colegul său, dr. Jason Cabañes, de la Universitatea din Leeds, vom găsi interviurile pe care cei doi autori le-au luat, timp de douăsprezece luni, de la cei mai importanți „arhitecți ai dezinformării” din Manila, specialiști la care au apelat practic toate formațiunile politice din țară.<sup>3</sup> În vârful piramidei se aflau, după dr. Ong, „arhitecții-șefi” ai întregului sistem. Aceștia veneau din domeniul publicitar și din departamentele pentru relațiile cu publicul ale companiilor private. Cu toții trăiau în apartamente de lux din zgârie-norii capitalei și își descriau munca în termeni aproape mitici, comparându-se cu personajele din *Urzeala tronurilor* (serial HBO) sau din jocurile video. „Dacă ești depistat, ești terminat”, îi mărturiseau ei lui Ong. Erau mândri că au ajuns să fie cei mai buni în meseria lor, în ciuda originilor sociale modeste. „Arhitectul dezinformării, conchide dr. Ong, refuză responsabilitatea și orice formă de angajament față de publicul larg, insistând, în schimb, pe propriile lui motivații și reușite”.

Pe o treaptă inferioară în piramida dezinformării se află așa-numiții *influenceri*, comedianți și umoriști online care alternează glumițele lor obișnuite cu ironii la adresa reprezentanților opoziției, atacuri pentru care sunt bine plătiți.

<sup>3</sup> Ong, Jonathan Coprus și Jason Vincent A. Cabañes, „Architects of Networked Disinformation”, University of Leeds (2018); <https://newtontechfordev.com/wp-content/uploads/2018/02/ARCHITECTS-OF-NETWORKED-DISINFORMATION-FULL-REPORT.pdf>.

Iar pe treapta cea mai de jos mișună publicul cel mai rău famat, cei pe care Ong i-a numit „operatorii conturilor false din comunitățile online”. E vorba de niște centre de apel cu angajați care muncesc în ture de 24/24, sunt plătiți cu ora și administrează concomitent circa o duzină de conturi pe rețelele de socializare. Printre ei, găsim, de exemplu, studenți și asistente medicale, oameni care au nevoie de ceva bani de buzunar sau chiar voluntari care lucrează pentru diferite formațiuni politice. Ong a izbutit să intervieveze o domnișoară, Rina, repartizată într-un asemenea centru de apel imediat după ce se angajase ca voluntară în campania pentru alegerea primarului. Era una dintre cele mai bune studente de la facultate și a acceptat noul său rol din pur idealism. Acum trebuia să creeze mai multe personalități online (cele mai populare erau conturile care „aparțineau” unor fete în bikini), să-și facă prieteni în rețele, să-și promoveze candidatul și să denigreze opoziția. Rina se simțea penibil. A început să-și saboteze propria ei activitate: la un moment dat, avea doar vreo douăzeci de „urmăritori”, pe când colegii ei atrăseseră deja sute de oameni.

Ong a mai observat că niciun angajat al acestor centre, indiferent de nivelul la care opera, nu și-a descris vreodată activitatea drept *trolling* sau producție de „știri false”. Fiecare avea „strategia lui de negare”: arhitecții pedaleau pe ideea că e o activitate paralelă, fără vreo legătură directă cu îndeletnicirea lor de bază, care e PR-ul, și de aceea nu e ceva ce i-ar defini, mai ales că nu purtau răspundere pentru întreaga campanie politică. Operatorii de conturi care se integrau sau creau comunități online afirmau întotdeauna că cele mai scârboase și jignitoare comentarii erau plasate nu de ei, ci de alții.

În tot cazul, întreaga arhitectură a dezinformării digitale a luat o formă mult mai agresivă după venirea lui Duterte la putere. Duterte a jurat că va hrăni peștii din golful Manilei cu leșurile traficantilor de droguri pe care îi va arunca în mare, și a mai adăugat, în glumă, că după aceasta va semna îndată un decret prin care se va amnistia pe sine însuși. Președintele proaspăt ales se lăuda că ar fi omorât oameni doar pentru că aceștia s-ar fi uitat chiorăș la el și că viața unui dealer nu ar avea nicio valoare pentru el. În scurt timp, cete de justițiar și polițiști au început să împuște pe oricine era suspectat de

implicare în comerțul cu droguri. Nimeni nu știe exact câte persoane au fost ucise pe durata acestei campanii. Organizațiile care monitorizează respectarea drepturilor omului au emis cifra estimativă de 12.000 de victime, pe când politicienii din opoziție vorbesc de circa 20.000 de uciși. Guvernării susțin că au fost lichidați doar 4.200 de „traficanți”. Se știe sigur că, într-o singură zi, au fost omorâți treizeci și trei de oameni. Nimeni nu s-a ostenit să verifice dacă victimele erau vinovate; totodată, au circulat și zvonuri că „dovezile”, adică pliculețele cu droguri, erau plasate în buzunarele victimelor abia după execuții. În tot acest răstimp, au fost uciși nu numai adulți, ci și copii, cincizeci și patru la număr. Ulicioarele din cartierele sărmanilor erau pline de cadavre. Inși pe motociclete se apropiau în viteză de victimele lor și le împușcau în cap. Închisorile erau arhipline și arătau ca niște ferme de pui. Autoritățile i-au fabricat peste noapte un dosar chiar și senatoarei Leila de Lima, care se opunea cu vehemență represaliilor. Dosarul a fost deschis pe baza depozițiilor făcute de baronii drogurilor locali, care susțineau că femeia-politiciană ar fi fost implicată în afacerile lor. Bande de trolli și așa-zisii „postaci” au început imediat o campanie pe net, cerând arestarea și judecarea senatoarei. De Lima a fost arestată, dar judecata nu a mai avut loc: potrivit Amnesty International, senatoarea filipineză este un „prizonier de conștiință”.<sup>4</sup> Când arhiepiscopul țării a condamnat omoriile în masă, bandele de trolli s-au năpustit imediat asupra lui. Apoi, a venit rândul jurnaliștilor: aceștia au fost numiți „press-tituate” pentru că s-au încumetat să-l acuze pe președinte de crime în masă.

„Press-tituata” cea mai hăituită de regim a fost Maria Ressa, directorul site-ului de știri Rappler. O ironie a sorții, căci tocmai Maria Ressa și Rappler au fost cei care, fără să vrea, l-au ajutat pe Duterte să pună mâna pe putere.

<sup>4</sup> Amnesty International, „Detained Duterte Critic Must be Freed Immediately” (23 februarie 2018); <https://www.amnesty.org/en/latest/news/2018/02/philippines-detained-duterte-critic-must-be-freed-immediately/>.

Am avut ocazia să discut cu Maria Ressa în persoană și am observat cât de mult o jenezăză faptul că a devenit eroina principală a acestei istorii. Este prea politicoasă ca să mi-o spună fățiș și răspicat, dar nu puteam să nu văd că încearcă să devieze discuția dinspre propria ei persoană spre munca jurnaliștilor de la Rappler și spre dramele altor oameni. Pe durata întregii sale cariere, Maria s-a ocupat exclusiv de știri: la început, ca șefă a Biroului regional CNN pentru Asia de Sud-Est, apoi ca directoare a Departamentului de știri al celei mai mari rețele TV din Filipine și, în cele din urmă, ca fondatoare și directoare executivă la Rappler. O interviewam pe Maria în timp ce se grăbea să-și termine prânzul – sandvișuri cu unt de arahide și sardine conservate, o specialitate filipineză. În spatele nostru, în aceeași încăpăre, se afla și un grup de jurnaliști de la serviciul în limba engleză al postului de televiziune Al-Jazeera din Qatar, care tocmai făceau un film despre lupta pe care o purta Maria Ressa cu Duterte și cu dezinformarea.

Jurnaliștii m-au întrebat dacă pot să filmeze interviul pe care i-l luam Mariei. Nu mă simțeam deloc în largul meu, văzându-i cum se îmbulzesc în ungherul biroului, cu camerele lor enorme îndreptate spre noi. Mă obișnuisem să stau de cealaltă parte a camerei de luat vederi, să fiu eu acela care urmărește și dirijează procesul. De fiecare dată când devin subiectul unui reportaj realizat de altcineva, mă gândesc, involuntar, la cum va fi editat filmulețul în care voi apărea. Pe vremea când eram producător de filme documentare, m-am învățat să-i fac pe protagoniștii mei să se simtă importanți, semnificativi și poate un pic „nemuritori” în momentele în care îi filmam. Știam întotdeauna că, după filmări, voi monta materialul video în funcție de povestea pe care doream să o spun. Istoria aceasta putea fi frumoasă, exactă, dar între modul în care omul se autopercepe și modul în care este portretizat de alții se cascadează, deseori, aceeași prăpastie ca între realitatea construită de programul de editare video și realitatea pe care o percepe efectiv subiectul. În acea zi petrecută în Manila, mă consola gândul că voi putea restabili ulterior „controlul narativ” asupra istoriei mele, scriind despre jurnaliștii de la Al-Jazeera în cartea pe care o țineți acum în mână.

Așadar, în încăpere se afla un grup de jurnaliști care filmau un reportaj despre un alt jurnalist care îl intervieva pe al treilea. Munca jurnalistului constă în a-i informa pe oameni despre evenimentele care au loc în lume. Dar istoria Mariei demonstrează că informația în sine devenise, între timp, adevăratul eveniment.

Maria s-a născut la Manila, iar când a împlinit zece ani, mama a luat-o cu ea în Statele Unite ale Americii. În orașelul Elizabeth, din statul New Jersey, în care i se mutase familia, Maria era cea mai mică fetiță de culoare. Și destul de precoce, întrucât a fost primul copil din familie admis la universitate (Princeton). Maria Ressa s-a întors la Manila în 1986 ca bursieră Fulbright. Scopul ei era să studieze scena politică locală, pe care se desfășura, exact în acel moment, o dramă politică de proporții: revoluția împotriva lui Marcos. Maria a devenit membră a echipei CNN, care era pe atunci un canal de televiziune prin cablu neînsemnat, dar cu planuri mărețe: postul se ambiționa să devină prima rețea globală de știri. La CNN, personajul-cheie era reporterul care apărea pe ecranul televizoarelor – el selecta știrea, evenimentul și decidea când și cum să-l prezinte. Maria dorea să se afirme, dar nu-i plăcea să fie filmată, în parte din cauza unei eczeme faciale de care a suferit toată viața și care o silea să recurgă la machiaj și la tot felul de trucuri pentru a-și ascunde defectul. Dar camera o plăcea pe Maria: fata era cât se poate de naturală, avea ochii mari și curioși, debordând de entuziasm.

Maria a devenit fața CNN-ului în regiune, făcând reportaje despre „democratizarea” Asiei din anii '90, când au căzut și alte regimuri autoritare, la scurt timp după prăbușirea lui Marcos. Era tentant să te uiți la toate aceste evenimente prin prisma victoriei obținute de Occident în Războiul Rece; mulți credeau că libertatea e un fenomen ireversibil și că ea va cuceri, pe rând, noi și noi teritorii – în orice caz, actualitatea politică a epocii părea să confirme tendința. Atentatele teroriste din 11 septembrie 2001 au infirmat însă această viziune simplistă.

Maria a fost mai puțin surprinsă decât alții de întorsătura pe care au luat-o lucrurile. Ea vorbea fluent mai multe graiuri locale și știa cât de parcimonioasă este „democrația” cu satele și cu suburbiile afectate de sărăcia endemică. Când lua interviuri de la recruții Al-Qaeda și de la membrii familiilor lor, era impresionată de cât de normală și

de obișnuită fusese viața acestor oameni până în acel moment, de cât de departe fuseseră cu toții de fundamentalismul islamic și de lupta pentru „puritatea credinței”. Trucul lui Osama bin Laden consta în a oferi unor grupuri sociale diferite din diverse colțuri ale lumii și afectate de probleme diferite iluzia că, împreună, ar putea să făurească o lume mai bună, dar numai dacă vor reuși să scape de „necredincioși”. În 2005, Maria a plecat din CNN. Judecând retrospectiv, i se pare că a făcut-o la timpul potrivit. Rețeaua a început să se schimbe, reporterilor li se cerea mai curând să-și exprime emoțiile în fața camerei decât să descrie evenimente, profitul devenind o preocupare din ce în ce mai obsesivă a companiei. Maria își dorea să investigheze teroriști; o interesa mai puțin statutul de vedetă a unor buletine de știri, care semănau tot mai mult cu niște *reality-show-uri*.

În 2008, Maria a început să administreze Departamentul de știri al celei mai mari rețele de televiziune din Filipine. La 9 iunie 2008, a fost trezită de un apel telefonic. O suna cea mai bună reporteră a canalului, Ces Drilon: „Maria, e doar vina mea... Am fost răpiți... Și ei vor bani”.<sup>5</sup> În ciuda recomandărilor și sfaturilor Mariei, Ces Drilon a încercat să ia un interviu de la liderul insurgenților islamiști. În consecință, atât Ces, cât și cei doi cameramani care o însoțeau au fost răpiți de membrii mișcării Abu Sayyaf, afiliate la Al-Qaeda.

În următoarele zece zile, Maria a lucrat zi și noapte, contribuind la coordonarea tuturor eforturilor depuse de canal pentru salvarea ostaticilor. Totul s-a încheiat însă atunci când familia Drilon a reușit să găsească suma cerută de mișcarea care o răpise.

După ce ostaticii s-au întors acasă, Maria a început să investigheze identitatea teroriștilor care i-au sechestrat colegii. Astfel, a aflat că aceștia nu aveau o legătură directă cu Osama bin Laden, comunicarea realizându-se prin cel puțin trei verigi de intermediari. Descoperirea se potrivea de minune cu schema de acțiune pe care Maria o identificase, studiind influența exercitată de Al-Qaeda din Afganistan până în Asia de Sud-Est. Ideologiile se răspândeau prin rețele,

---

<sup>5</sup> Ressa, Maria A., *From Bin Laden to Facebook: 10 Days of Abduction, 10 Years of Terrorism*, London: Imperial College Press, 2013.