

https://farid.ps/articles/project_esther_israel_paying_influencers/it.html

La divulgazione FARA della campagna di influencer di Israele e le sue implicazioni legali, fiscali ed etiche per individui e piattaforme

Le recenti registrazioni ai sensi del **Foreign Agents Registration Act (FARA)** degli Stati Uniti hanno rivelato una campagna di influencer denominata “**Il Progetto Esther**”, finanziata dal Ministero degli Affari Esteri israeliano. I documenti presentati da **Bridges Partners LLC** il 26 settembre 2025 descrivono in dettaglio contratti canalizzati attraverso **Havas Media Group Germania** per coinvolgere influencer dei social media nella pubblicazione di contenuti pro-Israele rivolti al pubblico statunitense e globale. Il budget reso noto ammonta a circa **\$900.000** per il periodo da giugno a novembre 2025, sostenendo 14-18 influencer che hanno prodotto 75-90 post, con analisti che stimano un costo di **\$6.000-\$7.000 per post.**

Sebbene queste registrazioni soddisfino il requisito di trasparenza del FARA per Bridges Partners come agente principale, mettono in luce rischi a cascata: responsabilità personali degli influencer non registrati, obblighi di applicazione delle piattaforme ai sensi della legge sulla pubblicità e obblighi fiscali transfrontalieri. Il caso dimostra come le operazioni di influenza digitale mettano alla prova le leggi del ventesimo secolo in un'era di amplificazione algoritmica.

Il quadro del Foreign Agents Registration Act

Il FARA (22 U.S.C. § 611 e seguenti) - originariamente concepito per smascherare la propaganda nazista - richiede la registrazione per chiunque agisca “*su ordine, richiesta o sotto la direzione o il controllo*” di un principale straniero per influenzare la politica o l’opinione pubblica statunitense. I registranti devono divulgare attività, finanze e materiali diffusi, aggiornando semestralmente.

Disposizioni chiave:

1. **Ampia applicabilità** – copre appaltatori governativi, agenzie di pubbliche relazioni e individui che svolgono attività politiche o promozionali.
2. **Responsabilità individuale** – ogni persona fisica che esegue l’attività deve presentare una registrazione *Short-Form*, indipendentemente dalla registrazione del datore di lavoro.
3. **Sanzioni** – multe civili per omissioni negligenti; fino a **cinque anni di carcere** o multe di **\$10.000** per violazioni intenzionali (22 U.S.C. § 618(a); 18 U.S.C. § 951).

Implicazioni per gli influencer

Obblighi FARA

Gli influencer consapevoli del sostegno israeliano e dell'intento mirato agli Stati Uniti si qualificano come agenti, richiedendo registrazioni *Short-Form* individuali. Solo il principale di Bridges Partners, Uri Steinberg, risulta registrato. I partecipanti non registrati potrebbero quindi essere non conformi. Il rinnovato focus del Dipartimento di Giustizia sulle campagne di influenza online (vedi Rapporti Annuali dell'Unità FARA 2023-24) suggerisce un potenziale scrutinio anche per i micro-creatori.

Obblighi di legge sulla pubblicità

Le **Linee guida sull'endorsement della FTC (16 C.F.R. Part 255)** richiedono una chiara divulgazione #ad per i contenuti a pagamento. L'omissione nei messaggi politici costituisce una pratica ingannevole ai sensi dell'articolo 5 del FTC Act, esponendo i creatori o le agenzie sponsorizzanti a ordini e multe.

Fiscalità

I redditi da post sponsorizzati sono considerati **reddito da lavoro autonomo** (26 U.S.C. § 1402). I residenti negli Stati Uniti devono dichiarare nel modulo Schedule C; i non residenti potrebbero essere soggetti a una ritenuta del 30% sui lavori di origine statunitense. La mancata dichiarazione rischia sanzioni fino al 75% dell'imposta non pagata o procedimenti penali (26 U.S.C. § 7201).

Conseguenze reputazionali

Oltre agli obblighi legali, il coordinamento segreto con uno Stato straniero erode l'autenticità su cui si basa l'economia degli influencer. Per i creatori la cui credibilità è la loro valuta, l'esposizione pubblica di pagamenti statali non divulgati può porre fine alla carriera.

Implicazioni per X Corp e altre piattaforme

Conformità pubblicitaria e divulgazione

Sia secondo le regole della FTC che gli articoli 26-39 del DSA dell'Unione Europea, le grandi piattaforme devono garantire un'etichettatura trasparente del materiale sponsorizzato. Se gli algoritmi di X promuovono post politici non divulgati, i regolatori potrebbero considerarlo come una facilitazione di pubblicità ingannevole. Le violazioni delle disposizioni di trasparenza pubblicitaria o di rischio sistematico del DSA possono comportare multe fino al **6% del fatturato globale**.

Esposizione al FARA

Le piattaforme solitamente sfuggono alla responsabilità FARA come vettori neutrali. Tuttavia, prove di collaborazione diretta - come l'amplificazione algoritmica venduta come parte

del Progetto Esther - potrebbero spingere il Dipartimento di Giustizia a indagare ai sensi delle clausole di “propaganda politica” dello statuto.

Imposta sulle società

Poiché i pagamenti sono stati effettuati al di fuori del sistema di vendita pubblicitaria di X, non influiscono sulla responsabilità fiscale delle società. L'esposizione risiede nella regolamentazione, non nei ricavi.

Implicazioni più ampie per la governance e le politiche

Il Progetto Esther rappresenta la convergenza della propaganda statale con il marketing degli influencer. Il lobbismo tradizionale presumeva un confine visibile tra governi e cittadini; i social media lo cancellano. Quando i messaggi geopolitici si mascherano da autenticità tra pari, il discorso democratico diventa indistinguibile dalla pubblicità mirata.

I rimedi in discussione includono:

- Linee guida FARA emesse dal Dipartimento di Giustizia per i creatori online.
- Bandiere obbligatorie di “sponsorizzazione straniera” a livello di piattaforma.
- Coordinamento fiscale internazionale tramite l'OCSE sui pagamenti di influenza transfrontalieri.

L'incidente di verifica e sospensione di X Corp del 4 ottobre 2025

Il **4 ottobre 2025**, gli utenti hanno osservato **revoche di massa dei badge di verifica blu e oro** da account critici nei confronti della politica israeliana o delle rivelazioni del Progetto Esther, inclusi giornalisti, accademici e ONG. Nessuna razionale pubblica ha accompagnato l'azione. Poco dopo, l'account analitico **@Uncensored.AI**, che aveva esaminato il programma degli influencer e la moderazione di X, è stato **sospeso senza preavviso**. Un commento interno di un dipendente che descriveva una “revisione dell'applicazione della politica” è stato successivamente ritirato, e il dipendente sarebbe stato rimproverato.

Sebbene i termini di X consentano la rimozione discrezionale dei badge, il tempismo - in mezzo a un'accresciuta discussione sull'influenza straniera - ha invitato accuse di pregiudizio di punto di vista. Ai sensi del **Digital Services Act dell'Unione Europea**, l'articolo 34 obbliga le piattaforme molto grandi a mitigare i rischi sistematici come la disinformazione e la moderazione motivata politicamente. Una rimozione coordinata o di rappresaglia potrebbe quindi innescare un esame da parte della Commissione Europea. Negli Stati Uniti, tali azioni riaprono i dibattiti sull'ambito della Sezione 230 e sul ruolo quasi pubblico delle piattaforme di comunicazione dominanti.

Dimensioni etiche e morali

Oltre agli statuti e alle registrazioni, c'è una questione morale più profonda: **cosa significa per la verità e il consenso quando la conversazione democratica viene silenziosamente comprata e venduta?**

1. **Inganno del pubblico** – Pagare influencer per presentare propaganda statale come convinzione personale mina il consenso informato. I cittadini meritano di sapere quando la persuasione è pagata da un governo - specialmente uno coinvolto in un conflitto armato.
2. **Manipolazione dell'empatia** – Sfruttare la fiducia parasociale trasforma la connessione emotiva in uno strumento di diplomazia statale. I follower pensano di ascoltare un amico; in realtà, sono il bersaglio di una campagna segreta.
3. **Erosione dello spazio giornalistico** – Quando le “opinioni personali” sponsorizzate inondano i feed, spingono fuori il giornalismo indipendente e le voci civiche prive di finanziamenti equivalenti. L’asimmetria dell’informazione diventa un’asimmetria morale.
4. **Responsabilità della piattaforma** – L’opacità algoritmica di X Corp trasforma la responsabilità morale in probabilità statistica. Un’azienda che trae profitto dall’engagement - anche dall’indignazione - ha una responsabilità etica per come i suoi sistemi modellano la percezione.
5. **Complicità e coscienza** – Gli influencer che accettano tali contratti possono soddisfare la lettera della legge con una successiva divulgazione, ma lo spirito dell’autenticità - il patto morale tra oratore e ascoltatore - è già stato violato.

In termini morali, il Progetto Esther non è solo una nota legale; è un sintomo di una deriva etica più ampia in cui la verità diventa una merce e la fiducia democratica un bene negoziabile.

Conclusione

Le registrazioni FARA del Progetto Esther segnano una piccola vittoria per la trasparenza, ma rivelano enormi lacune nell’applicazione e nell’etica. Gli intermediari si sono registrati; gli influencer individuali apparentemente no. Ognuno affronta una potenziale esposizione ai sensi del FARA, della FTC e della legge fiscale, mentre X Corp affronta un crescente scrutinio ai sensi del DSA e censure pubbliche per una percepita censura.

Tuttavia, la conseguenza più grave potrebbe essere morale: una corrosione della fiducia pubblica nel discorso autentico. Mentre le narrazioni statali acquistano voci private e le piattaforme arbitrano la visibilità, il confine tra persuasione e manipolazione si dissolve. Aggiornare le leggi è necessario; ricostruire l’integrità è imperativo. Finché verità e sponsorizzazione non occuperanno spazi separati, il discorso democratico rimarrà ostaggio del miglior offerente.

Riferimenti

- Bridges Partners LLC, *Registrazioni del Foreign Agents Registration Act*, Dipartimento di Giustizia degli Stati Uniti (26 settembre 2025).

- *Responsible Statecraft*, "Chi sono gli 'influencer' che Israele paga \$7.000 per post?" (2 ottobre 2025).
- *Jerusalem Post*, "Dentro il 'Progetto Esther' di Israele" (1 ottobre 2025).
- *Al Mayadeen English*, "Progetto Esther: Influencer pro-'Israele' pagati eludono le regole FARA" (3 ottobre 2025).
- *Middle East Eye*, "Israele paga influencer americani per invertire l'opinione pubblica negativa" (3 ottobre 2025).
- *ProPublica*, "Account verificati su X prosperano mentre diffondono disinformazione sul conflitto Israele-Hamas" (19 dicembre 2023).
- *Rolling Stone*, "Grok afferma di essere stato brevemente sospeso da X dopo aver accusato Israele di genocidio" (12 agosto 2025).
- *Business Standard*, "Perché l'IA Grok di Musk è stata brevemente sospesa su X" (12 agosto 2025).
- *Finance Yahoo News*, "X rimuove il badge di verifica oro dal New York Times" (ottobre 2023).
- *Al Jazeera*, "Shadow-banning: I giganti dei social media stanno censurando voci pro-Palestina?" (24 ottobre 2023).
- Commissione Europea, *Procedimenti del Digital Services Act contro X Corp*, 2023–2025.
- Dipartimento di Giustizia degli Stati Uniti, *Rapporti Annuali dell'Unità di Applicazione FARA 2023–2024*.
- Commissione Federale del Commercio degli Stati Uniti, *Linee guida sull'endorsement*, 16 C.F.R. Part 255 (2023).
- Internal Revenue Service, *Publication 334: Guida fiscale per le piccole imprese* (2024).