

ARGENTINA

## La campagna di disinformazione russa contro Milei

ESTERI

21\_04\_2026

**Costantino  
Pistilli**



Il governo argentino ha revocato gli accrediti stampa per l'accesso alla Casa Rosada e, in alcuni casi, anche al Parlamento, a diverse testate locali accusate di aver partecipato a una campagna di disinformazione riconducibile all'intelligence russa.

**Secondo un'analisi basata su documenti riservati ottenuti dal settimanale**

*The Continent* e condivisi con diverse testate investigative (openDemocracy, Dossier Center, iStories, All Eyes on Wagner e Forbidden Stories) il gruppo avrebbe condotto un'operazione mediatica e politica in Argentina per screditare il governo di Javier Milei, allineato al blocco occidentale e sostenitore dell'Ucraina, posizione rafforzata anche dai rapporti con il presidente Volodymyr Zelensky e dal sostegno espresso alla sovranità di Kiev. Con il successivo cambio di postura degli Stati Uniti, l'operazione avrebbe progressivamente perso intensità fino a interrompersi.

**I file — 76 documenti per oltre 1.400 pagine** — descrivono nel dettaglio una struttura chiamata "La Compañía", attiva tra Africa e America Latina. Nel caso argentino, tra giugno e ottobre 2024 sarebbero stati pubblicati più di 250 contenuti tra articoli e commenti su oltre 20 testate digitali, per una spesa di almeno 283mila dollari. Molti testi risultavano anonimi o firmati da identità inesistenti o non verificabili, spesso costruite con immagini prese da archivi online o create con l'intelligenza artificiale generativa. L'obiettivo era diffondere contenuti critici, accentuare tensioni interne e sostenere l'opposizione, inserendo temi reali in una narrazione manipolata. La Compañía offriva da 350 a 3.100 dollari per articolo e ulteriori fondi per raccolta dati, gestione dei contatti locali e coordinamento della diffusione. Il governo argentino ha rilanciato con forza i risultati dell'inchiesta, sostenendo che la Segreteria di Stato per l'Intelligence aveva già individuato e segnalato il piano in anticipo

**Le testate coinvolte si sono difese** sostenendo di aver pubblicato contenuti ricevuti da terzi senza conoscerne l'origine. E se l'ambasciata russa in Argentina ha respinto le accuse, definendole prive di prove e parte di una narrativa ostile a Mosca, il sindacato della stampa SiPreBA parla invece di un tentativo del governo di "silenziare il giornalismo critico".

**Tuttavia, un'altra indagine indipendente suggerisce** un quadro più ampio che va oltre i media tradizionali e coinvolge anche l'ambiente digitale. E ci riporta in Argentina. La piattaforma digitale di fact-checking *Cazadores de Fake News*, fondata in Cile da attivisti venezuelani, ha identificato una rete coordinata composta da circa 30 siti web e oltre 90 account social, progettati per apparire come media indipendenti ma utilizzati per diffondere contenuti favorevoli a Delcy Rodríguez, attuale presidente ad interim del

Venezuela.

**L'operazione, denominata "Hispan Online", segue la logica** delle campagne doppelgänger (sosia) di disinformazione implementate da Mosca: i siti web imitano identità, linguaggi e formati del giornalismo per sembrare credibili, replicando gli stessi contenuti con leggere variazioni. In circa un mese sono stati pubblicati oltre 11 mila articoli, un volume che suggerisce l'uso di automazione o intelligenza artificiale.

**Gli articoli vengono scritti una volta e poi riscritti con piccole variazioni per diversi Paesi**, mantenendo dati e immagini identiche. Il Venezuela resta il tema principale (17% dei contenuti), ma la rete pubblica anche articoli su Brasile, Messico, Colombia, Argentina e altri Paesi per simulare media indipendenti con copertura internazionale.

**I contenuti venivano diffusi anche tramite video su YouTube**, costruiti per simulare notiziari di diversi Paesi latinoamericani e rafforzare l'illusione di pluralità. Inoltre, i presentatori non erano avatar, come accade in simili campagne di inquinamento dell'informazione: l'indagine ha identificato 15 persone tra attori e doppiatori residenti in Argentina ingaggiati per registrare i video in grado di saper parlare con gli accenti di diversi paesi dell'America Latina, come colombiano, messicano... Le verifiche sui domini conducono a una società di comunicazione politica con sede a Buenos Aires, QSocial (o QSN Big Data), ma non è stato possibile stabilire con certezza chi abbia ideato o finanziato l'operazione.