

## **INTELLIGENCE CRIMINELLE ET CRIMINALISTIQUE DANS LES RÉSEAUX SOCIAUX**

**Le marketing négatif : Les « activités malfaisantes » destinées à tenter de discréditer le concurrent**

**Francisco Viñals Carrera \***

Directeur du master en criminalistique  
Universitat Autònoma de Barcelona

Professeur et conseiller du master d'analyste d'intelligence  
Université Rey Juan Carlos, Univ. Carlos III, UB et UAB  
Croix de la 1<sup>re</sup> classe de l'Ordre du mérite militaire

Normalement, quand on parle de criminalistique, on pense tout de suite aux spécialités fondamentales des sciences médico-légales telles que la graphistique et la documentoscopie, la dactyloscopie, la balistique, l'analyse médico-légale, l'accidentologie, l'étude des incendies et, il n'y a pas si longtemps, l'informatique médico-légale. À présent, avec l'expansion d'Internet et des réseaux sociaux comme Facebook et Twitter, le criminaliste s'est vu obligé de se recycler dans la recherche sur les comportements sur le réseau, regroupant des aspects de l'anthropologie, de la sociologie, de la psychologie, de la linguistique et de la grapho-analyse, afin d'être en mesure d'appréhender des intentionnalités, des manœuvres ou des stratégies, le camouflage des véritables identités ou de l'auteur idéologique, car il est bien connu que les organisations criminelles ont développé progressivement leurs activités sur le réseau à des niveaux vraiment alarmants.

Le fait de placer à hauteur des yeux les produits à promouvoir dans le supermarché est licite et fait partie du concept de marketing tel qu'il est accepté, même par le consommateur. Présenter un CV où les données académiques et professionnelles les

plus significatives sont placées visuellement de façon prioritaire et immédiate, par exemple, en inversant la chronologie pour mettre en relief le diplôme et la fonction les plus récents, fait également partie du marketing licite et déontologique. Il s'agit simplement d'une présentation séduisante visant le sélectionneur, au même titre que le fait de confectionner un CV séduisant et créatif pour des travaux exigeant de l'imagination, de l'originalité, de la capacité de conception, etc.

Cela dit, que dirions-nous si nous voulions recruter quelqu'un et que nous découvrions que son CV est gonflé ou renferme des mensonges ? Il y a quelques jours, le directeur d'une importante multinationale de l'hôtellerie nous faisait part de son mécontentement après avoir interviewé un candidat, adressé par un headhunter, qui assurait, dans son CV, qu'il maîtrisait plusieurs langues alors qu'au cours de la visite il est apparu qu'il n'en était rien. Par conséquent, un CV gonflé peut dans un premier temps faire pencher la balance pour un candidat donné, mais le mensonge a des répercussions très négatives lorsqu'il est découvert ; dans de nombreuses entreprises, à juste titre, il est demandé au candidat, dans le questionnaire de CV qui lui est fourni pendant le temps d'attente avant l'entretien, de signer la section qui apparaît à la fin pour confirmer que les données sont véridiques, et conditionnant à cet égard la validité du contrat éventuel.

Le gonflement ou le « maquillage » revient à commettre une faute, mais si la mauvaise foi se transforme en intention malveillante, comme dans le cas dans lequel nous nous sommes trouvés une fois où tout le CV était la copie exacte de celui d'une autre personne parfaite pour le poste, mais que celui qui le présentait avait simplement changé les données personnelles, à ce moment-là il s'agit d'un cas de délit. Curieusement, il a réussi les tests psychotechniques et l'entretien a été satisfaisant, sauf le test graphologique, et du fait de leurs soupçons les détectives ont vérifié les données. Ce qui, en principe, ne se limitait qu'à un rapport préprofessionnel est devenu une véritable enquête privée après avoir décelé tellement de mensonge. En réalité, c'était un cas d'espionnage industriel : le délinquant prétendait être recruté et profiter des premiers jours pour copier toute l'information informatisée de l'entreprise, avant que l'on puisse découvrir la tromperie.

Malheureusement, il est plus facile d'attraper le menteur dans une institution qu'en agissant sans cet appui, car il y a des professionnels indépendants sans scrupules qui ont appris ces activités malfaisantes et sont capables d'inclure dans leurs présentations l'appartenance à des institutions ou des associations, la possession de

diplômes ou l'exercice de fonctions ; c'est le cas, par exemple, d'une femme qui est arrivée à entrer dans une fédération d'associations en prétendant être coordonnatrice d'un master, alors qu'elle n'en avait jamais fait, ou d'une femme de Bilbao qui, dans ses rapports, se présente comme membre de l'AGC d'Espagne alors que ce n'est pas vrai, ou encore d'un garçon qui se présentait sur le réseau comme diplômé de l'UAB et, quand je l'ai appelé en lui demandant à quelle promotion il appartenait, puisque je ne me souvenais pas de lui, il m'a dit que c'était une erreur mais il avait déjà essayé de soutirer un travail d'enquête à l'une de nos collaboratrices, qui avait cru qu'il avait été élève de l'UAB. Heureusement, elle m'avait d'abord consulté et ne lui a pas fourni les résultats en question.

Combien de fois un collègue ne nous a-t-il pas dit ? Celui-là, je ne le connais pas mais comme il figure comme ami d'un autre collègue à nous, j'ai également accepté sa demande d'amitié sur Facebook ; ensuite, il se trouve que celui qui l'avait comme ami au départ ne sait pas très bien pourquoi il l'a accepté et n'a aucune garantie à son sujet, mais tout le groupe est désormais contaminé, situation qui confirme la règle selon laquelle « les amis de mes amis ne sont pas mes amis ». Et ce, d'autant plus dans les applications de certains professionnels ou entreprises de marketing numérique qui utilisent des logiciels de recherche et de contact par spécialités et dont les personnes contactées acceptent bien souvent la relation par bonne éducation dans le cadre de ce que l'on appelle communément le *follow back*. Bien entendu, les professionnels qui exercent une telle manipulation pour obtenir des clients ou de la crédibilité font preuve d'un manque de principes éthiques et moraux.

Nous avons vu de quelle manière nous pouvons passer de la simple image séduisante de présentation d'une vérité au « maquillage » ou à la retouche de la vérité de manière tendancieuse, en gonflant d'importance les fonctions ou les diplômes, ou bien en évitant de citer par exemple des entreprises où le candidat a eu des conflits ou a été licencié, et ce jusqu'à atteindre le cas de substitution de CV à des fins d'espionnage industriel. Dans un autre cas, que nous avons également localisé, le candidat n'a pas substitué le CV, il a eu la patience de gagner petit à petit la confiance, en passant inaperçu, jusqu'au moment d'« informer » un groupe délictueux international, bien entendu organisé ; il ne s'agit plus là d'initiatives personnelles ou d'une seule petite ou moyenne entreprise.

Par ailleurs, le postmodernisme et les réseaux sociaux nous ont apporté une nouvelle modalité de marketing dit négatif, consistant à salir la réputation de ceux qui sont

considérés comme de possibles concurrents afin de se démarquer d'eux ou, en fin de compte, d'être élus par l'élimination de ceux qui ont été malicieusement salis par le délinquant.

Cette pratique, pas si récente aux États-Unis, nous a pris au dépourvu en Europe, mais, comme toutes les questions liées à Internet, elle oblige à faire un recyclage rapide ; c'est comme si nous avions fait un master pratique intensif dans cette modalité de délinquance des réseaux sociaux. Sous la perspective de la criminalistique appliquée au domaine socio-professionnel, nous avons réussi à transcender ce qui serait le simple *Trol* (provocateur qui prend plaisir à faire sortir de ses gonds quelqu'un qu'il ne fait qu'insulter ou dont il dit du mal, uniquement pour voir les réactions et sans aucun intérêt commercial). Par exemple, nous sommes arrivés à constater, dans la subtile modalité délictuelle de la concurrence déloyale, comment ils s'y prennent pour chercher les possibles concurrents, pour s'approprier leurs ressources et leurs contacts, et finalement les discréditer.

**Vu sous un angle criminalistique, nous pourrions considérer essentiellement trois degrés dans le marketing négatif destiné à discréditer le concurrent :**

1° Recherche de faiblesses, les aspects négatifs pouvant être observés, directement ou indirectement, parfois par l'intermédiaire des ennemis du concurrent. En l'occurrence, les aspects négatifs de la victime sont portés à la connaissance du public ou soulignés.

2° À un plus haut degré, si l'on ne réussit pas à trouver des aspects négatifs réels ou véritables, on se sert aussi de la ruse de tendre des pièges pour voir s'ils succombent à la tentation et ensuite les faire chanter.

3° Dans les cas où l'honnêteté et les fermes convictions éthiques et morales représentent une barrière infranchissable pour les délinquants, ils peuvent fort bien préférer d'inventer des rumeurs ou des histoires susceptibles d'entamer la bonne réputation de la victime. À titre d'exemple, le fait d'essayer que les autres pensent que la victime est infidèle, en laissant entendre qu'elle a eu une ou plusieurs aventures. Nous connaissons même le cas d'un homme assez âgé et de race noire, spécialiste de toutes sortes de trafics dans la marine des États-Unis, qui, aujourd'hui, est en fait un rabatteur et préparateur de pièges pour accéder aux données confidentielles à la demande de personnes qui en réalité sont racistes, mais auxquelles il convient d'avoir un esclave à leurs ordres. Cet homme se prêtait lui-même à assumer le rôle de celui avec lequel la victime avait eu une aventure, quelque chose d'invraisemblable si l'on suit le cours de cette histoire mais qui, au moment fugace d'Internet, peut avoir une apparence de crédibilité, comme la photo de la femme du président Obama, qui, d'après les gens et les médias, avait soi-disant l'air fâchée parce que son mari souriait à une autre, lors de la visite des autorités à l'occasion des funérailles de Mandela, alors que c'était complètement faux. L'objectif est qu'il reste au moins des doutes sur l'honorabilité de la victime tout en lui sapant le moral, en le déprimant, ce qui, chez les personnes qui n'ont pas une grande force intérieure et qui passent par des moments difficiles, pourrait même aboutir au suicide. En revanche, lorsque la victime est sûre d'elle et reste sur ses positions, normalement cette modalité se retourne contre les agresseurs — dont les attaques sont uniquement fondées sur un mensonge sans consistance — qui finissent par être eux-mêmes discrédités.

Internet a créé un besoin et plus aucun professionnel ni aucune entreprise ne peut se passer de la communication virtuelle. Google gère environ vingt-cinq millions de gigaoctets par jour et, dans ce contexte du *big data*, de nouvelles stratégies sont envisagées dans les relations et les nouveaux délits. Nous avons vu une facette de la face cachée dans le cas Snowden ; nous savons aussi que, dans certains cas plus constructifs, on a eu recours à l'analyse de ces bases de données pour lutter contre les épidémies. C'est le cas par exemple d'une certaine maladie ou type de virus très nuisible où l'OMS a dû faire appel aux géants d'Internet pour trouver les points où un foyer pouvait apparaître, celui-ci étant découvert grâce au type de questions sur les symptômes ou la médication, formulées au chercheur, et à leur géolocalisation.

Lamentablement, l'impunité de la délinquance croissante dans les réseaux et les informations virtuelles est en train d'en appeler à une régulation définitive. Des autorités du droit, comme l'éminent juriste international Ramon J. Moles, se battent depuis longtemps pour ouvrir cette voie de législation et de coopération internationale, car tant que les utilisateurs d'Internet n'auront pas les garanties requises de véracité des identités ou que lesdites identités ne seront pas enregistrées dans le cadre de nombreuses actions restant dans l'anonymat, les abus, attaques, etc., ne feront que s'intensifier, sous le lâche déguisement qui sert à cacher l'action de bon nombre de complexés et de délinquants sur le réseau.

**À cet égard et sous l'angle de l'intelligence criminelle en tant que spécialité de la criminalistique, nous pouvons également constater la séquence de gravité dans le marketing par rapport aux profils :**

**1- Cas acceptable sous la perspective du marketing et de la publicité : — Il utilise ses amis et sa famille pour se promouvoir. Cette hypothèse est similaire à celle consistant à mieux présenter le produit ou celle consistant à payer les services d'une agence de publicité pour qu'elle passe une annonce en mettant l'accent sur tout ce qu'il y a de bon dans ce qui est offert.**

**2- Cas qui n'est plus considéré comme étant déontologiquement acceptable, et se situe dans ce que, toutes proportions gardées, les juristes catalogueraient comme faute : — Il recrute des personnes anonymes et les payent pour qu'elles passent leur journée à visiter le forum ou à mettre des commentaires de soutien ou favorables au recruteur. De plus en plus souvent, l'utilisateur d'Internet soupçonne que le nombre de « visites » et d'« amis » est gonflé, car il y a eu de véritables campagnes d'information au public sur ces astuces de location ou de recrutement en masse de personnes. Certains politiciens l'ont également utilisé, bien que ce soit une arme à double tranchant qui peut facilement se retourner contre celui qui s'en sert. Parfois, en effet, il est évident que les profils correspondent à des pays du tiers-monde qui n'en ont pratiquement aucune idée mais se laissent acheter pour une assiette de riz ; les délinquants allant parfois jusqu'à créer des exploitations de profils, la plupart du temps faux ou manipulés. À noter que les sociologues exposent, dans leurs études les plus récentes, que, de nos jours, 86 % des utilisateurs d'Internet se méfient desdits chiffres et que les 14 % restants, c'est-à-dire ceux qui pourraient se laisser impressionner par les chiffres, soit ne maîtrisent pas Internet soit ont un niveau en général franchement bas et ils peuvent se laisser influencer par n'importe quelle tendance.**

**3- Cas clairement délictueux : Il recrute des gens sans volonté ou « zombis » ou des collaborateurs indirects, ou invente des gens qui font le sale boulot, c'est-à-dire qu'il ne s'agit plus de dire du bien du directeur de la liste ou du forum mais de discréditer les concurrents (cas, par exemple, que l'on voit dans les origines des forums ou des listes de diffusion, où, en appliquant la sociolinguistique médicolégal, on voyait clairement que certains pseudonymes ou noms étaient faux car ils coïncidaient, dans le mode d'expression, à ceux du directeur lui-même de la liste ou du forum, par exemple. Plus tard, se rendant compte eux-mêmes que leurs multiples personnalités étaient trop évidentes, et plus encore sous Facebook et Twitter, il s'est produit un phénomène également très étudié par des sociologues, à savoir celui du recrutement de personnes pour réaliser ce type de sale boulot. D'une façon surprenante, aux États-Unis, où il y a beaucoup de personnes du troisième âge qui ont des problèmes de pensions, les personnes âgées peuvent fort bien se prêter à ces fonctions à bas prix, pratiquement comme si elles vivaient dans un pays pauvre. À présent, nous avons également remarqué qu'elles tentent les adolescents pour financer leurs dépenses en alcool ou stupéfiants. L'an dernier, nous avons décelé ces deux modalités, celle des personnes âgées et aussi celle des personnes très jeunes ; le plus déplorable, c'est de profiter de personnes du tiers-monde et, pire encore, de personnes souffrant du syndrome de Down, dont la première prise de contact s'est effectuée par l'intermédiaire d'entités ou d'associations en promettant faussement une aide ou une collaboration (cas, par exemple, de l'ancien employé de la marine américaine qui a rejoint le clan par l'intermédiaire d'un autre employé de l'Armée de mer, qui a ensuite joué le rôle de *Toastmaster*, et qui appliquent leurs coups fourrés appris dans la Marine pour voler des informations au moyen d'Internet).**

Il y a quelques jours, le groupe délictueux en question qui a le soutien d'une radio par Internet, dépendant également d'un site web et d'un groupe anglais présent sur Facebook, et se vante d'avoir obtenu en un rien de temps plus de 15 000 contacts (inutile de dire que, connaissant le secteur, il est impossible qu'ils les aient obtenus honnêtement), dont les promoteurs sont aux États-Unis, pour discréditer des concurrents avec une stratégie « subtile », exposaient un sujet comme la jalousie des enfants à l'égard des parents, l'une des responsables en Espagne indiquait qu'elle aimait ça ; ensuite, le contact de l'Inde lui assignait un prénom, et enfin, le résultat pour un observateur externe qui suivrait les étapes marquées serait celui de donner la sensation d'une relation de « jalousie des enfants » à l'égard d'un leader de la profession dont les deux enfants gèrent à présent l'affaire, avec toutes les

considérations négatives découlant de l'interrelation que l'on essaie de susciter d'une manière quasiment subliminale.

La méthode de la torture psychologique que certains de ces amateurs du marketing criminel tentent de mettre en œuvre à la manière d'un anticoaching n'est pas aussi subtile. Par exemple, une délinquante de Bilbao se chargeait de faire parvenir, à des dates familiales importantes, par exemple celle de l'anniversaire de mariage, une contre-félicitation consistant en des images inductrices d'infidélité et rappelant le harceleur à la victime, dans le but de la ridiculiser, de provoquer une raillerie humiliante publique en encourageant les concurrents à collaborer au harcèlement et à la démolition et en essayant de faire sentir tout le poids de ce préjudice sur la victime, ce qui se rapprocherait davantage de la psychologie nazie que de celle que promulgue l'esprit de la médecine. Le but est d'essayer de saper peu à peu le moral et la capacité de résistance psychique, raison pour laquelle les personnes faibles finissent par céder et abandonner ou tomber malade et sombrer dans la dépression, allant parfois jusqu'à s'automutiler. Moins subtile mais tout aussi pernicieuse est la stratégie employée par une autre des membres du clan, qui a été recrutée pour sa prédisposition à trahir son pays, comme la plupart des subalternes dont ils se servent. En l'occurrence, l'individu en question, qui intervient également dans la Radio mentionnée, s'est spécialisée pour contacter les gens qui apprécient un matériel du type de celui qui est proposé habituellement par une leader en graphopathie d'Argentine, et elle essaie de les influencer négativement sur la victime. Fort heureusement, ladite leader l'est pour de vrai et les personnes racontent les tentatives de discrédit de ladite collaborationniste de la bande qui, en outre, se distingue par un narcissisme mégalomane maladif dans son cercle vicieux dégénéré, lequel, tout compte fait, devient son autoconsolation qui, à son tour, constitue sa propre et vile protection. Les principales entités savent, désormais, que cette traîtresse de la profession et des ressources espagnoles et catalanes s'est fait passer pour une autorité universitaire sans l'être et a obtenu ainsi la considération d'associations étrangères.

Dans cette modalité, nous avons également la « location » du profil, la personne à laquelle on a promis de gérer la délégation, par exemple, dans un autre pays, bien qu'elle doive accepter la possibilité que les recruteurs ou les collaborateurs puissent prendre en main son profil pour y insérer ce qui les intéresse. Il y a peu, nous avons décelé une femme argentine qui écrivait toujours avec des fautes et des coups de griffe ; il se trouve qu'après avoir loué son profil à un directeur de liste, elle donne



maintenant l'impression d'être une personne cultivée, soignée qui sait se maîtriser, ce qui en revanche en dit long sur le directeur de liste. Il n'y a pas longtemps non plus, une Indienne qui était l'amie de tout le monde sur Facebook, a commencé tout à coup à utiliser des expressions qui n'avaient rien à voir ni avec son genre, ni avec sa culture. Par exemple : dans sa région, il y a eu un grand malheur et, au lieu d'en parler, elle faisait des plaisanteries sur la sexualité du porc, on aurait plutôt dit que c'était un vieux marin américain ivrogne qui s'exprimait et non une femme indienne. En conséquence, nous insistons sur le fait que le sociolinguiste médicolégal permet normalement de découvrir l'auteur intellectuel des communications d'identité supplantée.

Il en va de même de la duplication d'identités ou de courriers électroniques, une pratique qui devient également habituelle dans des groupes délictueux agissant sur Internet. Précisément, l'an dernier, nous avons décelé une tentative de duplication à l'université qui, de la même manière que des attaques de virus artisanaux, provenait de Californie (un comté très proche de Los Angeles), où les chercheurs ont localisé l'une des chefs de ladite famille de délinquants de la concurrence déloyale rattachés à plusieurs activités commerciales et du crime organisé (agissant parmi des écrivains de roman policier, *toastmasters*, musiciens, psychologues de *coaching*, conseillers de famille, graphologues et experts en documents douteux, criminologues), de connivence avec d'autres délinquants de Hawaï (ancienne associée agissant également avec une Israélienne autodéclarée athée et qui a fait preuve de trahison envers son peuple, car toutes deux facilitent la tâche aux terroristes jhâdistes) et qui agissent en même temps au Venezuela, à Cuba, au Brésil, en Argentine, au Mexique, au Pérou, en Angleterre, en Hollande, au Canada, en Inde, au Pakistan, en Europe de l'Est, et dans plusieurs pays d'Afrique, toujours par l'intermédiaire de membres de la famille ou des partenaires de ces membres ou de délégations et de contacts (par exemple, en Allemagne et en Europe de l'Est, par le truchement des enfants et de leurs conjoints, bien qu'ils se servent également de l'ex-marin de race noire et aussi de son ex-fiancée, une Croate, tous deux résidents à Hawaï). Le tout dans cette modalité délictuelle d'intrusion dans les systèmes informatiques d'autrui, par exemple, avec l'appropriation de cookies. En fait, nous avons toujours averti les collègues de faire tout particulièrement attention à l'utilisation de certaines ressources comme le Dropbox ; récemment, un directeur de liste, susmentionné, « offrait » un livre ancien qu'il avait localisé sur Internet, mais pour pouvoir l'acquérir il fallait s'inscrire à Dropbox ; en l'occurrence, l'intention du sujet n'était pas tant d'être applaudi pour

fournir le livre que d'obtenir des inscriptions de personnes ingénues dont les ordinateurs seraient ensuite assaillis par les voleurs de l'information.

Dans ce même sens et au-delà du simple marketing négatif, soulignons que cette année, en octobre 2013, ils ont réadressé un des sites web d'une association professionnelle qui collabore avec l'université, en trompant le moteur de recherche de Google, question qui vient s'ajouter aux autres actions et qui, cette fois-ci, provenait d'Ukraine. L'affaire est dûment canalisée par voie judiciaire et en attente des résultats de la commission rogatoire afin d'être en mesure de poursuivre officiellement les démarches ; en même temps, nous avons été informés d'une autre attaque similaire contre une association de Madrid et les IP ont de nouveau été localisés aux États-Unis, en Angleterre, en Allemagne et dans les Pays de l'Est, coïncidant avec les endroits où certains éléments de ladite bande en particulier ont l'habitude d'opérer.

Dans la modalité précédente, nous avons également découvert une sous-spécialité, exploitée par des organisations criminelles internationales comme celle déjà indiquée, dont l'objectif est d'arriver à obtenir que les ennemis naturels de la victime, dans son milieu, agissent à la place de l'organisation. À cet effet, on les encourage ou on leur fournit un soutien indirect, on leur procure des données ou des informations servant d'étincelle pour motiver ; parfois, on leur donne même quelque chose de positif mais avec l'intention d'éveiller le sens de la compétition pour susciter la crainte que la victime puisse leur faire de l'ombre ou les annuler. Il s'agit, en définitive, de faire en sorte que ceux qui attaquent la victime soient ses concurrents directs ou qu'ils se considèrent comme tels. Bien entendu, au début, lesdits concurrents n'ont pas vraiment conscience qu'ils sont l'instrument d'un clan organisé et qu'à un autre moment ce sera peut-être eux qui deviendront des victimes ou seront soumis au chantage, comme cela s'est déjà produit. D'après notre expérience, nous avons constaté de quelle manière ce phénomène se produisait, mais, comme nous l'avons déjà dit, sur le réseau on apprend très vite, ce qui fait que les concurrents eux-mêmes s'aperçoivent bien vite qu'ils sont utilisés et la plupart décident de s'écarter de ces pratiques antidéontologiques, qui, par-dessus le marché, renforcent la bande criminelle et non eux. C'est pourquoi, avec un peu de vision d'avenir, rares sont les inconscients qui voudront porter la marque permanente de collaborateurs du crime organisé ; c'est un élément très positif que nous avons pu constater en tout particulièrement en Argentine et nous avons bon espoir que d'autres pays sont en train d'en prendre bonne note afin de ne pas succomber aux erreurs que les premiers ont commises.

La non-intervention de ceux qui devraient aider à mitiger plus rapidement ce type de comportements qui entraînent de sérieux préjudices pour la profession, les rend doublement responsables et, dans la pratique, en fait des complices moraux, en particulier s'ils appartiennent à une quelconque fédération déontologique ; heureusement, les cas qui ne se terminent pas par une collaboration avec la police et la justice sont très rares.

Nous profitons de cette occasion pour remercier tous les collègues qui, de manière altruiste et discrète, collaborent à cette enquête qui, grâce à tous, est en train de dévoiler toute la trame cachée et de permettre aux professionnels de découvrir cette triste réalité — qui, bien que virtuelle, peut les atteindre sérieusement — et de réagir pour neutraliser ses prétentions de démolir des leaders et des centres notoires, d'usurper leurs contacts et ressources et de supplanter ou remplacer le leadership en s'appropriant le marché de divers pays caractérisés par un bon niveau d'activité professionnelle.

\* \* \*

(\*) Member: World Jurist Association, and: International Police Association, and AFAS (Armed Forces Europe)

\* \* \*

[www.grafoanalysis.com](http://www.grafoanalysis.com)



Universitat Autònoma de Barcelona

## MASTER EUROPÉEN EN ANALYSE GRAPHOLOGIQUE

Janvier 2015

Ce Master professionnel (70 crédits ECTS : 1750 heures)  
propose deux diplômes :

**-Expertise en graphopsychologie, analyse graphologique,  
graphopathologie et tests projectifs graphiques** (30 crédits ECTS :  
750 heures)

**-Expert en écriture, graphistique, documentoscopie et  
sociolinguistique légale** (30 crédits ECTS : 750 heures)

\* \* \*

2008-2009, les études de graphologie de l'université publique qu'est l'Université autonome de Barcelone respectent les accords de Bologne et sont devenues un Master avec des crédits ECTS (*European Credit Transfer System*), s'intégrant ainsi au nouveau cadre d'études universitaires européennes.

Les directeurs du Master sont : Francisco Viñals Carrera, Mariluz Puente Balsells et Jose Llobet Aguado, accompagnés d'une équipe de professeurs aux parcours universitaire et professionnel remarquables, parmi lesquels figurent des médecins issus des forces et corps de sécurité de l'État, d'institutions médicales et éducatives

**[www.grafologiauniversitaria.com](http://www.grafologiauniversitaria.com)**



EDIFICI HISTÒRIC <<Casa Convalescència>>  
c. Sant Antoni M<sup>a</sup> Claret, 171 - 08041 Barcelona (SPAIN)  
TELF: 93. 321.57.48 - FAX: 93.323.24.71  
WEB SITE: <http://www.grafologiauniversitaria.com/>  
[rosamaria.custo@uab.cat](mailto:rosamaria.custo@uab.cat)