

ISIS TERRORE SENZA CONFINI

a cura di
Martina Di Berardino

**SICUREZZA
CIVILE**



FrancoAngeli

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



SICUREZZA CIVILE

L'Associazione Nazionale Funzionari di Polizia ha, tra i suoi obiettivi, quello di migliorare le professionalità della categoria, espressione anch'essa di un modello di sicurezza nazionale e unitario, attraverso l'approfondimento e lo studio di tematiche concernenti la funzione di polizia, l'ordine e la sicurezza pubblica. La collana *Sicurezza civile* nasce per raccogliere i contributi di studiosi e accademici e le esperienze di coloro che nella realtà quotidiana sono interessati alla gestione civile della sicurezza interna del nostro Paese.

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: *www.francoangeli.it* e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

ISIS TERRORE SENZA CONFINI

a cura di
Martina Di Bernardino

FrancoAngeli

**SICUREZZA
CIVILE**

In copertina: *La battaglia di Crécy* [Grandes Chroniques de France, 1415],
British Library

Progetto grafico di copertina: Elena Pellegrini

Copyright © 2019 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

Indice

Prefazione	pag.	9
1. La radicalizzazione e il circuito del reclutamento	»	11
2. Isis 2.0. L'industria mediatica del terrore	»	23
3. Chi sono i radicalizzati? Il terrorista uno di noi	»	35
4. Confini fluidi tra follia e militanza. Il bene come il grande male da sconfiggere	»	57
5. Donne e jihad. Un fenomeno in crescita	»	67
6. L'importanza di una corretta comunicazione. La risposta delle forze dell'Ordine	»	79
7. Il nuovo assetto mediatico dell'Isis dopo la caduta di Raqqa	»	93
8. Lotta al terrore, tra investigazione e cyber security. L'analisi del Direttore Centrale della Polizia di Prevenzione Lamberto Giannini	»	103
9. Conclusioni	»	109
Postfazione , di <i>Enzo Marco Letizia</i>	»	111
Bibliografia di riferimento	»	119

Al caro collega Antonio Megalizzi

Prefazione

Che ne sarebbe dell'Isis se non esistesse la rete? Sarebbe mai riuscito in tutto il suo lavoro di propaganda e affiliazione senza l'aiuto di Internet?

Gran parte della forza del terrorismo islamico risiede nell'attacco mediatico. Attacco che diventa parte fondamentale dell'azione.

La grande quantità di video di propaganda che abbiamo visto negli ultimi sei anni è la forma più brutalmente estremizzata dell'ideologia capitalista che torna indietro all'occidente come un boomerang. Le diverse rivendicazioni a cui siamo stati abituati assumono la forma di spot pubblicitari curati in ogni dettaglio. È la violenza del califfato vestita con i nostri panni.

La nascita di Hayat Media Center, i mujatweets, gli snuffmovies, gli slashermovies, i giochi per la playstation come Salil al-Sawarim, sono i prodotti di marketing del Califfato più riusciti. Il tema principale è la paura. E funziona. L'efficacia degli attentati è rappresentata dal loro effetto psicologico perché essi non intaccano le capacità militari dei Paesi occidentali, incidono solo marginalmente sull'economia e non mettono a repentaglio le istituzioni. La gamification, i giochi di combattimento contro l'infedele diffusi via web con l'obiettivo di reclutare, sono un triste esempio di propaganda di successo. Il target sono i giovani catturati nel loro terreno preferito, il gioco, per orientarli ideologicamente e legittimare il terrorismo e gli ideali del jihad. Divertendoli.

Inutile, quindi, interrogarsi su che cosa sia l'Islam e su che cosa voglia, perché l'Islam non esiste. La umma, la comunità di mussulmani, non è altro che un buon augurio e i conflitti interessano principalmente i mussulmani tra di loro, in un'ottica soprattutto politica. Così come le questioni nazionali restano l'elemento critico del medio oriente e il problema sociale è il fattore decisivo quando si parla di integrazione.

Con la cronaca degli ultimi anni abbiamo constatato come a guidare i terroristi non è l'utopia ma la ricerca della morte e la propaganda in rete è stato ed è uno strumento fondamentale.

Questo lavoro pone l'accento sul rapporto tra media-Isis e copertura mediatica occidentale e sul rischio di una comunicazione che alimenti la paura. È dell'autunno 2017 il patto siglato ad Ischia tra i governi del mondo e i big della rete per contrastare quello che è stato definito il malware del terrore. L'accordo con i grandi del web, Google, Microsoft, Twitter e Facebook prevede la costituzione di un enorme database dove confluiranno tutti i dati sensibili, le foto e i video che vengono segnalati ma anche solo individuati dal sistema.

Guarda ai giovani europei, quelli con piccoli precedenti, psicologicamente fragili e disposti a sposare qualsiasi causa pur di trovare una propria identità, che sia l'Isis, al-Qaeda, o una setta religiosa.

Il massacro della Columbine High School nel 1999 dove due ragazzi della scuola uccisero dodici studenti e un insegnante per poi togliersi la vita è emblematico. Quella tragedia ha segnato l'inizio di un movimento di stragi di massa che ha preso il nome di sindrome di Columbine. Tra il 1999 e il 2016 negli Stati Uniti sono avvenuti cinquanta attacchi di questo genere. In comune con il jihadismo c'è l'età, la messa in scena, il massacro di massa e la morte degli attori. È evidente il legame tra le stragi collettive compiute da giovani nichilisti inclini al suicidio e gli attentati islamisti. L'attentatore di Nizza, il tunisino Mohamed Lahouaiej Bouhlel è stato definito prima uno psicopatico e poi un militante dell'Isis, l'eroe solitario e signore del terrore. Poco cambia tra le due definizioni, sono due facce della stessa medaglia. Perché la follia non è mai dell'uomo ma della causa.

La caduta di Raqqa, ormai da tre anni la vera capitale dell'Isis, è una sorta di "diaspora di ritorno". I trentamila foreign fighters provenienti da diversi Paesi del mondo potrebbero servirsi dei barconi, utilizzare il traffico umano per tornare in Occidente. Lupi solitari, cani sciolti, donne e uomini che hanno poco a che fare con le moschee e con la cultura religiosa, che sono radicali non perché hanno mal interpretato i testi sacri, ma perché la radicalità è la loro unica attrazione. Davanti a questo scenario, la risposta delle nostre Istituzioni deve essere tempestiva e altrettanto moderna.

Negli ultimi capitoli si parlerà delle misure messe in campo dalla polizia e di come le nostre forze si riorganizzano con un lavoro di prevenzione e di comunicazione a 360 gradi.

La guerra continuerà. Ed è una guerra sia nel mondo on-line che in quello off-line. Le armi possono servire ad arginare i terroristi, anche a spingerli fuori da aree attualmente sotto il loro controllo. Ma è la lotta sulla propaganda che deciderà se un domani organizzazioni come l'Isis avranno un ruolo di primo piano o marginale.

1. La radicalizzazione e il circuito del reclutamento

Non è un elemento di novità storica che la volontà di perseguire i propri ideali, in modo anche violento o illegittimo, abbia da sempre indotto i più determinati ad abbracciare cause per le quali si combatte in terre straniere, recidendo, anche se talora soltanto temporaneamente, i legami con il Paese di origine per arruolarsi nelle fila rivoluzionarie. In un recente passato, a seguito della propaganda qaedista, molti attivisti islamisti hanno raggiunto, da tutto il mondo, oltre che la frontiera tra Afghanistan e Pakistan, anche l'Iraq, la regione nord-africana e quella del Sahel, la Somalia, la Bosnia, la Cecenia, l'Uzbekistan o lo Yemen.

Almeno dal 2010, la Siria ha registrato un fenomeno di proporzioni crescenti, mentre dal Nord Africa sono molti i combattenti stranieri attratti in Libia. Come emergerà dall'analisi sviluppata nei successivi capitoli, Dā'ish ha fatto della comunicazione anche uno straordinario strumento di proselitismo, concependola tra l'altro come un ponte che consente ai simpatizzanti di entrare in contatto con la realtà jihadista, nella prospettiva dell'ingaggio.

Nel confermare, di fatto, la scarsa originalità del fenomeno dei foreign fighters, il Consiglio di Sicurezza delle Nazioni Unite con la risoluzione n. 2178/2014, del 24 Settembre 2014 ne ha proposto una definizione asettica come di «individui che si spostano in uno Stato diverso da quello in cui risiedono o hanno la nazionalità, con il proposito di perpetrare, pianificare e partecipare ad atti terroristici o per dare o ricevere addestramento terroristico». Il numero dei combattenti stranieri sul teatro siriano-iracheno è stato stimato nell'ordine delle decine di migliaia di unità, provenienti da oltre 90 Paesi nel mondo, con un'età media tra i 18 ed i 29 anni che, confrontata con l'età media degli aspiranti jihadisti afgani del ventennio precedente (25-35

anni), mette in luce un sensibile ringiovanimento dei nuovi adepti. Nel periodo più recente, inoltre, la diffusione della comunicazione sul web e lo sviluppo di nuove piattaforme interattive, come quelle dei social network e dei media sharing, ha reso molto più efficace ed immediata la disseminazione della narrativa, semplificando enormemente anche la fase del reclutamento.

Prima della caduta di Raqqa, per raggiungere i teatri operativi dell'Isis ed approdare in Siria il percorso e le modalità erano relativamente semplici: la Turchia costituiva il transito principale, mentre le città di frontiera di Antakya, Reyhanli e Killis si confermano i punti di sosta preferiti. Le reali finalità del viaggio venivano dissimulate palesando un generico interesse a visitare il Paese, del resto meta turistica molto ambita, in modo da attenuare i sospetti rispetto ad un volo prenotato verso la Somalia o l'Afghanistan. Per i terroristi l'autofinanziamento di costi complessivamente non troppo onerosi, avviene anche attraverso la commissione di reati bagatellari o la commercializzazione di sostanze stupefacenti nei Paesi di origine. Il reperimento di documenti di viaggio, falsificati, contraffatti o rubati, implica il frequente ricorso alle reti di favoreggiamento dell'immigrazione clandestina attive in Grecia: la predisposizione di una cosiddetta storia di copertura da ripetere a richiesta. Ma se è vero che raggiungere la meta è semplice per gli aspiranti combattenti, meno scontato è riuscire a selezionare, nella miriade di spunti presenti nel cyberspace i giusti contatti da allacciare per introdursi nel mondo del jihad.

Anche su questo fronte, Dā'ish ha adottato una soluzione innovativa e moderna, in controtendenza rispetto alla centralizzazione dell'apparato statale sopra analizzato. A componenti decentrate opportunamente selezionate è stato infatti affidato il compito di vagliare i potenziali jihadisti deputati sia ad entrare nelle fila combattenti sul fronte di guerra sia a divenire, negli snodi cruciali delle metropoli occidentali, punti di riferimento della narrativa centralmente diffusa. Il tutto con un'opera di propaganda e proselitismo diretta.

Il circuito del web ha assunto pertanto il medesimo ruolo delle moschee di alcuni anni fa e di queste assolve brillantemente la funzione, reinterpretandola in chiave moderna: qui, il perfezionamento della fase di radicalizzazione attraverso il formale reclutamento non può tuttavia aver luogo a prescindere dal tramite utilizzato.

Più in generale, si devono considerare, a titolo esemplificativo, le dinamiche registrate all'interno dello storico network sharia4, una rete di cellule dislocate nei diversi Stati europei denominate in base alla rispettiva collocazione geografica, come sharia4Italy, sharia4Belgium, sharia4UK, sharia4France e così di seguito. Veri e propri magneti delle sacche di simpatia jihadista presenti nella società occidentale, che catalizzano le curiosità e le

aspirazioni, realizzando empatie funzionali sia a costruire canali fluidi attraverso i quali trasferire e moltiplicare il messaggio, sia a proporsi come facilitatori del contatto con le fila del terrorismo internazionale.

La rete costituisce quindi il primo contatto dell'organizzazione con gli adepti, volto ad innescare una vera e propria escalation ideologica dei suoi membri, al termine della quale una sorta di talent scout avvia la fase del reclutamento nella quale vengono coinvolti solo gli interlocutori più estremisti, affidabili e spendibili per le loro caratteristiche rilevate. Esiste tuttavia un ulteriore livello della selezione operata dai gruppi sharia⁴ che talora si sono anche occupati di sostenere i costi di trasferimento dei seguaci verso i teatri d'operazione. L'interesse ad accaparrarsi professionalità specialistiche è il principio ispiratore di questo progetto volto a ingaggiare tecnici e registi cinematografici, esperti della comunicazione, medici, ingegneri ed amministratori convertiti, da inserire nei gangli istituzionali del sedicente Stato, a fronte della promessa di ingenti guadagni.

Le motivazioni dietro al flusso dei foreign fighters non sono riconducibili allo stereotipo per cui il fattore scatenante sarebbe la percezione condivisa che l'Islam è sotto l'attacco delle grandi potenze capitalistiche occidentali. Esiste certamente la percezione dell'obbligo di difendere la comunità musulmana dalle aggressioni occidentali, ma non è chiaro l'effettivo ruolo che questo giochi in relazione al desiderio di far parte di un momento storico epocale, un bisogno individuale di riconoscimento, di affermazione e di identità, ma anche di protezione. Un desiderio di appartenenza elitaria in un'atmosfera gloriosa, per vivere un momento eroico e tornare da eroi nella comunità originaria. Motivazioni individuali anche profondamente diverse quindi, di natura psicologica, spesso maturate negli stessi social, sulla base della dialettica interna a ristrette cerchie di internauti. Molti processi di radicalizzazione si sono perfezionati nell'ambito carcerario e ciò ha riguardato anche esponenti di vertice dell'organizzazione, come al-Zarqawi e lo stesso al-Baġhdādī. Ma la maggior parte degli elementi di vertice di Dā'ish hanno fraternizzato nelle prigioni americane in Iraq e dopo la liberazione hanno ripreso i contatti con i loro compagni detenuti. Anche Ayman al-Zawāhirī, leader di al-Qaeda, realizzò una prima rete terroristica nelle prigioni egiziane. E la radicalizzazione dei fratelli Kouachi, autori dell'attacco terroristico al giornale satirico Charlie Hebdo è avvenuta in carcere. Proprio in Francia, si sono registrati numerosi casi in cui gli aspiranti jihadisti, con differenti trascorsi criminali, hanno visto nel conflitto siriano un'opportunità irrinunciabile di vivere un'esperienza di combattimento. La maggior parte degli autori dell'attacco terroristico del 13 novembre 2015 a Parigi erano censurati, alcuni dei quali con precedenti penali per il traffico di sostanze stupefacenti, stesso

reato per cui erano al centro di un'indagine belga, proprio nei giorni precedenti la strage.

Gli stessi attentatori di Bruxelles del 22 marzo 2016, appartenenti alla cellula di Molenbeek responsabile anche degli attentati di Parigi, erano noti pregiudicati: l'uno addestrato in Siria nel 2013, gli altri due pregiudicati ed incarcerati per furto e rapina.

Molti giovani si esaltano per la mera partecipazione ad un'azione concreta violenta attraverso la quale ritengono di dare sfogo al loro represso quanto confuso senso di ribellione. Più raramente, sono giovani disillusi o semplicemente le vittime di un isolamento oggettivo, che ne connota anche l'appartenenza alla stessa comunità frequentata, spesso propensa a travisare i confini tra una realtà nella quale i suoi componenti stentano ad affermarsi ed il mondo virtuale della rete e dei videogames. L'ingresso per loro è ancora una volta agevolato dall'opportunità di entrare in contatto, attraverso la rete, con i veterani impegnati in teatri di operazioni, combattenti che vantano trascorsi specifici nel terrorismo, che hanno consolidato ormai una buona base ideologico-religiosa e dimostrano concretamente di saper rispondere al richiamo del jihad.

1. La dimensione comunicativa e l'appel propagandistico

Nelle relazioni internazionali gli Stati utilizzano strumenti militari-diplomatici, economici e comunicativi. L'informazione è conoscenza e costituisce la base per ogni decisione, comprendendo tutto ciò che non si dovrebbe ignorare per raggiungere efficacemente un obiettivo o concludere con successo un'operazione. Ma, in questo ambito, è anche e soprattutto un moltiplicatore delle capacità, militari, politiche, economiche. Grazie alle tecnologie comunicative oggi disponibili ed agli strumenti di diffusione utilizzati, l'informazione consente così di accrescere i propri vantaggi competitivi, modificando la realtà e manipolandone i simboli. L'informazione è divenuta così, da tempo, potenza in sé.

Anche meglio degli Stati occidentali, nell'ultimo decennio, i gruppi terroristici come al-Qaeda prima e Dā'ish di recente hanno dimostrato di saper utilizzare, più efficacemente di altri radicalismi, le tecniche comunicative intervenendo sulla griglia dei valori dei destinatari del messaggio. Rispetto agli strumenti della propaganda e della contropropaganda, dell'informazione e della controinformazione, o della disinformazione, questo appare un campo di applicazione ancora più sofisticato, che lascia spazio ad una guerra psicologica raffinata condotta al tempo stesso attraverso la strategia della paura e

la costante manipolazione simbolica volta ad ampliare i margini del consenso e ad erodere le basi su cui si fondano le democrazie occidentali.

La tecnologia dell'informazione e la relativa rapidissima progressione evolutiva costringono da tempo tutti gli attori in scena a gestire, con altrettanta rapidità e tempismo, le reazioni del sistema globalizzato. La rivoluzione delle tecnologie ha da tempo delineato una dimensione orizzontale della rete, implementando un modello di comunicazione più flessibile ed aderente al flusso degli eventi. Nello stesso tempo ha stimolato analoghe o superiori capacità comunicative anche nelle maglie del terrorismo internazionale, perseverando in questa sorta di minaccia ibrida e proseguendo la lotta asimmetrica.

In quest'ambito l'Isis ha dimostrato meglio delle organizzazioni di al-Qaeda di sapere da un lato utilizzare gli strumenti tecnologicamente più avanzati, dall'altro di servirsene per conseguire obiettivi modernissimi ricorrendo paradossalmente proprio a circuiti comunicativi dinamici e tipicamente post-moderni. Tramite questi ultimi, il Califfato ha assunto nel panorama internazionale una rilevanza politica insperata. Così come a prescindere dalla pervasività e dalla capacità di accessibilità del flusso informativo, altrettanto insperate sono state la condivisione e la visibilità raggiunte, non per ultimo il consenso e l'appeal ottenuto in alcune fasce non-integrate della popolazione occidentale. I circuiti tradizionali delle agenzie di stampa occidentali sono apparsi meramente serventi e oggetto di una visione globale controllata dai terroristi, mentre avrebbero probabilmente potuto essere utilizzati dagli Stati in modo più consapevole e coordinato per sviluppare la controinformazione e la contropropaganda riuscendo così a contenere gli effetti della strategia del terrore.

L'efficace conduzione delle attività sul piano squisitamente militare è destinata a rimanere soltanto uno degli aspetti di una strategia complessiva, e ben più articolata, realizzata dall'Isis, dove la capacità comunicativa ha rivestito un ruolo di primo piano. Dā'ish, si è proposto, così, di conseguire il capovolgimento dei rapporti di forza con le potenze occidentali che controllano buona parte delle agenzie di stampa e delle reti televisive ed informatiche, da sempre sgradite ai governi del Terzo Mondo, infastiditi dal flusso informativo unilaterale capace di condizionare negativamente l'immaginario collettivo delle rispettive opinioni pubbliche.

La strategia dei comunicatori assoldati da al-Baghdādī non si prefiggeva quindi scopi politici come indurre il lontano nemico a negoziare né tanto meno a sottomettersi, ma l'obiettivo rimaneva quello di consolidare il proprio potere, richiamare nuovi adepti e minacciare l'Occidente, per eroderne progressivamente il senso di sicurezza.

Per una considerevole fascia di popolazione occidentale, la televisione continua comunque ad essere uno dei mezzi di informazione totalizzanti e predominanti, soprattutto in occasione del perpetuarsi di grandi eventi terroristici le cui immagini polarizzano l'attenzione, saturando ogni volta gli spazi disponibili. Dall'attacco alle Torri Gemelle dell'11 settembre a quelli di Parigi, Bruxelles, Strasburgo. Proprio la tendenza a produrre spettacolo, invece di informare il telespettatore, espone questo mezzo mediatico al rischio, in genere ipocritamente accettato, della più o meno consapevole strumentalizzazione. La comunicazione televisiva è saturata da immagini e suoni ed è destinata a produrre un bene di consumo massificato, contrariamente all'editoria che si rivolge ad un pubblico culturalmente più preparato. La logica della corsa contro il tempo per mantenere elevato il livello di ascolto e l'esigenza di disporre costantemente di notizie nell'arco dell'intera giornata e per tutti i giorni dell'anno, sono fattori che hanno assunto una rilevanza straordinaria, ulteriormente enfatizzata soprattutto durante le emergenze.

Mezzi di comunicazione generalisti e nuove piattaforme mediali concorrono e si rincorrono nel divenire essi stessi gli strumenti più potenti della diffusione della narrativa del Califfato facendone rimbalzare convulsamente il messaggio e contribuendo a costruire la fascinazione per il jihad. La macchina della propaganda terroristica nello strumentalizzare sapientemente la comunicazione occidentale offre, così, un palcoscenico stimolante sul quale anche l'emarginato può divenire, per una volta almeno, attore protagonista. Manipolando gli aspiranti jihadisti sino a convincerli della possibilità del riscatto da una vita vissuta in modo inglorioso davanti ad una platea attonita, ma finalmente attenta e prostrata. Anche il percorso di radicalizzazione ed il reclutamento funzionale al martirio diventa spettacolo della vendetta e del trionfo a basso costo ed al tempo stesso del terrore e dell'orrore. Emblematica la propaganda successiva all'attacco del 13 novembre del 2015 a Parigi, i cui attori si sono calati nel ruolo di eroi protagonisti nelle edizioni di Dabiq e Dar-al-Islam dei primi mesi del 2016, i magazines dell'Isis che verranno analizzati nelle prossime pagine. Il viaggio senza ritorno per compiere il quale sono stati ingaggiati i militanti e per cui hanno ricevuto lo spicciolo addestramento necessario, si dipinge così di tinte forti e prospettive eroiche, mentre il video-testamento sembra voler ricordare che anche il percorso verso il martirio è un passaggio gagliardo, trionfalistico e gioioso. E i destinatari di questa narrativa perversa sono proprio altri giovani, cresciuti in ogni dove per essere trascinati nella follia di un progetto che risuona di falsi ideali di giustizia tradita e di un incontenibile bisogno di rivalsa verso un mondo, quello occidentale soprattutto, percepito come corrotto e aggressivo e verso il quale ciascuno di loro cova l'incondizionato desiderio di ribellione, nella

solitudine degli scenari virtuali mistificanti cui è oramai avvezzo. In questa direzione, la strategia comunicativa del Califfato fa leva sul modello di un terrorismo mediatico che i gruppi precedenti non avevano saputo valorizzare, facendo ora prevalere l'identità del combattente rispetto all'azione simbolica ed assicurando quindi anche allo spontaneismo jihadista quella visibilità prima consentita soltanto ai pochi esponenti di vertice di al-Qaeda.

Errore di base, quindi, quello della comunicazione di al-Qaeda che ha rinunciato a massimizzare i meccanismi della propaganda, riducendone fortemente quell'appeal che in una società occidentale è anche stimolato dalla possibilità di esibizione ed ostentazione di se stessi, con quell'alone tipicamente narcisistico che permea la maggior parte delle dinamiche dei social media e, conseguentemente, la maggior parte dei fruitori, per i quali troppo spesso disgusto e fascinazione hanno una stessa declinazione.

Tuttavia, se è soprattutto nelle cosiddette classi pericolose che la persuasione esercitata dai leader terroristi sui followers gioca più agevolmente il suo ruolo macabro, sarebbe importante domandarsi perché «19 giovani con un elevato grado di istruzione hanno annientato se stessi e migliaia di altre persone nei dirottamenti dell'11 settembre», nel tentativo di comprendere cosa ci sia dietro questo odio estremizzato, che probabilmente costituisce la sorgente di alimentazione dei terroristi. Ancora 19 sono stati anche i componenti del commando che hanno operato negli attacchi del 13 novembre del 2015 a Parigi, seppure di ben diversa estrazione sociale. Il fascino esercitato non può quindi essere considerato alla stregua di un caso di studio fine a se stesso, in quanto è anche alla base dello spontaneismo e del franchising del terrore, rivisitato e rielaborato sulla scia dell'esperienza strategica qaedista.

Il terrorismo islamico non vuole solo minacciare, ma vuole anche piacere, persuadere, fare proseliti. Lo straordinario affinamento tecnologico che ne connota la propaganda è quindi anche la chiave per interconnettersi con le generazioni di giovani musulmani di seconda e terza generazione radicati nei sobborghi metropolitani che non si privano degli strumenti digitali della comunicazione. Dunque il terrorismo è diventato “entertain-terrorism” che non terrorizza soltanto, ma cerca il plauso e il consenso, deve respingere e attrarre allo stesso tempo, conquistare anime e nuovi territori.

2. Dalla comunicazione di al-Qaeda ai modelli strategici del Califfato digitale

Nessuno dei leader qaedisti ha mai dubitato del ruolo fondamentale di internet per diffondere a livello globale la narrativa dell'organizzazione. Anche la competizione tra le diverse componenti terroristiche, con il bisogno di

accaparrarsi le risorse umane e finanziarie necessarie, provenienti peraltro da un bacino limitato, è stato probabilmente uno dei fattori che ha spinto l'Isis verso la comunicazione digitale. La cui efficacia è stata migliorata con la creazione di propri marchi, l'adozione di nomi e loghi per distinguere la produzione, la costruzione di una facciata di presunta rispettabilità della propaganda. Se a livello locale i gruppi terroristici di al-Qaeda diffondevano il proprio messaggio attraverso l'intimidazione e la violenza, anche utilizzando volantini stampati e predicazioni registrate su nastri o CD, la rete ha rappresentato ben presto lo strumento capace di annullare spazio e tempo, raggiungendo un interessante livello di audience in Paesi anche molto lontani, verso i quali peraltro era diretta principalmente l'offensiva. Ma il cyberspazio, oltre a costituire il campo vettoriale della comunicazione direttamente realizzata dai gruppi terroristi, è risultato altresì pervaso da una propaganda indiretta estremamente efficace, alimentata da poli informali di amplificazione della narrativa. Del resto, l'importanza dell'attivismo on line è stato ripetutamente sottolineato da leaders come al-Zawāhirī e Anwar al-Awlaqi. Notevole attenzione venne riservata da al-Qaeda alla sponsorizzazione in rete dei forum radicali, come Fida' e 'Arin, che permettevano una prima interazione tra i gruppi terroristici combattenti e quelli potenziali, ma anche con realtà di propaganda più piccole e indipendenti grazie alle quali la narrativa del terrore poteva risuonare sulla rete in una forma più completa. I forum radicali, principalmente in lingua araba, offrivano ai gruppi e ai loro affiliati uno spazio per stabilire un contatto iniziale, indottrinare, e ottenere rapidamente aggiornamenti dal campo in ordine alle attività terroristiche. Erano ripartiti in sezioni pubbliche ad accesso libero, e sezioni chiuse con accesso limitato a soggetti invitati o a membri comunque preventivamente vagliati. Tendenzialmente ogni forum riproponeva regole e modalità gestionali tipiche, con una gerarchia ed un rango legato all'anzianità e al numero di post. Da membro junior, qualifica che appariva sotto il nickname e sotto l'avatar, a fratello del forum, sino a membro prezioso, anziano e administrator, figura in grado di bandire membri dal forum o autorizzare nuovi accessi.

Dopo l'11 settembre l'esigenza di eludere le manovre di contrasto sviluppate soprattutto dagli Stati Uniti ha portato i terroristi a privilegiare altri mezzi di comunicazione ritenuti più riservati, quali Skype, Paltalk e Facebook, con un sempre maggior ricorso alla crittografia. Il senso di quotidianità respirato all'interno di questi forum jihadisti, le cui discussioni risultavano per lo più incentrate su fatti d'attualità e dichiarazioni politiche di differenti gruppi, semplificava anche l'accettazione dell'ideologia del terrore e il terrore come strumento normale di lotta politico-religiosa. A tale proposito,

la giustificazione dottrinale degli attacchi suicidi, definiti retoricamente operazioni di martirio, occupava spesso ampi spazi mentre i brevi video diffusi in rete, nonostante le limitate possibilità di download all'epoca esistenti, testimoniavano come tali atti fossero reali ed effettivamente compiuti. Alle riprese ed alle immagini dei martiri elevati al rango di eroi e diffusi via web, si aggiungevano veri e propri testamenti degli attentatori suicidi, registrati poco prima delle azioni. Occasione peraltro propizia per esortare i credenti ad intraprendere la via del jihad.

Ad un primo limitato utilizzo dei social network, la pubblicistica di al-Qaeda, e in primis la rivista Inspire, presentava aspetti simili alla successiva comunicazione realizzata da Dā'ish con Dabiq, uno dei più famosi mezzi di propaganda dell'Isis. La strategia comunicativa adottata dall'organizzazione di Bin Laden imponeva un'immagine capace di catalizzare parte dell'opinione pubblica soprattutto per la sua connotazione guerriera, assolutista ed intollerante. Questa struttura di combattenti specializzati e professionisti della guerriglia si rispecchiava anche nei temi messi a fuoco da Inspire. Come la permanente militanza, la promozione dei lupi solitari per l'esecuzione di atti terroristici, la celebrazione del martirio, ed infine la valorizzazione delle operazioni condotte con successo. Come si dirà in seguito, particolare attenzione veniva poi dedicata alla realizzazione di semplici manuali del fai da te, dove al potenziale jihadista veniva fornito un addestramento spicciolo sulle modalità di confezionamento artigianale di ordigni esplosivi o di assemblaggio ed utilizzo di armi.

Ma al-Qaeda inaugurava soprattutto un nuovo tipo di guerra che mirava a conquistare progressivamente le immagini mentali delle popolazioni. Nonostante l'effetto devastante ottenuto con l'attacco dell'11 settembre, rispetto al numero terribile di vittime, l'organizzazione di Bin Laden ha sempre privilegiato lo scopo di incrinare profondamente il nostro sistema di rappresentazione simbolica decidendo di combattere la sua guerra nel settore più strategico di tutti, quello dell'immaginario. L'attacco al World Trade Center costituisce l'apice di questa strategia comunicativa perversa, ma segna anche il rapido declino della sua capacità di insediarsi nell'immaginario globale con altrettanta spettacolarità, fino a venire soppiantato sul piano militare ed iconografico dall'Isis. Gli attacchi alla stazione di Madrid nel 2004 ed alla metropolitana di Londra l'anno seguente, dove una attenta e pronta controinformazione è riuscita a contenere gli effetti propagandistici, pur devastanti sul piano dell'impatto e delle vittime, non hanno raggiunto gli stessi livelli di macabra spettacolarizzazione. Anche il successivo tentativo di mantenere alto il livello visivo che la televisione garantisce, è stato realizzato soprattutto