

## Da al Qaida allo Stato Islamico, ovvero: il jihad dall'élite al popolo

destrutturare per riuscire ad arrivare alle masse povere di quei paesi, in primis ai giovani delle periferie urbane che già nel 1979 erano stati il motore e il carburante della rivoluzione iraniana.

**La semplificazione dei contenuti religiosi** in questa fase non aveva però significato una mutazione di metodi e medium. Predicazione sul territorio e indottrinamento dai contenuti sintetici ma che tendessero comunque verso l'universo simbolico dei leader erano ancora i mezzi prevalenti per la ricerca di consenso e di reclute. Il materiale propagandistico in questa fase rispecchia ancora tecniche classiche: autodiocassette, videotape, testi in arabo di commento alle sacre scritture.

**Il primo vero momento di rottura nei metodi di comunicazione** all'interno del movimento jihadista internazionale arriva infatti solo a metà degli anni Duemila. Precursore di questo balzo in avanti è Anwar al-Awlaki, cittadino americano-yemenita e inventore di *Inspire*, una rivista in inglese per la diffusione dei concetti del radicalismo islamico in Occidente che mutua grafica e linguaggio - semplice e diretto - dalle riviste patinate europee e americane. La sua uccisione nel 2011 [a opera di un drone americano](#) ha però tolto propulsione alla sperimentazione comunicativa interna ad al Qaida, le cui principali organizzazioni (Aqap, Aqim, ecc.) sono rimaste dominate dalla precedente generazione dei jihadisti afgani.

**La vecchia guardia oggi stenta a tenere sotto controllo le nuove leve**, affascinate dai messaggi dello Stato Islamico che ha saputo riprendere e portare ai massimi livelli i frutti delle prime sperimentazioni comunicative della galassia jihadista. Quei ragazzi provenienti dai sobborghi più poveri dei loro paesi, che spesso non conoscono i testi sacri a memoria ma hanno un'idea molto precisa - e molto brutale - della propria missione jihadista, difficilmente riescono ad accontentarsi di un processo graduale, fatto di lotta ma anche di progressiva predicazione, propugnato dai jihadisti di prima generazione.

**Cresciuti fra programmi occidentali satellitari e social media**, questi giovani sono oggi i più attratti dalla "rivoluzione simbolica" di al Baghdadi ed è possibile quasi immaginarli mentre fremono d'invidia alla vista dei loro coetanei dell'Is che su twitter postano immagini e video dei loro successi sul campo, nel nome di quel califfato che i vecchi leader delle loro organizzazioni definiscono apostata, irraggiungibile, quasi mitologico.

**La nuova generazione della galassia jihadista**, il cui universo simbolico è sempre meno connotato culturalmente e sempre più globalizzato e deculturalizzato, è attratta da messaggi e simboli che senza enormi differenze si ripetono in semplicità e violenza dalle favelas sudamericane ai sobborghi del Cairo fino alle banlieue francesi. Non è un caso che la comunicazione dello Stato Islamico, allo stesso tempo [brutale e raffinata](#) nell'uso dei simbolismi della cultura pop occidentale, abbia un così chiaro successo nel reclutare giovani dalla Cecenia a Parigi, da Chicago a Milano.

**Un conflitto, insomma, fra due modi di intendere il salafismo** e la jihad all'interno della stessa cultura estremista che contrappone non solo generazioni ma estrazioni sociali diverse, che tali sono anche in termini di accesso alla cultura e dimestichezza con le nuove tecnologie.

**La stessa autodefinizione di "califfato" scelta dall'Is** è un'aperta sfida fra due modi diversi di intendere il jihad. Da una parte quello di al Qaida che prevede l'uso della violenza unito a un paziente lavoro di islamizzazione e studio che deve portare, in un futuro quasi messianico, alla rifondazione del califfato purificato. Dall'altra il jihad dell'Is: brutale, territoriale, che cerca fatti immediati, per il quale il califfato è qualcosa da ricercare e creare qui e ora, da ampliare e difendere con le armi.

**Un atteggiamento proattivo molto legato alla modernità**, all'immediatezza introdotta nella quotidianità dai moderni mezzi di comunicazione e che ha un forte appeal sulle giovani generazioni native digitali che quei mezzi di comunicazione li utilizzano da sempre e dai quali sono state profondamente condizionate. Un tempo per il jihad partiva un Osama Bin Laden, ragazzo dell'alta borghesia saudita, cresciuto intellettualmente nei circoli universitari egiziani dei Fratelli Musulmani e discepolo di intellettuali di fama internazionale come [Azzam](#).

**Oggi a partire sono prima di tutto i ragazzi in cerca di identità** delle periferie urbane del mondo globalizzato, uniti da una comune attitudine all'immediatezza, all'informazione diretta e destrutturata e alla banalizzazione della violenza. All'Osama Bin Laden di un tempo si

contrappongono i rapper di seconda generazione - il tedesco Deso Dogg (Denis Curspert), l'americano Douglas McArthur McCain dagli Stati Uniti, il britannico Abdel Majed Abdel Bary (accusato di essere il killer di James Foley) o il bresciano Anas El-Abboubi. Provengono tutti dalle periferie europee o americane, ma anche da quelle tunisine o egiziane e i loro testi sono spesso intrisi di violenza e grezzi richiami all'Islam, senza bisogno di troppi riferimenti a Sayyid al-Qutb o Azzam.

**Navigando attraverso le fonti jihadiste arabe e non**, il conflitto generazionale appare in tutta la sua evidenza, mostrando le vecchie leadership costrette a posizioni ambigue, come quella assunta da Aqim e Aqap che con un inedito comunicato congiunto [hanno dichiarato](#) la loro solidarietà alla lotta dello Stato Islamico pur senza rinunciare alla propria fedeltà ad al Zawahiri e al Qaida.

**Quest'ultima e le organizzazioni a essa legate** sono oggi una pentola a pressione pronta a esplodere investendo la vecchia guardia sempre più confusa e disorientata e i cui pericolosi frammenti, sotto forma di terroristi dal passaporto occidentale, potrebbero giungere fino alle porte dell'Europa e degli Stati Uniti. Quando, ovviamente, non ci vivono già.

Per approfondire: [Le maschere del califfo](#)

(5/11/2014)