Introduzione

La scrittura di questa introduzione avviene a cavallo tra la notizia dei due nuovi attacchi terroristici negli Stati Uniti (insieme all'ordigno inesplosivo e a un pacco bomba ritrovato in un cassonetto nel New Jersey) e lo srotolamento del dibattito tra politici, giornalisti ed esperti accreditati che affollano l'arena mediatica internazionale. Si tratta di una serie di eventi particolarmente significativi perché in primo luogo rilanciano l'offensiva del terrore dopo un inizio estate funestato da numerosi attacchi e una pausa estiva in cui altri eventi catastrofici, come il terremoto in Centro Italia, avevano oscurato la paura dell'ISIS. Inoltre i nuovi attacchi confermano alcune tesi discusse in questo libro.

In primo luogo, la bomba confezionata in maniera «artigianale» con una pentola a pressione, chiodi ed esplosivo, dà continuità a ciò che Augé (2003) in seguito all'attacco alle torri definì «globalizzazione artigianale». Come ha ben illustrato Massimo Gaggi, questo tipo di attacchi si iscrivono in una tradizione inquietante di terrorismo fai da te; difatti «l'uso di armi rudimentali non è certo tipico degli interventi di centrali terroristiche ben organizzate, ma nell'attentato di San Bernardino di quasi un anno fa la coppia di musulmani integralisti che fece strage con le armi automatiche cercò anche di far detonare delle *pipe bomb*: senza successo» (Gaggi 16/9/2016). Lo stesso ordigno che fu utilizzato qualche anno fa durante la maratona di Boston dai due fratelli ceceni, ora è usato per seminare il panico nel quartiere di Chelsea.

Qui la seconda conferma, ovvero il fatto che gli attentati terroristici in Occidente continuano ad attaccare i luoghi del divertimento e del *loisir*, calcando un modello che ha raggiunto la sua dimensione più tragica nel novembre del 2015 con la strage del Bataclan. Al momento l'FBI ancora non ha appurato la matrice dell'attentato, ciononostante la poli-

tica americana si è immediatamente attivata per esorcizzare dal lato dei democratici, o cavalcare dal lato dei conservatori, la belva dell'attacco jihadista. Questo per due motivi: *in primis* le elezioni presidenziali di novembre che potrebbero risultare profondamente condizionate dagli attacchi; in secondo luogo, l'Assemblea Generale delle Nazioni Unite, su cui peserà fortemente il clima d'incertezza e di pericolo imposto dalle vicende citate.

La terza conferma, che discuterò nella parte finale del libro, è la volontà da parte dell'ISIS di investire nel processo di autoradicalizzazione e in quella che potremmo definire jihad DIY (do it yourself). Sebbene ad alcuni analisti tale tipologia d'azione possa sembrare un segno di debolezza dell'organizzazione (Orsini 19/9/2016), che non ha modo di radicarsi nel territorio americano e di colpire in modo più strutturato, a ben vedere tale modello è quanto di più avanzato e destabilizzante si possa immaginare. Esso difatti penetra nella dimensione banale del quotidiano e la trasforma in ciò che Appadurai ha definito un «incubo dadaista» (Appadurai 2006, p. 17). Il terrorismo difatti non sfrutta tanto la conta dei morti, che invece caratterizza, direbbe Elias Canetti (1979), il conflitto classico. A determinare il successo mediatico dell'azione terroristica giocano numerosi fattori, il più delle volte di carattere simbolico come il luogo, i protagonisti, le modalità di esecuzione dell'attacco, la morte dell'attentatore ecc. Il fatto che, grazie alla strategia dei lupi solitari, il brand ISIS si sia totalmente insinuato nella vita quotidiana, sfruttando cognitivamente e somaticamente soggetti considerati spesso come scarti della società, come il folle che in Minnesota ha accoltellato otto persone chiedendo loro se fossero musulmane, dovrebbe far molta più paura di un attentato pianificato in stile paramilitare. Soprattutto per via della sua capillarità e della sua riproducibilità potenzialmente illimitata.

In uno slancio di ammirevole ottimismo, Orsini rispolvera i concetti chiave della visione liberale per dimostrare la superiorità di quest'ultima sull'oscurantismo del terrore, dato che «la mancata penetrazione di al-Qaeda e dell'ISIS nel tessuto americano consente di cogliere un punto di gigantesca importanza nella lotta culturale contro l'estremismo jihadista», difatti «a differenza di quanto sostengono i «nemici della società aperta», le società liberali non sono travolte da quella crisi di valori che alcuni descrivono» (Orsini 19/9/2016). La netta contrapposizione tra la chiusura nearcaista e tribale del terrorismo e l'apertura popperiana

delle società liberali rappresenterebbe non solo la posta in gioco ma anche il motivo che giustificherebbe l'ineccepibile vittoria delle seconde sul primo.

Al contrario di questa rappresentazione di uno scontro frontale, manicheo e razionale tra le due fazioni, una quarta tesi che attraversa tutto il libro discute l'inquietante prossimità, l'effetto di rispecchiamento reciproco in ciò che siamo abituati a percepire come altro da noi o come proiezione rovesciata della nostra identità culturale, secondo una modalità che è stata ben spiegata dalla nozione di Orientalismo (Said 1991). Al posto di un confronto frontale, ciò che per sua natura il terrorismo vecchio e nuovo sfrutta è una modalità di lotta interstiziale, ambigua, multitasking e virale. Inoltre, al contrario del *wishful thinking* liberale e neoliberale, qui il problema è dato dal fatto che il terrorismo sfrutta gli stessi dispositivi della visione globalista e neoliberista per riprodursi. Tra cui non ultimo il potere cognitivo del brand e le innovazioni comunicative del social media marketing, fino all'uso tattico dei cosiddetti algoritmi di raccomandazione (che discuteremo nell'ultimo capitolo).

Infine, come quinta conferma delle tesi presenti in questo libro, il rapporto con i media è diventato sempre più articolato. Come ricordava McLuhan, intervistato sugli attentati delle BR in Italia, lo scopo principale dei terroristi era quello di manipolare i manipolatori, ovvero i media (Stille 23/3/1978). Nonostante, come si vedrà, questo terrorismo mostri caratteristiche del tutto diverse da quello ideologico ed europeo, tale vocazione a manipolare, o più semplicemente manovrare, il sistema dei media persiste. L'esempio più palese, in occasione degli ultimi attentati americani, è quello del doppio registro. Da un lato, la rivendicazione dell'attacco in Minnesota, rilasciata dall'agenzia Amaq, rilancia il dibattito sui lupi solitari e sul cappello messo dall'ISIS sui gesti di persone spesso squilibrate e senza una storia di radicalizzazione alle spalle. Dall'altro, la non rivendicazione dell'attentato di New York produce un'atmosfera di tensione che tiene in ostaggio l'opinione pubblica americana e globale, insieme a politici, giornalisti e analisti. Saranno stati quelli dell'ISIS oppure qualche altra forma di terrorismo interno? Forse per la prima volta viene messo in scena lo psicodramma dei politici americani che si arrampicano sugli specchi pur di negare la matrice jihadista, prima ancora che le indagini l'abbiano smentita. In un tentativo non troppo efficace di contenere il fenomeno, il sindaco di New York Bill De Blasio discetta

surrealisticamente sul fatto che si tratti di un atto «intenzionale» e che una bomba artigianale in un luogo pubblico è «genericamente» considerata un atto terroristico, ma non necessariamente internazionale. I media gli vanno dietro modificando i titoli d'apertura dei propri siti. Anche Andrew Cuomo interviene quasi a sostegno delle tanto tautologiche quanto imprecise constatazioni del sindaco, ammettendo che se c'è una bomba siamo certi perlomeno che si tratti di terrorismo. Sul fronte più alto, quello della competizione elettorale, Donald Trump non perde neanche un secondo per tirare le somme e rimarcare il suo posizionamento identitario populista: l'America è di nuovo sotto attacco, sono tempi duri dunque servono metodi duri e un uomo forte al comando. Allo stesso modo Hillary Clinton, guarita da poco dall'attacco di polmonite, usa l'evento come un elemento decisivo per marcare la differenza tra la sua proposta e quella del competitor: bisogna prima appurare i fatti, chi non attende i dati della realtà per decidere non può occuparsi di politica alta. Che si appuri o meno la matrice jihadista dell'attentato, è certo che la presenza dell'ISIS nell'immaginario politico globale è a dir poco influente. Se dovesse venire appurata la matrice jihadista, la scelta di rivendicare l'attentato minore, quello del cane sciolto fai da te, al posto di quello più organizzato in perfetto stile stragista, mostrerebbe la capacità dei terroristi di giocare con il sistema politico e dei media e di generare incredulità, disorientamento, confusione. Di fronte a questa forma di dirigismo, i tentativi della politica, specialmente dei democratici da Obama a De Blasio, di scongiurare la psicosi del nuovo terrore e la sua associazione con il mondo islamico, non sembrano sortire gli effetti desiderati. Dunque l'operazione, più che una sottile strategia comunicativa, rischia di apparire come un virtuosismo mediatico da vecchia tecnocrazia.

Come si è forse capito, questo libro propone lenti diverse attraverso cui osservare il fenomeno che ha segnato la nascita del nuovo millennio, marchiando la cultura globale che sino ad allora si era nutrita di ottimismo e d'euforia. Le lenti sono la riflessione filosofica, la sociologia e la brand communication. L'oggetto dell'osservazione è il nuovo terrorismo globale: oggi uno dei fenomeni più discussi da stampa, analisti e accademici internazionali. Addirittura potremmo quasi parlare di una mutazione dell'esperto di terrorismo che, se fino a pochi anni fa si proponeva con un'immagine sobria, distaccata, talvolta triste, oggi invece s'è trasformato in una figura giovane, vitale e *cool*. Forse perché nel frattempo il

terrorismo stesso ha cambiato i propri registri e lo stile con cui comunicava la sua «missione». Ha iniziato a usare le tecniche più innovative della comunicazione visuale, dalla grafica alla post-produzione. Ha assoldato tra le sue file soggetti provenienti dalle sottoculture, in particolare dalle scene hip hop delle metropoli europee, con tanto di tatuaggi e di stili di vita estremi (come si vedrà nel penultimo capitolo). Certo, si dirà che la questione del terrorista come esempio di stile di vita non è nuova. Esisteva già negli anni Settanta ed era uno dei fattori pre-ideologici che spingevano intere generazioni verso una causa distruttiva e autodistruttiva. Un film come *La banda Baader Meinhof* di Uli Edel (2008), ha raccontato forse anche troppo romanticamente l'epopea di giovani bellissimi e pronti a tutto, insieme al processo di saldamento tra uno stile di vita estremo e un'ideologia totalizzante che si poneva come valore assoluto al di sopra della vita umana. Ma in quel caso permaneva ancora il criterio della coerenza logica, che difatti rendeva tale tipologia di terrorismo un fenomeno squisitamente moderno.

Oggi ogni coerenza logica è saltata, mentre all'ideologia si sostituisce la religione (a seconda dei punti di vista più o meno ideologizzata), che rende tali figure la rappresentazione quintessenziale della crisi e dell'impossibile ricerca d'identità dell'uomo post-moderno. Per questo motivo, come ha giustamente notato Gianfranco Marrone (2013), i loghi delle varie formazioni tendono quasi tutti ad assomigliarsi, reinterpretando un immaginario marziale, a suo modo rivoluzionario, ma comunque solido. Tuttavia, come vedremo meglio nel capitolo sul brand, il logo ISIS mostra alcune caratteristiche precise che lo distinguono all'interno della galassia di sigle del terrore. Sempre a detta di Marrone, «così come ogni brand lavora per eliminare ogni possibile divario fra l'identità di sé che tende a veicolare e l'immagine che ne viene percepita dal pubblico, analogamente i terroristi devono saper usare, coi kalashnikov, un po' di Illustrator e di Photoshop per gestire la comunicazione visiva del proprio gruppuscolo armato».

Un altro aspetto decisivo che discuteremo in questo libro è la centralità del consumo globale nell'epidemia di diffusione del nuovo terrorismo, unito alla già citata centralità del brand, da quando il consumo si è trasformato da processo materiale di uso/distruzione della merce a sistema cognitivo che sfrutta non solo la capacità d'acquisto ma la creatività stessa del consumatore. Come le marche della fase post-fordista, anche il

nuovo terrore estende il proprio perimetro d'azione sulla vita quotidiana di soggetti che mettono a disposizione la propria mente, il proprio corpo, il proprio vissuto, ai fini di una causa che condividono più o meno integralmente. Essendo il consumo la dimensione superficiale attraverso cui possono interagire con i valori profondi delle società democratiche occidentali (la libertà che diventa libertà di consumare e soddisfare desideri), essi mirano a colpire i luoghi del consumo non solo perché fanno più clamore ma anche per recidere il legame ambivalente che li lega a quel mondo.

Un altro tema chiave, da cui in realtà prende piede l'analisi più filosofica del fenomeno, è il rapporto tra estremismo islamico e tecnica. Seguendo la prospettiva di Emanuele Severino tenterò da un lato di approfondire la relazione inedita che s'instaura tra la visione del nuovo terrorismo e l'uso dei mezzi che esso ha a disposizione. La ragione tecnica è pertanto sufficientemente flessibile da entrare in contatto con la visione alternativa degli estremisti, ma è anche capace di essere piegata alle finalità di distruzione dei nemici dell'Occidente. Questi in vario modo trasformano la tecnica in un boomerang che si ritorce contro il suo stesso inventore. Legato a doppio nodo alla questione della tecnica c'è il nichilismo, termine usato oggi da politici e giornalisti per indicare il nuovo tipo di combattenti (*foreign fighter*, lupi solitari ecc.) e per sottolineare il fatto che la religione gioca un ruolo secondario rispetto alla potenza dell'abbaglio ideologico su queste tipologie di soggetti.

Una riflessione più attenta ci consentirà di capire che il nichilismo non è pura brama di devastazione al di là di qualsiasi orizzonte valoriale, ma è la quintessenza della ragione tecnica, ovvero quella che Remo Bodei discute come «la filosofia del limite» (Bodei 2016). La pulsione a oltrepassare ogni limite è difatti costitutiva della modernità occidentale. Quella che vediamo nella deriva estremista è in effetti la prosecuzione di tale filosofia che viene spinta al di là del pensabile, grazie all'immaginario orrorifico costruito dai comunicatori dell'ISIS. La stessa adesione alla causa da parte di giovani provenienti dalla sottocultura hip hop è in parte determinata da questa filosofia tipicamente occidentale che ricerca essenzialmente il superamento di ogni limite. Nonostante l'enorme utilità analitica del suo ragionamento sul rapporto tra modernità, nichilismo e globalizzazione, anche Bodei ricade in un certo *wishful thinking* di matrice liberale, volto a rilanciare la superiorità e l'apertura dell'Occidente

rispetto ai particolarismi che, secondo il filosofo, nascerebbero «infatti soprattutto all'interno dei popoli e dei gruppi che sono stati esclusi dal "banchetto dell'universalismo" e che perciò rifiutano o diffidano di un gioco in cui sono abituati a perdere sempre» (Bodei 2016). Ciò alimenterebbe anche il senso di colpa dell'Occidente, cavalcato sempre più da intellettuali e persone comuni, nel tentativo di compensare gli scompensi determinati più o meno direttamente dal proprio stile di vita. Molto più interessante ai fini di questo lavoro è il punto d'arrivo dell'analisi di Bodei, partita dalla riflessione sulla tecnica e sull'oltrepassamento del senso del limite, che giunge a considerare il nucleo di valori caratterizzanti l'Occidente, per concludere con la presa d'atto che il consumo è uno dei fattori chiave per comprendere il conflitto culturale che anima la fase avanzata della globalizzazione.

Uno dei motivi più forti dell'ostilità mostrata in diversi paesi nei confronti dell'Occidente non dipende tanto dalla sua professione del credo cristiano, quanto dal fatto che la diffusione dei suoi stili di vita (anche attraverso il cinema e a televisione) minaccia consolidate gerarchie sociali, mettendo, per esempio, in discussione il ruolo subordinato della donna. Il ruolo decisivo che il consumo e gli stili di vita rivestono nella dinamica d'espansione del nuovo terrorismo islamico sarà esaminato attraverso diversi modelli recuperati dalla sociologia, dall'antropologia e dalla semiotica delle marche. Una conoscenza più profonda, e meno velata da filtri ideologici su tale oggetto, offrirà al lettore un punto di vista alternativo e non schierato sull'annosa questione. Viviamo in un periodo paradossale, in cui da un lato spicca la centralità della geopolitica e della demografia come scienze solide capaci d'esaminare i fenomeni più rilevanti nel processo di globalizzazione, e dall'altro stenta a tramontare, anzi si fa sempre più decisiva, l'importanza strategica della comunicazione, che rappresenta di sicuro l'arma più potente nelle mani del nuovo terrorismo. Per questo, specialmente negli ultimi capitoli del libro, parleremo in modo più sistematico il rapporto tra il consumo, la cultura dell'immagine e l'infrastruttura produttiva gestita dallo Stato Islamico. Perché senza un approfondimento su tali processi ci può solo essere una comprensione parziale o inficiata del fenomeno che, più d'ogni altro, ha plasmato in modo prepotente l'immaginario del nostro tempo.