

MILANO Bruno Ballardini ha passato cinque mesi ad esaminare la sterminata produzione di video dell'Isis, a stretto contatto con i canali youtube del califfato. La conclusione: «L'Isis rappresenta l'11 settembre di internet, che ha rivelato tutta la sua vulnerabilità e la sua permeabilità alla propaganda. Pensavamo che ci avrebbe dato più democrazia, invece ha moltiplicato le possibilità di manipolazione». Ex pubblicitario e studioso della comunicazione, ha raccolto la sua analisi nel libro "Isis®. Il marketing dell'apocalisse", uscito da Baldini & Castoldi, e sostiene che se non ci fosse stato internet non ci sarebbe stato l'Isis. «Il terrorismo è fondamentalmente un atto di comunicazione. Le Brigate rosse usavano la televisione, l'Isis usa, bene, la Rete».

“L'11 settembre della Rete è il Califfato”

Deve essere stata dura esaminare quel materiale dell'orrore, qual è il palinsesto dell'Isis?

È un palinsesto complesso, che si rivolge a diversi destinatari: ci sono i video delle esecuzioni, dedicati a noi, per spaventarci, poi ci sono i video di reclutamento, rivolti ai potenziali foreign fighters che costituiscono il grosso della produzione, fino ai videogiochi per ragazzi che ricalcano Gran Theft Auto in chiave jihad. C'è grande tecnica, molta postproduzione. Hanno mezzi e strutture per realizzare

dei format rilanciati attraverso moltissimi canali da un esercito di hacker molto competenti.

Per un po' l'Isis è sparita dai nostri palinsesti. Lei accusa i media occidentali di non fare bene il loro lavoro.

Il problema è che nessuno lavora sul campo, sono pochissimi gli inviati e quindi l'informazione dipende dagli input esterni. Per esempio i video dell'Isis, che però non vengono esaminati in profondità come ho fatto io. Pochi hanno visto i famosi video delle esecuzioni se no saprebbero che il taglio della te-





Bruno Ballardini METRO

sta non si vede, tutto è molto costruito. Puro cinema. Solo in un caso viene mostrato tutto l'orrore, come risposta a chi sosteneva che fosse tutto finto.

Qual è il video che l'ha colpita di più?

Quello del giovane miliziano canadese, una sorta di promo per attirare combattenti, che racconta in prima persona come lui abbia abbandonato una bella vita per andare a combattere per la vera vita della jihad e viene seguito fino alla morte sul campo di battaglia. Come se lo storyboard fosse già scritto e

prevedesse la morte. Il vero orrore è questo.

Un'altra cosa che sottolinea è che nulla è come sembra: il gioco delle alleanze è ambiguo. Una guerra di marketing tra Occidente e Califfato sul cui fondo si muovono attori poco decifrabili, guerre per procura, eserciti mercenari.

Se torniamo indietro i talebani sono il frutto della strategia americana di inoculare cellule fondamentaliste in Afghanistan in funzione antisovietica, una sorta di ogm, come ha svelato la Clinton. Al Qaeda ha svolto una funzione analoga e l'Isis è combattuto con moderazione perchè serve a destabilizzare Assad, che è alleato della Russia. Nessuno poi parla dell'Arabia Saudita. Ambiguità in cui l'Isis prospera: la loro strategia è lavorare nel caos, dove già c'è, oppure crearlo. **PAOLA RIZZI**