

Istituto di Studi Militari Marittimi



TESI

IL SUCCESSO DELLA COMUNICAZIONE DEI TALEBANI IN AFGHANISTAN: COSA LI RENDE COSÌ EFFICACI NEL PROPRIO CONTESTO LOCALE.

C.C. (CP) PENCO Enrico

87° Corso Normale di Stato Maggiore

Anno Accademico 2021 – 2022

INDICE

1. INTRODUZIONE	1
2. L'AFGHANISTAN NEL XX SECOLO. IL MOVIMENTO ISLAMICO, DALLA NASCITA AL FONDAMENTALISMO	1
3. I TALEBANI AL POTERE (1996-2001). IL BRAND E LA COMUNICAZIONE POLITICA DURANTE IL PRIMO EMIRATO ISLAMICO DELL'AFGHANISTAN	2
4. L'INTERVENTO MILITARE DEGLI USA E DELLA NATO IN AFGHANISTAN CON FUNZIONE ANTITERRORISTICA FINO ALL'ACCORDO DI DOHA. DIFFERENZIAZIONE DELLA COMUNICAZIONE POLITICA DEI TALEBANI.....	3
5. DALL'ACCORDO DI DOHA AD OGGI: L'EFFICACIA DELL'OPERAZIONE DI REBRANDING DEI TALEBANI	5
6. CONCLUSIONI	8
BIBLIOGRAFIA.....	9

1. INTRODUZIONE

Un governo profondamente corrotto, milizie irregolari trasformate repentinamente in forze di polizia, assenza di alcun tipo di controllo sul loro operato, dilagante violenza usata sulla popolazione civile da parte sia delle forze governative che dalle milizie irregolari senza alcuna conseguenza, in spregio di qualsiasi forma di valore umano.

Questa è la narrazione del giornalista di guerra Fausto Biloslavo, ulteriormente confermata da un ufficiale afgano appartenente alle forze speciali governative che, non arresosi dopo la ritirata USA, è stato prelevato e accolto in Italia per le possibili ritorsioni che avrebbe potuto subire dai Talebani al potere. Le due interviste evidenziano, con estrema forza, l'elevatissimo grado di insicurezza con il quale la popolazione, da anni, si trova costretta a convivere e la difficile realtà in cui versa il paese.

Per comprendere la nuova ascesa dei Talebani al controllo dell'Afghanistan è necessario fare riferimento alla storia recente così da cogliere come alcuni aspetti politici, economici, religiosi e culturali abbiano influito sul loro ritorno al potere: infatti "Il contesto è fondamentale, soprattutto quando si tratta di capire l'ascesa e la caduta di organizzazioni complesse violente"¹.

Lo sviluppo della presente tesi, si prefigge lo scopo di evidenziare e analizzare come, nel contesto locale ed in determinate condizioni, le modalità di comunicazione dei Talebani si siano evolute rispetto alle condizioni storiche e politiche e, come negli ultimi anni, abbiano contribuito in maniera efficace e determinante alla riconquista del paese, peraltro con il consenso e il diffuso favore della popolazione. In altre parole, risulta essenziale far emergere come la disperata ricerca di sicurezza del popolo afgano abbia reso appetibile il *brand* dei Talebani.

2. L'AFGHANISTAN NEL XX SECOLO. IL MOVIMENTO ISLAMICO, DALLA NASCITA AL FONDAMENTALISMO

La popolazione afgana è costituita da una moltitudine di etnie con lingue e consuetudini differenti accomunate soltanto dall'Islam, la religione che, pur nelle diverse e contrapposte correnti presenti, sciita e sunnita, ha permeato la cultura, i costumi e la società afgana fino ai nostri giorni.

La storia del XX secolo mostra una evidente dicotomia sociale e culturale tra una minoranza intellettualmente attiva, in cui si diffondono ideali occidentali o comunisti, e una maggioranza rurale, conservatrice e profondamente legata alla religione, tra cui si diffonde l'integralismo islamico. Per tutto il novecento la monarchia si adoperò per modernizzare il paese: si aprì alla democrazia con la promulgazione di una costituzione liberale e intrecciò rapporti politici ed economici con i due blocchi che si fronteggiavano in piena Guerra Fredda. La contaminazione con culture differenti portò l'*élite* dominante afgana ad aprirsi a stili di vita più liberali, democratici ed emancipati che sollevarono l'ostilità del clero e della popolazione rurale.

Con il movimento globale del '68 anche gli studenti universitari afgani inseguirono ideali rivoluzionari, portando avanti istanze di rinnovamento e di cambiamento, sostenuti in questo anche dalla propaganda dell'Unione Sovietica che intendeva esercitare su questa regione un'influenza politica in funzione antiamericana. Agli studenti filooccidentali e comunisti si contrapposero i gruppi studenteschi islamici che, al pari dei religiosi e della popolazione rurale, ritenevano una minaccia le nuove ideologie che predicavano l'abbandono delle tradizioni.

¹ Benedetta Berti, *La fine del terrorismo. Oltre L'ISIS e lo stato di emergenza*, Mondadori, 2017, pag.6.

In un clima di instabilità sociale crescente, nel 1973, a seguito di un colpo di stato di nobili progressisti, cadde la monarchia e venne proclamata la Repubblica. Negli anni seguenti scoppiarono rivolte antigovernative da parte delle classi islamiche tradizionaliste che portarono, nel 1978, a un nuovo colpo di stato da parte di forze filosovietiche.

Nacque così nel paese una contrapposizione ideologica, caratterizzata da un confronto politico sempre più aspro, finalizzata ad abbattere il movimento islamico.

Preoccupata dal clima politico, nel 1979 l'Unione Sovietica invase militarmente l'Afghanistan. L'occupazione sovietica, invisa a tutta la popolazione, scatenò una *jihad*, un'insurrezione a livello nazionale contro "i nemici di Dio e gli invasori della patria". La ribellione si concretizzò in una resistenza armata da parte di combattenti, i *mujahidin*, appartenenti a tutte le fazioni religiose e a tutte le etnie del paese.

L'Afghanistan, scosso da un'ondata di inaudita violenza, vide una moltitudine di afgani costretti a rifugiarsi nel vicino Pakistan, in centri per profughi nei quali si riversarono anche gli islamisti per organizzare la resistenza: la lotta armata da parte del movimento islamico viene considerata l'unica possibile risposta ed è finalizzata a fondare in Afghanistan un sistema di governo islamico.

Animati da interessi politici ed economici, diversi stati esteri fornirono aiuti e risorse alle fazioni dei *mujahidin*. In particolare gli Emirati Arabi e l'Arabia Saudita intervennero con grandi risorse economiche da destinare in progetti di costruzione di scuole coraniche, le *madrasa*, dove i giovani afgani venivano indottrinati secondo ideologie religiose fondamentaliste e addestrati militarmente. I *mujahidin*, una volta armati, con tattiche di guerriglia ed una guerra di logoramento, riuscirono a riprendere progressivamente il controllo del territorio impegnando a fondo i sovietici, piegandone il morale, l'efficienza bellica e costringendoli, nel 1989, al ritiro delle proprie truppe.

Il governo marxista di Kabul rimase da solo a gestire un paese economicamente distrutto e lacerato dalle divisioni etniche ed ideologiche dei capi delle varie fazioni fondamentaliste e moderate dei *mujahidin* che, nel 1992, conquistarono Kabul e istituirono il nuovo Stato Islamico. Neppure il nuovo governo, espressione di entrambe le correnti religiose sciita e sunnita, riuscì a stabilizzare il paese poiché i "signori della guerra", in lotta armata fra di loro, lo trascinarono in una sanguinosa guerra civile.

A partire dal 1994 sulla scena politica si affacciarono i Talebani, gli studenti di teologia afgani provenienti dalle *madrase* pakistane, che, sdegnati dal comportamento dei capi *mujahidin*, intendevano pacificare il Paese attraverso l'istituzione di uno stato teocratico basato sulle leggi coraniche. I Talebani, grazie a sostegni finanziari di paesi stranieri che vantavano interessi economici e politici in quell'area, riuscirono a conquistare velocemente il controllo di buona parte del territorio e, nel 1997, fondarono l'Emirato Islamico dell'Afghanistan sotto il comando del mullah Mohammed Omar. Soltanto alcune regioni nel nord, riunite sotto il Fronte Islamico Unito per la Salvezza dell'Afghanistan, detta anche l'Alleanza del Nord, riuscirono a sottrarsi al controllo dei Talebani che rimasero al potere fino al 2001^{2,3,4}.

3. I TALEBANI AL POTERE (1996-2001). IL BRAND E LA COMUNICAZIONE POLITICA DURANTE IL PRIMO EMIRATO ISLAMICO DELL'AFGHANISTAN

L'azione del nuovo governo talebano sulla vita del popolo fu terribile e comportò una serie di restrizione alle libertà individuali, soprattutto delle donne. Infatti la "fede" talebana si ispira

² *Una terra ferita. Afghanistan: 20 anni dopo*, Episodio 1, dir. Mayte Carrasco, Marcel Mettelsiefen, Co-autore Lucio Mollica, Looks Film per Rai Documentari, 2020, Format TV

³ *Afghanistan. Storia: 2. Lo Stato afgano*, <https://www.treccani.it/enciclopedia/afghanistan/>

⁴ *Afghanistan. Storia*, <https://www.sapere.it/enciclopedia/Afghanistan.html>

a un'applicazione integrale e primitiva della *sharia*, contraria ad ogni rinnovamento e modernizzazione per vivere l'Islam secondo precetti arcaici considerati pii e puri⁵.

La musica, ogni tipo di svago e le fotografie furono bandite. Gli uomini dovevano portare la barba lunga, le donne dovevano indossare il *burqa* e non potevano né accedere all'istruzione, né lavorare, né uscire se non accompagnate da un uomo della famiglia. Nonostante le false rassicurazioni iniziali dei Talebani, che promettevano un governo di pace e stabilità sotto la legge islamica, si assistette a un imbarbarimento dei costumi e della cultura operato attraverso un'azione e una strategia comunicativa basata sulla propaganda del terrore e della repressione. Ne è un esempio l'esposizione pubblica, nel 1996, del corpo sezionato dell'ultimo Presidente della Repubblica dell'Afghanistan, Mohammad Najibullah.

Violenze, impiccagioni, lapidazioni, uccisioni sulla pubblica piazza furono strumento di repressione, apparentemente motivate da una retorica che faceva ampio ricorso alla morale religiosa. In realtà, simili azioni fanno parte di una strategia di comunicazione psicologica dove l'esempio e le condotte veicolano un messaggio incontrovertibile: aderenza rigida e indefessa all'islamismo integralista e alla *sharia* e totale avversione ai principi progressisti occidentali. Anche la creazione di nuove scuole coraniche e il proselitismo fra il clero che predica nelle moschee ed amplifica il messaggio talebano, rientrano nelle strategie della propaganda soprattutto a livello locale, poiché permettono di raggiungere tutta la popolazione, compresa l'ampia fascia poverissima ed analfabeta.

Il popolo afgano non ebbe più modo di accedere all'informazione libera né attraverso la stampa né attraverso i media esistenti. Venne praticata la censura e un controllo capillare su tutti gli organi di informazione: la radio, in quanto di capace di raggiungere anche le fasce della popolazione analfabeta, fu utilizzata per l'indottrinamento o per trasmettere gli editti dei *mullah* mentre la televisione ed i siti web vennero bloccati. Si assistette, invece, alla diffusione di volantini anonimi utilizzati per informare la popolazione o diffondere minacce e intimidazioni⁶.

D'altra parte i Talebani dopo anni di guerre, seppur con un governo feroce, riuscirono a riportare una parvenza di sicurezza nel territorio da essi controllato. Preservarono, infatti, anche in funzione politica e propagandistica, la tradizionale organizzazione clanica e tribale propria del Paese. Evitando sapientemente l'ingerenza nella struttura sociale, si raggiunse una condizione di apparente equilibrio tra tribù che gestirono autonomamente il mantenimento della sicurezza: gli episodi di banditismo, rapine e uccisioni ad opera di bande armate scomparvero. In una economia di mera sussistenza riprese il commercio, l'artigianato e l'agricoltura.

4. L'INTERVENTO MILITARE DEGLI USA E DELLA NATO IN AFGHANISTAN CON FUNZIONE ANTITERRORISTICA FINO ALL'ACCORDO DI DOHA. DIFFERENZIAZIONE DELLA COMUNICAZIONE POLITICA DEI TALEBANI

A seguito degli attentati terroristici del 2001 sul suolo americano, gli USA e la NATO, sostenendo e coinvolgendo l'Alleanza del Nord, intervennero militarmente in Afghanistan. Gli attacchi portarono al rovesciamento del governo talebano in quanto complice di Al Qaeda e di Bin Laden, simboli del terrorismo internazionale.

L'occidente supportò con uomini e mezzi la nuova Repubblica Islamica dell'Afghanistan: oltre ad operazioni prettamente militari come "*Enduring Freedom*" e "*International Security Assistance Force*", si adoperò anche in aiuti umanitari alla popolazione, in avvio di servizi sociali di base (istruzione, sanità, ecc...) e di ricostruzione economica e infrastrutturale del

⁵ Marco Braghero, *Afghanistan: la cultura come sfida per la ricostruzione*, Torino, Ega Editore, 2006.

⁶ Elisa Bertacin, *Le strategie comunicative del movimento talebano*, <https://www.difesa.it/SMD/CASD/IM/CeMiSS/Pubblicazioni/Documents/StratComunicMovimentoTalebano.pdf>

Paese. Sostenne, infine, la creazione di un apparato militare nazionale per la stabilizzazione e la pacificazione dell'area e la sicurezza della popolazione, unitamente alla fondazione di moderne istituzioni civili a sostegno di uno stato di diritto (operazione NATO "Resolute Support" che dal 2015 sostituisce la missione ISAF).

Sicuramente 20 anni di influenza occidentale hanno condotto a condizioni economiche mediamente migliori, con la possibilità per la popolazione di confrontarsi e di "contaminarsi" con un nuovo stile di vita orientato al progresso e alla libertà. Tali sforzi, sostenuti con ingenti risorse militari e finanziarie, sono stati vanificati da gravi fenomeni di inefficienza, clientelismo e corruzione che, in seno al governo afghano, diviso da differenze etniche, hanno ostacolato la nascita di un interesse nazionale e unitario⁷.

Ciò ha creato un forte sentimento di disillusione nella popolazione che sperava nella pacificazione e nel ritorno a una economia più fiorente.

La cattiva gestione delle risorse disponibili per la ricostruzione del Paese e il mal governo hanno fatto in modo che, già a partire dal 2005, i Talebani, nonostante la loro crudeltà, iniziassero a riprendere il controllo del territorio.

Soprattutto nelle aree periferiche, infatti, istituirono dei governi ombra assicurando ordine e giustizia. La popolazione rurale, oppressa da uccisioni arbitrarie, rapine e saccheggi nelle strade e nei villaggi, riprese a vivere e muoversi con sicurezza nelle aree controllate dai Talebani⁸.

Nonostante gli interventi a sostegno di una ricostruzione del sistema giudiziario che avrebbero conferito "piena e concreta legittimità non solo nell'ambito della comunità internazionale ma anche sul piano interno [...] nelle materie di propria esclusiva competenza sovrana"⁹, l'amministrazione governativa della giustizia rimase inefficiente e corrotta. Le questioni legali furono invece velocemente affrontate e risolte dai Talebani facendo ricorso alla *sharia* e alle consuetudini del *Pashtunwali*, il "Codice della vita" riferito a consuetudini in uso nelle tribù, e quindi più vicine alla cultura popolare.

I Talebani offrono dunque la prima forma di *brand*, presentandosi come portatori delle antiche tradizioni popolari di matrice islamica, assumendo così il ruolo di unici garanti della sicurezza, dell'ordine e della stabilità. In tale contesto si inserirono nei vuoti lasciati dallo Stato, garantendo la stabilità che i paesi occidentali e il governo afghano non erano riusciti a dare.

In questo periodo operano a livello locale su due fronti; il primo si fonda sulla tradizione e sui rapporti familiari e tribali mentre il secondo, a partire dal 2009, si avvale anche dei media per diffondere il proprio messaggio. L'obiettivo di entrambe le tattiche è persuadere le popolazioni locali ad unirsi alle loro fila.

Il proselitismo talebano si avvale anche di una grande operazione mediatica e sull'uso sapiente ed efficace dei media sia a livello internazionale che locale. Per convincere, richiamare a sé gli indecisi, offrire al panorama nazionale e internazionale la possibilità di conoscere i principi ispiratori della loro politica, il movimento talebano ha fatto ampio ricorso a internet e alla telefonia cellulare così da comunicare direttamente con la popolazione,

⁷ Francesca Manenti e Pierluigi Barberini, *Afghanistan 2001-2021: il futuro del paese tra disimpegno internazionale e processo di riconciliazione inter-afghano*, Osservatorio di politica internazionale, Centro Studi Internazionali, (173) Approfondimenti, Maggio 2021, <http://cesi-italia.org/articoli/1351/afghanistan-2001-2021-il-futuro-del-paese-tra-disimpegno-internazionale-e-processo-di-riconciliazione-inter-afghano>

⁸ European Asylum Support Office, *Informazione sui paesi di origine. Afghanistan: Strategie dei Talebani – Reclutamento*, Edizione Luglio 2012, <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/56e7e8ec-03f7-4529-9a7d-4f4bf97dfc27/language-it>

⁹ Montuoro Umberto, *Terrorismo Internazionale, Narcotraffico e Regole d'ingaggio*, Rivista Di Studi Politici Internazionali, Vol. 73, no. 3 (291) (2006): 360–64. <http://www.jstor.org/stable/42740495>, pag. 362

anche quella analfabeta. I filmati, le proclamazioni di propaganda riescono a informare la popolazione in tempo reale su episodi e fatti, strumentalizzandoli a favore della propria causa. Questi messaggi, tuttavia, offrono agli “spettatori” una prospettiva sicuramente distorta, priva di nessi di causalità e dunque non veritiera.

Con l'intento di screditare il governo e la Comunità Internazionale, alcune operazioni da essi condotte vengono filmate e diffuse per evidenziare le nefaste conseguenze sui civili e dipingere gli occidentali come apostati, infedeli, invasori, usurpatori della legittima autorità di autodeterminazione del popolo afghano. Un'ulteriore campagna comunicativa è stata eseguita con filmati tesi ad esaltare “la potenza e l'efficacia delle imprese militari” compiute dai combattenti talebani contro gli occidentali. È necessario osservare che gli “studenti coranici” hanno dato l'esempio di come utilizzare magistralmente, per la loro politica, una falsa e menzognera propaganda per arrivare ai “cuori” degli afghani. La componente psicologica ha infatti avuto un impatto fortissimo sulla popolazione locale spaventata e ferita dalle violenze della guerra¹⁰.

La comunicazione controllata e gestita dai Talebani, soprattutto nei contesti locali, ha amplificato il loro credo, utilizzando le lingue più diffuse nell'Afghanistan (dari, pashtu, hurdu), così da raggiungere il più ampio numero di persone possibile. Inoltre sui siti web è dato spazio anche a sezioni di letteratura e poesia della cultura popolare che inneggiano all'orgoglio, alla rabbia, alla resistenza: la persuasione fa leva dunque anche sull'inconscio e sull'irrazionale, richiamando contenuti ed argomentazioni di carattere emotivo le cui radici affondano in valori e usanze arcaiche. Ciò permette di conquistare la fiducia delle masse condizionandole sul piano intellettuale e morale, richiamando il consenso della popolazione soprattutto delle aree rurali spesso isolate ed estromesse dalla comunicazione e dalla gestione politica¹¹.

L'intervento statunitense a sostegno del nuovo stato afghano, dopo la fase iniziale, è stato allentato fino alla decisione di avviare il definitivo disimpegno dal teatro afghano. Le recenti trattative di Doha hanno favorito l'inesorabile e rapido sfaldamento della componente governativa.

5. DALL'ACCORDO DI DOHA AD OGGI: L'EFFICACIA DELL'OPERAZIONE DI REBRANDING DEI TALEBANI

L'accordo di Doha ha portato a un nuovo capitolo della strategia di propaganda dei Talebani tradottasi nella rioccupazione dei territori in tempi velocissimi. L'intervento successivo del presidente Biden, che annunciava il ritiro definitivo degli Americani e della NATO entro il 31 agosto 2021, ha fornito un'ulteriore accelerazione alla penetrazione nel territorio da parte dei Talebani avvenuta senza colpo ferire, anche grazie al sostegno di una efficace campagna mediatica.

Ciò che stupisce è come siano riusciti, in pochi mesi, a riconquistare il Paese con l'appoggio della popolazione e senza incontrare la resistenza dei circa 300.000 soldati addestrati dalla coalizione internazionale. Se è vero che le difficoltà logistiche hanno avuto un certo peso sulla resa dell'Esercito, le ragioni alla base della rapidità e della modalità di riconquista del Paese sono da ricercare in altri elementi altrettanto importanti.

È qui che si inserisce la loro macchina comunicativa che, tramite l'*information warfare* e la persuasione, ha fatto cadere il già debole apparato statale afghano filoccidentale¹².

¹⁰ European Asylum Support Office, *Informazione sui paesi di origine. Afghanistan: Strategie...* Op.cit.

¹¹ Elisa Bertacin, *Le strategie comunicative...* Op.cit.

¹² Francesco D'Arrigo, *Perché i talebani stanno vincendo la guerra dell'informazione*, <https://www.startmag.it/mondo/talebani-guerra-informazione/>, Settembre 2021

La presenza ventennale della coalizione internazionale ha favorito lo sviluppo di alcune infrastrutture strategiche fra cui la rete e la telefonia mobile. Sebbene le infrastrutture di rete presenti nel paese siano tecnologicamente inferiori a quelle dei paesi occidentali, attualmente esistono quasi 23 milioni di *smartphone* che per la ripresa di Kabul e la riconquista del Paese, si sono rivelati altrettanto potenti dei *kalashnikov*.

Per comprendere l'importanza conferita dai Talebani alla comunicazione per fini propagandistici, è sufficiente osservarli intenti a filmare l'ingresso e l'occupazione del Palazzo Presidenziale. Tuttavia, al momento, è possibile affermare che la guerra informativa da loro combattuta nell'ultimo ventennio ha portato alla variazione solo del mezzo, non dell'obiettivo.

La propaganda con i mezzi tecnologici si rivolge ad un pubblico vasto e variegato, utilizza contenuti e linguaggi accessibili e altisonanti con risultati e conseguenze sul *pathos*¹³. Vi è uno stretto rapporto con altri codici utilizzati (visivo e sonoro), anch'essi volti alla persuasione, come dimostrano video e foto apparsi sui siti Talebani. L'immagine e la musica, prima bandite, adesso accompagnano proclami, interviste e spiegazioni, assumendo talvolta il volto di *spot* pubblicitari e operando a livello occulto e/o subliminale per evocare i valori del regime: forza, efficienza, volontà incorruttibile e indefessa verso lo scopo¹⁴.

Emblematico è l'esempio della fotografia dove un manipolo di Talebani perfettamente equipaggiato all'occidentale pianta la propria bandiera sul territorio riconquistato, deridendo così l'iconica immagine dei *Marine* sull'isola giapponese di Iwo Jima nel 1945.

Parallelamente all'utilizzo delle immagini, i Talebani utilizzano per la comunicazione anche un'oratoria tesa al coinvolgimento emotivo. Plasmano il proprio linguaggio a seconda del destinatario del messaggio, mediante l'uso di espressioni che si rifanno alla tradizione religiosa islamica, a proverbi, espressioni, modi di dire della cultura popolare. Un simile adeguamento si riscontra anche in riferimento ai canali comunicativi utilizzati, incentrati sull'uso delle nuove tecnologie¹⁵.

L'evoluzione della strategia comunicativa, inoltre, ha subito soprattutto a partire dal 2015, un forte affinamento. Le brutali immagini e video di pubbliche esecuzioni, decapitazioni e fucilazioni, alle quali gruppi come Al-Qaeda e ISIS ci avevano abituati al fine di attirare il maggior numero di visualizzazioni possibili e diventare virali, hanno lasciato spazio a modalità comunicative decisamente più ponderate. Nonostante siano state commesse e filmate azioni violente, queste sono state diffuse raramente e solo per specifiche finalità di interesse locale, quale monito della sorte riservata alla popolazione e ai militari dell'esercito regolare che non si fossero arresi.

La diversificazione dei contenuti e delle modalità comunicative in base alla *target audience*, hanno rappresentato per i Talebani l'elemento chiave per l'avanzata finale. Tale atteggiamento, apparentemente progressista, sembra rappresentare per i Talebani, l'interiorizzazione del concetto per cui la guerra non si combatte solo con i fucili ma anche con le parole canalizzate mediante idonei mezzi di informazione. Inoltre, occorre porre l'attenzione su come il "marchio" e la sua riconoscibilità siano di vitale importanza per qualsiasi tipo di organizzazione e come il modo di plasmare il messaggio risulti determinante

¹³ Maria Rosa Capozzi, *I linguaggi della persuasione: propaganda e pubblicità*, Gentes, anno I numero 1 – dicembre 2014, pagg. 99-106, <https://www.unistrapg.it>

¹⁴ Autore non menzionato, *I Talebani si sono presi l'Afghanistan anche grazie ai social*, <https://www.ilpost.it/2021/09/06/talebani-social-network-comunicazione/>, 6 settembre 2021

¹⁵ *ibidem*

al pari del contenuto¹⁶. Diventa così essenziale mostrare gli equipaggiamenti sottratti alle forze occidentali per dimostrare l'inutilità dei venti anni di occupazione.

Questa consapevolezza, legata all'evoluzione e al progresso seppur minimo del Paese, è sfociata in una mitigazione del *brand* al fine di renderlo più appetibile sia per la popolazione locale che per la comunità internazionale, gettando le basi per una minuziosa e apparentemente riuscita operazione di *rebranding* che, tuttavia, potrà essere confermata solo con il tempo.

In particolare era necessario per gli "studenti coranici" distanziarsi dal passato sodalizio con Al Qaeda, cosa che hanno fatto mutando i propri simboli, ad esempio con la creazione della bandiera riportante la *Shahadah* su sfondo bianco anziché su sfondo nero.

Sul fronte della comunicazione mirata ad acquisire credibilità a livello internazionale, sono numerose le azioni poste in essere dai Talebani tese a dimostrare questo cambiamento. Vale la pena ricordare le più significative: interviste in diretta TV concesse a una giornalista donna in merito all'avanzata militare sulla capitale, le conferenze stampa per rassicurare la comunità internazionale in merito alla garanzia del rispetto dei diritti umani. Altri elementi di discontinuità con il passato sono rappresentati dalla modifica del nome del *brand* da Talebani a Emirato Islamico dell'Afghanistan nell'ottica di evidenziare la ricerca di unitarietà dello Stato afgano, e dall'atteggiamento disteso, talvolta sorridente, tenuto in occasione di alcuni incontri ufficiali.

Altro elemento di occidentalizzazione dei Talebani è stato il dotarsi di un responsabile alla comunicazione, da un lato al fine di creare contenuti univoci e dall'altro per mostrare la loro propensione al dialogo con gli altri stati, sebbene un tempo ritenuti infedeli. Hanno altresì indirizzato messaggi differenziati in relazione al destinatario locale o internazionale ma dal contenuto essenzialmente identico.

Anche sul fronte della comunicazione locale, finalizzata alla conquista del Paese, la strategia adottata è risultata sostanzialmente efficace e imperniata, paradossalmente, sul concetto di libertà. La narrazione dei Talebani si è concentrata sul fallimento dell'occupazione straniera, caratterizzata da elevatissimi livelli di corruzione e dall'incapacità di garantire la sicurezza. Anche l'utilizzo del *burqa* e l'*hijab*, vietati dall'oppressore straniero, è apparsa come una libertà che sarà nuovamente garantita. Da qui la narrazione dei liberatori del popolo oppresso per rendere la dignità perduta¹⁷.

La definitiva riconquista dell'Afghanistan da parte dei Talebani è avvenuta anche in seguito alla garanzia dell'amnistia a tutti i collaboratori degli occidentali, all'annuncio della grazia ai soldati che avessero depresso le armi senza combattere, all'assicurazione del rispetto dei diritti delle minoranze e delle donne. Questi proclami hanno portato al crollo quasi immediato di qualsiasi forma di resistenza e, allo stesso tempo, hanno offerto all'opinione pubblica locale ed internazionale un volto meno violento ed intransigente dei nuovi Talebani.

Inoltre, con le recenti trattative di Doha, i Talebani sono stati legittimati quali interlocutori "istituzionali", segnando l'inesorabile disfatta della componente governativa filooccidentale.

Alla luce di tutto quanto precede, i Talebani hanno conseguito un risultato strabiliante, riuscendo in ultima istanza ad avviare delle interlocuzioni internazionali con Cina, Iran e Russia, culminate persino con l'incontro con il ministro degli Esteri cinese Wang-Yi.

¹⁶ Benedetta Berti, *La fine del terrorismo. Oltre l'ISIS...* Op.cit.

¹⁷ Giacomo Natali, *La nuova comunicazione dei Talebani*, https://www.treccani.it/magazine/atlanter/geopolitica/La_nuova_comunicazione_Talebani.html, Agosto 2021

6. CONCLUSIONI

Nelle guerre asimmetriche l'informazione e la propaganda rappresentano un'arma davvero efficace per contrastare la superiorità militare e tecnologica del nemico, come ben dimostra la strategia della comunicazione adottata dai Talebani. Infatti, nonostante venti anni di sforzi bellici ed umanitari spesi dalla comunità internazionale nel tentativo di portare la democrazia in Afghanistan e sconfiggere il terrorismo internazionale, l'Emirato Islamico dell'Afghanistan è riuscito a ritornare al potere.

Sebbene sia complicato stabilire quantitativamente e con certezza il potere della propaganda talebana sugli esiti della riconquista del Paese, è possibile affermare come la stessa si basi su alcuni contenuti fondamentali. Occorre premettere che i gruppi armati non governativi trovano terreno fertile soprattutto dove lo Stato non riesce a garantire quei servizi minimi essenziali che, in alcuni casi, possono addirittura mettere in discussione l'esistenza di una società: l'Afghanistan rientra a pieno titolo nell'esempio richiamato.

La propaganda talebana, infatti, si è basata su elementi quali la corruzione del governo filoccidentale largamente percepita dalla popolazione, la mancanza di sicurezza, la carenza dei servizi essenziali per il cittadino e la più astratta narrativa ideologico-religiosa del combattimento contro gli invasori infedeli. Facendo leva sul sospetto che la popolazione rurale nutre nei confronti della "città", considerata corrotta e corruttrice perché sede di una vita sociale meno tradizionalista, si è dimostrato altrettanto importante il richiamo all'osservanza di stili di vita, usi e costumi propri della tradizione afghana.

La narrativa dell'inflessibilità, talvolta accompagnata dall'uso della violenza nel contesto locale per agevolare la riconquista del paese, non è altro che un modo di pubblicizzare la propria coerenza: "Noi siamo rimasti gli stessi, l'occidente non ci ha corrotti".

Sarà poi vero? Una risposta è complicata da dare.

Si è esaminato infatti che sul fronte esterno la comunicazione dei Talebani si mostra occidentalizzata per cercare riconoscimenti internazionali. Così si spiega la nomina di un addetto per la comunicazione del regime. Così si motivano i proclami di tolleranza sulle donne.

Pur con le dette eccezioni, va rilevato che in Afghanistan il *brand* occidentale si è mostrato poco adattabile e meno coerente, di contro quello talebano ha saputo legarsi al territorio, evolvere e mostrare i valori "islamici e tribali", fondamentali per il proprio auto sostentamento.

L'ennesimo caso in cui "la penna ha potuto più della spada".

BIBLIOGRAFIA

a. Libri

- Benedetta Berti, *La fine del terrorismo. Oltre L'ISIS e lo stato di emergenza*, Mondadori, Edizione 2017
- Marco Braghero, *Afghanistan: la cultura come sfida per la ricostruzione*, Torino, Ega Editore, 2006

b. Articoli di riviste

- Montuoro Umberto, *Terrorismo Internazionale, narcotraffico e regole d'ingaggio*, Rivista di Studi Politici Internazionali, Vol. 73, no. 3 (291) (2006)
- Maria Rosa Capozzi, *I linguaggi della persuasione: propaganda e pubblicità*, Gentes, anno I numero 1 – dicembre 2014

c. Internet

- *Afghanistan. Storia: 2, Lo Stato afgano*, <https://www.treccani.it/enciclopedia/afghanistan/>
- *Afghanistan. Storia*, <https://www.sapere.it/enciclopedia/Afghanistan.html>
- Elisa Bertacin, *Le strategie comunicative del movimento talebano*, <https://www.difesa.it/SMD/CASD/IM/CeMiSS/Pubblicazioni/Documents/StratComunicMovimentoTalebano.pdf>
- Francesco D'Arrigo, *Perché i talebani stanno vincendo la guerra dell'informazione*, <https://www.startmag.it/mondo/talebani-guerra-informazione/>, Settembre 2021
- Francesca Manenti e Pierluigi Barberini, *Afghanistan 2001-2021: il futuro del paese tra disimpegno internazionale e processo di riconciliazione inter-afghano*, Osservatorio di politica internazionale, Centro Studi Internazionali, (173) Approfondimenti, Maggio 2021, <http://cesi-italia.org/articoli/1351/afghanistan-2001-2021-il-futuro-del-paese-tra-disimpegno-internazionale-e-processo-di-riconciliazione-inter-afghano>
- Giacomo Natali, *La nuova comunicazione dei Talebani*, https://www.treccani.it/magazine/atlante/geopolitica/La_nuova_comunicazione_Talebani.html, Agosto 2021
- Autore non menzionato, *I Talebani si sono presi l'Afghanistan anche grazie ai social*, <https://www.ilpost.it/2021/09/06/talebani-social-network-comunicazione/>, 6.09.2021

d. Pubblicazioni

- European Asylum Support Office, *Informazione sui paesi di origine. Afghanistan: Strategie dei Talebani – Reclutamento*, Edizione Luglio 2012, <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/56e7e8ec-03f7-4529-9a7d-4f4bf97dfc27/language-it>

e. Filmografia

- *Una terra ferita. Afghanistan: 20 anni dopo*, Episodio 1, dir. Mayte Carrasco, Marcel Mettelsiefen, Co-autore Lucio Mollica, Looks Film per Rai Documentari, 2020, Format TV