

## Capítulo quinto

### Cómo contener a un califato virtual

Manuel R. Torres Soriano

#### Resumen

El propósito de este artículo es abordar los principales factores que explican el éxito propagandístico del Estado Islámico (o Dáesh) en Internet, con el objetivo de plantear recomendaciones sobre cómo contrarrestar su dimensión comunicativa. Se analizan las ventajas propagandísticas que aportan la movilización insurgente, cómo ha afectado el relevo generacional a su mensaje, su adaptación a un entorno virtual más hostil y la supuesta participación en actos de ciberterrorismo. En el apartado de propuestas se aborda el impacto de los ataques kinéticos contra su infraestructura propagandística, los efectos de las acciones de hostigamiento de la presencia terrorista en Internet, pautas para generar la movilización social contra el mensaje terrorista e ideas-fuerza para generar una contranarrativa eficaz.

#### Palabras clave

Internet, propaganda, insurgencia, terrorismo, radicalización, ciberseguridad.

**Abstract**

The purpose of this article is to address the main factors behind the propaganda success of the Islamic State (or Daesh) on the Internet, in order to make recommendations on how to counter its communicative dimension. This work analyzes the propaganda advantages provided by the insurgent mobilization, how the generational change has affected this message, how the group has adapted to a more hostile virtual environment, and its participation in acts of cyberterrorism. In the section on proposals, this work studies the impact of kinetic attacks on their propaganda infrastructure, the effects of actions of harassment of the terrorist presence on the Internet, guidelines to generate social mobilization against the terrorist message, and key ideas to generate an effective counter-narrative.

**Key words**

Internet, propaganda, insurgency, terrorism, radicalization cybersecurity.

## Introducción

El auge del Estado Islámico difícilmente puede entenderse sin prestar atención a la inteligencia con la que ha sabido gestionar su faceta comunicativa. El grupo ha prevalecido frente a otras organizaciones insurgentes en una lucha darwiniana por hacerse con uno de los recursos más escasos<sup>1</sup> en los conflictos actuales: la atención mediática internacional. Algo que le ha permitido seguir reclutando, obtener donaciones y presentarse como un desafío creíble frente a enemigos mucho más poderosos. Con una eficaz publicitación de sus victorias tácticas y un alarde ilimitado de brutalidad, el grupo ha conseguido proyectar una imagen de poder y ambición ilimitada. Ante los ojos de sus adversarios representa una amenaza sin parangón que justifica la adopción de medidas extraordinarias, las cuales son interpretadas por el Estado Islámico como la confirmación de la profecía que le llevará a la victoria tras la batalla final con los enemigos de Alá. Desde el prisma del islamismo radical, el grupo ha logrado erigirse en una especie de «caballo ganador» que no cesa de cosechar nuevas adhesiones y ha hecho realidad lo que hasta hace unos pocos años parecía impensable: fundar un proto-Estado de naturaleza yihadista y disputar el liderazgo carismático de Al Qaeda.

En la consecución de estos logros ha sido tan determinante el contenido del mensaje como la forma en la que este ha sido empaquetado y distribuido a una audiencia global. El Estado Islámico representa el punto más elevado de sofisticación y eficacia alcanzado por el terrorismo yihadista en su dilatada relación con las nuevas tecnologías de la información. Para conseguirlo, ha apostado por ensalzar e incrementar el prestigio de aquellos de sus miembros que se dedican a la «yihad mediática». A los responsables de la propaganda del grupo se les confiere el título de emires (al igual que sus equivalentes en las unidades militares) y se les da participación en el planeamiento de las operaciones armadas. A sus subordinados se les retribuye con salarios y privilegios mucho más elevados que los que se dedican a los meros combatientes<sup>2</sup>, los cuales ocupan un lugar secundario en una estrategia que gira en torno a la comunicación.

Los propagandistas de Dáesh se han comportado como alumnos aventajados, capaces de perfeccionar las principales aportaciones de Al Qaeda e innovar en ámbitos que hasta el momento habían sido ajenos a los grupos terroristas. Pero más allá de las aptitudes y destrezas de sus protagonistas, la propaganda del Estado Islámico es fruto del relevo generacional que se ha producido en el ámbito del yihadismo. Buena parte de sus responsables son verdaderos

---

<sup>1</sup> Lia, Brynjar. «The Islamic State (IS) and its Mediatized Barbarism», *New Middle East Blog*, march 14, 2015. Disponible en Internet: <https://newmeast.wordpress.com/2015/03/14/the-islamic-state-is-and-its-mediatized-barbarism/>.

<sup>2</sup> Miller, Greg, y Mekhennet, Souad. «Inside the surreal world of the Islamic State's propaganda machine», *The Washington Post*, november 20, 2015. Disponible en Internet: [https://www.washingtonpost.com/world/national-security/inside-the-islamic-states-propaganda-machine/2015/11/20/051e997a-8ce6-11e5-acff-673ae92ddd2b\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/world/national-security/inside-the-islamic-states-propaganda-machine/2015/11/20/051e997a-8ce6-11e5-acff-673ae92ddd2b_story.html).

«nativos digitales» que se mueven con absoluta normalidad en el nuevo entorno tecnológico de la comunicación y emplean los códigos propios de la subcultura de Internet, lo que les permite conectar con los segmentos más jóvenes de su audiencia. Un ejemplo gráfico de cómo el Estado Islámico ha sabido rentabilizar esta brecha generacional lo podemos encontrar en un «meme»<sup>3</sup> de Internet publicado por un partidario del grupo, donde junto a una fotografía de un gato que apoya la cabeza con gesto aburrido sobre un teclado de ordenador podía leerse: «Cuando estás acostumbrado a los vídeos del Estado Islámico y te encuentras un vídeo de cincuenta minutos de los Talibán con un Auto-Tune<sup>4</sup> *nasheed*<sup>5</sup>». Probablemente, buena parte de los «inmigrantes digitales» contra los que iba dirigido el mensaje no entendieron la broma.

El propósito de este capítulo es analizar los principales factores que explican el éxito propagandístico del Estado Islámico, con el objetivo de plantear una serie de recomendaciones sobre cómo neutralizar la faceta comunicativa de esta organización.

### Las ventajas del desbordamiento

El volumen de la actividad propagandística del Estado Islámico, en todo tipo de formatos, no tiene parangón en la historia general del terrorismo. Así, por ejemplo, en una sola semana de abril de 2015 difundió ciento cuarenta y un productos, de los cuales veinticuatro eran vídeos<sup>6</sup>. Para contextualizar estas cifras, basta con establecer una comparación con Al Qaeda, grupo que hasta la irrupción del Estado Islámico había demostrado ser la organización terrorista con una vocación más acusada hacia la comunicación. En el período comprendido entre 2000 y 2014, el grupo fundado por Osama Bin Laden difundió seiscientos veintiocho vídeos<sup>7</sup>. Si el Estado Islámico pervive el mis-

<sup>3</sup> El término «meme» se utiliza para describir una idea, concepto o situación ingeniosa representada de manera gráfica con la intención de que sea propagada de manera viral a través de Internet.

<sup>4</sup> Auto-Tune es un *software* comercial de procesamiento de audio que permite editar las inexactitudes y errores de la voz. El recurso a este programa se utiliza popularmente como un elemento para descalificar a aquellos cantantes que deben enmascarar sus voces reales para que aparezcan más afinadas.

<sup>5</sup> *Nasheed* es una palabra árabe traducible por «cantos». Designa a un tipo de música vocal sin instrumentación (la cual se considera prohibida por las versiones más literalistas del islam). Las letras de estas composiciones versan habitualmente sobre las creencias religiosas o la historia islámica, gozando de gran popularidad en el mundo musulmán. Los grupos yihadistas han hecho un amplio uso de esta música para incluir contenidos de carácter militante que alaban la yihad violenta o las virtudes de los combatientes islámicos.

<sup>6</sup> Zelin, Aaron. «Picture Or It Didn't Happen: A Snapshot of the Islamic State's Official Media Output», *Perspectives on Terrorism*, Vol. 9, n.º 4 (2015). Disponible en Internet: <http://www.terrorismanalysts.com/pt/index.php/pot/article/view/445/html>.

<sup>7</sup> Intelcenter. «Al-Qaeda's as-Sahab IntelCenter Database (ICD) Audio/Video Listing Report», 2014. Disponible en Internet: <http://intelcenter.com/reports/listing/aq-sahab/Intel>.

mo tiempo y mantiene su actual ritmo comunicativo dentro de catorce años habrá producido casi veinte mil vídeos.

Sin embargo, su excepcionalidad no se limita al número, sino sobre todo a la calidad de sus productos, especialmente los de carácter audiovisual. Los vídeos del Estado Islámico poseen una estructura narrativa atractiva que combina magistralmente la escenografía y el simbolismo de las imágenes. Su edición es plenamente profesional<sup>8</sup> y no descuida ningún aspecto, incluyendo el retoque digital, la ingeniería de sonido o el control de la iluminación. Tampoco ha desechado el poder movilizador de la música. Los *nasheed* de combate son una seña de identidad del grupo, el cual ha creado una unidad propagandística (Al-Ajnad Foundation) dedicada exclusivamente a la elaboración y difusión de este tipo de productos sonoros, la cual posee el mismo estatus e importancia<sup>9</sup> que el resto de unidades dedicadas a la producción de vídeos o textos. Estas producciones musicales originales, embellecidas con añadidos sonoros que reflejan el sonido de los disparos, explosiones, el coche de espadas o el galopar de los caballos, son incluidas a modo de banda sonora en sus vídeos más ambiciosos<sup>10</sup>, algunos de los cuales terminan convirtiéndose en verdaderos éxitos musicales, que llegan a ser empleados incluso por grupos rivales.

Esta extraordinaria productividad hubiese sido inalcanzable para una organización de naturaleza exclusivamente terrorista. Este tipo de grupos tienen una tendencia natural a integrar en su estructura solo a un número reducido de militantes<sup>11</sup>, algo que les permite operar con una mayor seguridad que las estructuras que movilizan a un número amplio de activistas. Estas últimas requieren una gestión burocratizada y procesos continuos de comunicación y control entre sus partes, lo que las hace poco aptas para operar en clandestinidad. El condicionante numérico tiene un enorme impacto en la capacidad de estas organizaciones para desplegar una actividad de comunicación pública eficaz. El tamaño del grupo de activistas en el cual los líderes deben reclutar es bastante reducido, lo que dificulta la posibilidad de ser selectivos,

---

Center-AQ-Sahab-AudioVideo-13Apr2014.pdf.

<sup>8</sup> Dauber, Cori E., y Robinson, Mark. «ISIS and the Hollywood Visual Style», *Jihadology*, July 6, 2015. Disponible en Internet: <http://jihadology.net/2015/07/06/guest-post-isis-and-the-hollywood-visual-style/>.

<sup>9</sup> Shemesh, M. «The Songs Of The Islamic State - A Major Tool For Reinforcing Its Narrative, Spreading Its Message, Recruiting Supporters», *MEMRI Inquiry & Analysis Series*, n.º 1179 (August 11, 2015). Disponible en Internet: <http://www.memrijttm.org/the-songs-of-the-islamic-state-a-major-tool-for-reinforcing-its-narrative-spreading-its-message-recruiting-supporters.html>.

<sup>10</sup> Schatz, Bryan. «Inside the World of ISIS Propaganda Music», *Mother Jones* (February 9, 2015). Disponible en Internet: <http://www.motherjones.com/politics/2015/02/isis-islamic-state-baghdadi-music-jihad-nasheeds>.

<sup>11</sup> Laqueur, Walter. *The New Terrorism. Fanaticism and the Arms of Mass Destruction*, London: Phoenix Press, 2001.

especialmente cuando el candidato debe reunir una serie de cualidades y competencias que no abundan en estos colectivos. Este condicionante numérico determina que la comunicación de los grupos terroristas quede contaminada por el sesgo personal de los escasos propagandistas con los que cuentan. A ello se suma la elevada autonomía de la que gozan por motivos de seguridad y la continua rotación que se produce en estas funciones, debido a que un buen número de ellos prefieren asumir otras tareas más relacionadas con el *ethos* del guerrero o ansían la vía del «martirio».

Que el Estado Islámico haya podido mantener esta frenética actividad con unos elevados parámetros de calidad se explica por su éxito a la hora de desbordar el ámbito organizativo del terrorismo, para convertirse en un movimiento insurgente con aspiraciones de estatalidad<sup>12</sup>. Esto le ha permitido ejercer control político sobre amplias extensiones de territorio sirio e iraquí habitadas por cientos de miles de personas, evitando así las limitaciones estructurales que caracterizan a las organizaciones terroristas en cuanto a su capacidad de generar recursos materiales y humanos. Por otro lado, el enorme caudal de voluntarios extranjeros le ha permitido incorporar en sus estructuras propagandísticas a un amplio número de militantes europeos en puestos de liderazgo<sup>13</sup>, los cuales han sabido proyectar en la acción propagandística un enfoque mucho más cercano a los gustos y preferencias occidentales.

El dominio del territorio también le ha proporcionado el acceso a infraestructuras y equipos profesionales de comunicación, como los que es posible encontrar en los estudios de televisión y productoras audiovisuales que han caído bajo su control. El acceso a equipamiento profesional ha sido complementado con el dominio coactivo sobre la población. El Estado Islámico no solo ha obligado bajo amenaza a médicos, ingenieros, técnicos, etcétera, a seguir desempeñando sus funciones bajo la nueva administración califal, también ha enrolado de manera coactiva a técnicos de imagen, sonido, iluminación y cualquier otra función relacionada con el tratamiento profesional de la comunicación. Así, por ejemplo, un desertor del aparato propagandístico relataba a un periódico norteamericano cómo la unidad en la que estaba adscrito (encargada de elaborar *Dabiq*, la principal publicación en inglés de la organización) contaba con más de cien miembros, entre los que figuraban numerosos ingenieros y expertos en informática<sup>14</sup>.

---

<sup>12</sup> Jordán, Javier. «Delimitación teórica de la insurgencia: concepto, fines y medios». En Jordán, Javier; Pozo, Pilar, y Baqués, Josep (ed.). *La seguridad más allá del Estado. Actores no estatales y seguridad internacional*, Madrid: Plaza y Valdés, 2011; García Guindo, Miguel. «El concepto de insurgencia a debate: una aproximación teórica», *Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*, vol. 12, n.º 1 (2013).

<sup>13</sup> Chulov, Martin. «Media jihad: why Isis's leaders bow to its propagandists», *The Guardian*, January 4, 2016. Disponible en Internet: <http://www.theguardian.com/world/2016/jan/04/media-jihad-why-isis-leaders-bow-to-its-propagandists>.

<sup>14</sup> Óp. cit. Nota 2.

Sus miembros no sufren la presión de tener que dedicar la mayor parte de su tiempo a la autoprotección, lo que les ha permitido crear grupos de trabajo estables que pueden reunirse presencialmente y coordinar sus actividades. El grupo ha estandarizado la calidad de sus productos mediáticos a través de cursos de entrenamiento específico, donde sus activistas reciben formación, no solo sobre los aspectos técnicos de los instrumentos que tendrán que utilizar, sino también con la estructura narrativa, el lenguaje visual o la repetición de determinadas señas de identidad de los productos audiovisuales procedentes del Califato. Este elevado nivel de institucionalización ha permitido que su acción comunicativa no se vea condicionada en cuanto a su calidad y nivel de actividad por la muerte o detención de sus responsables.

Las ventajas que proporciona el control territorial no acaban ahí, sino que este también ha permitido al grupo ejercer un cuasi monopolio sobre la información procedente de sus dominios. La posesión y utilización de dispositivos de grabación de fotografía y vídeo está restringida a los integrantes de las unidades de propaganda, cuyo trabajo debe ser supervisado antes de cualquier difusión pública. El grupo también impone amplias restricciones al acceso a Internet, al tiempo que compensa esta desconexión con una acción propagandística «tradicional», a través de proyecciones públicas de sus vídeos y de «puntos de información» que distribuyen manualmente material impreso, así como CD/DVD y memorias USB con los últimos lanzamientos de sus órganos de propaganda.

Su férreo control sobre la población presta una especial atención a la represión de aquellos individuos que tratan de evadir esta prohibición, publicando en Internet información que cuestiona las condiciones de vida dentro de las poblaciones gobernadas por los yihadistas. Una buena prueba de la importancia que el grupo confiere al monopolio de la información la podemos encontrar en sus acciones destinadas a extender esa coacción fuera de los límites del Califato. Así, por ejemplo, una de sus prioridades ha sido neutralizar las acciones del colectivo denominado “Raqqa Is Being Slaughtered Silently (*RBSS*), el cual se ha dedicado a publicar a través de una red de voluntarios anónimos, información y material gráfico sobre las atrocidades e incoherencias de *Dáesh*. El grupo terrorista no solo ha sido despiadado contra aquellos de sus miembros que han sido detectados en Siria, a finales de octubre de 2015 conseguía asesinar en territorio turco a dos destacados miembros de *RBBS*, los cuales serían decapitados como advertencia a posibles imitadores<sup>15</sup>, una acción que volvería a repetir dos meses después contra un director de cine sirio que también colaboraba con la organización desde este país<sup>16</sup>.

<sup>15</sup> Loveluck, Louisa (2015). «Islamic State critic found beheaded in Turkey», *The Telegraph*, october 30, 2015. Disponible en Internet: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/islamic-state/11965804/Beheaded-bodies-of-Syria-anti-Islamic-State-activist-and-friend-found-in-Turkey.html>.

<sup>16</sup> Osborne, Samuel. «Isis kills “Raqqa is Being Slaughtered Silently” activist in Turkey», *The Independent*, december 27, 2015. Diponible en Internet: <http://www.independent.co.uk/>

## El fondo y la forma

El flujo de combatientes internacionales que se han sumado a las filas del Estado Islámico demuestra una capacidad de movilización muy superior a la de cualquier otra organización terrorista a lo largo de la historia. Sin embargo, la causa que explica el renovado atractivo del yihadismo, solo de manera muy parcial, obedece a las supuestas innovaciones que el grupo habría aportado a la doctrina la ideología que respalda dicha causa. El Estado Islámico y Al Qaeda no solo comparten un mismo objetivo último (la instauración de un Califato global regido por la *sharia*), sino también el mismo cuerpo de argumentos y referentes para legitimar su recurso a la violencia. Las diferencias entre ambos residen en lo que denominan la «metodología correcta», la cual habría llevado a la antigua facción iraquí de Al Qaeda ha considerar que se cumplen todo los requisitos para instaurar en el actual momento histórico esta estructura política, con el objetivo de que vaya creciendo y extendiéndose sobre las diferentes poblaciones musulmanas hasta la victoria final<sup>17</sup>. Sin embargo, el grupo liderado por Ayman al-Zawahiri, a pesar de compartir el anhelo por instaurar el Califato, considera que la actual coyuntura hace inviable desde un punto de vista material el correcto funcionamiento y el cumplimiento de los fines de este gobierno islámico, lo que terminaría generando frustración entre los musulmanes. Por el contrario, los seguidores del Estado Islámico se encuentran imbuidos en visión apocalíptica de la realidad, que les lleva no solo a rechazar los planteamientos progresivos, sino también a asumir que el fin de los tiempos se encuentra cerca y, por tanto, es urgente implantar y extender el Califato para cumplir con los designios proféticos que anunciaron el triunfo final del islam sobre sus enemigos.

Resulta paradójico que el sentido de urgencia que propició este cisma en el movimiento yihadista tampoco es un rasgo novedoso dentro de la historia general de estas organizaciones. No es casual que buena parte de los precursores y el liderazgo original de Al Qaeda<sup>18</sup> (incluyendo Abdullah Azzam, Osama Bin Laden y Ayman al-Zawahiri) hubiesen compartido simpatías o militancia dentro de la organización islamista Hermanos Musulmanes<sup>19</sup>, con

---

news/world/middle-east/isis-kills-raqqa-is-being-slaughtered-silently-activist-in-turkey-a6787751.html.

<sup>17</sup> Bunzel, Cole. «From Paper State to Caliphate: The Ideology of the Islamic State», *The Brookings Project on U.S. Relations with the Islamic World-Analysis Paper*, n.º 19 (march 2015). Disponible en Internet: <http://www.brookings.edu/~media/research/files/papers/2015/03/ideology-of-islamic-state-bunzel/the-ideology-of-the-islamic-state.pdf>.

<sup>18</sup> Bergen, Peter. *Osama de cera: una historia oral del líder de Al-Qaeda*, Barcelona: Debate, 2007.

<sup>19</sup> En palabras de Mustafá Setmarián (Abu Musab al-Suri), uno de los más célebres ideólogos del movimiento yihadista: «El movimiento de Hermanos Musulmanes es ciertamente lo que podemos llamar el "grupo madre" que dio a luz a la mayoría de los movimientos políticos fundamentalistas e incluso algunos de los movimientos yihadistas en el mundo árabe y musulmán». Citado en «The Murtadd Brotherhood», *Dabiq*, n.º 14. Disponible en Internet: <http://jihadology.net/2016/04/13/new-issue-of-the-islamic-states-magazine-dabiq-14/>.

la cual terminarían rompiendo al considerar que sus planteamientos estratégicos, basados en el largo plazo y el activismo politicosocial, no solo eran acomodaticios con la situación de agresión en la que vivían los musulmanes, sino también ineficaz para conseguir la implantación final del Califato. Al Qaeda fue el fruto del radicalismo metodológico de la nueva generación de islamistas movidos por un acentuado sentido de urgencia. Este proceso de conflicto generacional se volvió a repetir décadas después, aunque en este caso dentro del seno del yihadismo. La nueva generación es más radical que sus predecesores y esto no solo les ha llevado a pensar que el planteamiento de grupo fundado por Bin Laden no se adecua a la realidad que les ha tocado vivir, sino también están viviendo el fin de los tiempos y la sucesión de las profecías sagradas. Esta cosmovisión apocalíptica, lejos de ser un rasgo específico de un pequeño grupo de fanáticos, tiene una buena acogida dentro de su audiencia objetivo. Según un estudio de opinión realizado en 2012 a la población musulmana de treinta y nueve países<sup>20</sup>, la mitad de los encuestados consideraban que durante sus vidas asistirían al comienzo del fin de los tiempos, de ahí que no nos deba extrañar que las referencias apocalípticas estén presentes en hasta un 48 por ciento de toda la propaganda elaborada por esta organización<sup>21</sup>.

Si bien las diferencias de fondo son escasas (a pesar de los diferentes intentos de un bando y otro de presentarse mutuamente como «desviados»), lo cierto es que la realidad cotidiana del Estado Islámico le permite abordar una variedad de temas mucho más amplia que los que Al Qaeda ha podido tratar a lo largo de sus más de veinte años de existencia. Bin Laden creó una organización dedicada casi exclusivamente al uso de la violencia terrorista, por tanto, sus mensajes han orbitado necesariamente sobre la justificación y apología del terrorismo. Sin embargo, el Estado Islámico es un movimiento insurgente que administra un proto-Estado, lo que le permite que su acción persuasiva pueda hacer uso de una variedad de temas mucho mayor. Este es un rasgo diferenciador que no ha recibido la suficiente atención desde Occidente, debido a que nuestra percepción de los temas que aborda la propaganda del Estado Islámico está desvirtuada por la sobreatención que reciben los productos elaborados en inglés. Sin embargo, este tipo de mensajes solo suponen un 7 por ciento<sup>22</sup> del total de su acción propagandística. La mayoría de sus mensajes están elaborados en árabe y es aquí donde podemos encontrar esta variedad de tonalidades.

<sup>20</sup> Pew Research Center. «The World's Muslims: Unity and Diversity», *The Pew Forum on Religion & Public Life* (august 9, 2012). Disponible en Internet: <http://www.pewforum.org/files/2012/08/the-worlds-muslims-full-report.pdf>.

<sup>21</sup> El-Badawy, Emman; Comerford, Milo, y Welby, Peter. «*Inside the Jihadi Mind: Understanding Ideology and Propaganda*», *the Tony Blair Faith Foundation* (october, 2015). Disponible en Internet: <http://tonyblairfaithfoundation.org/sites/default/files/Inside%20the%20Jihadi%20Mind.pdf>.

<sup>22</sup> Ver nota 6.

Es innegable que los vídeos que muestran una violencia extrema han sido clave para forjar la popularidad e imagen del grupo. Su deseo de magnificar el espanto causado por sus actos le ha llevado incluso a manipular las imágenes para dotarlas de una mayor espectacularidad. Así, por ejemplo, en un vídeo que recogía la decapitación en las playas de Libia de veintiún cristianos coptos de origen egipcio, el grupo aumentó digitalmente<sup>23</sup> la estatura de los verdugos vestidos de negro, frente a unas víctimas que aparecían aún más empequeñecidas en su sumisión. De igual modo, también generó digitalmente el efecto final hacia el cual iba dirigido este asesinato colectivo: el enrojecimiento de las aguas del mar Mediterráneo con la sangre de las víctimas, como justa venganza por la muerte de Osama Bin Laden y el abandono de su cuerpo en el mar. Como la sangre de más de dos decenas de personas no era capaz de enturbiar el color de millones de litros de agua del mar, el grupo generó (sin notificarlo al espectador) ese efecto digitalmente para que el simbolismo de las imágenes fuese coherente con el *leitmotiv* del vídeo.

A pesar de esa obsesión con dotar de un sentido estético a los actos más brutales de violencia, no podemos perder de vista tampoco cómo muchos de sus mensajes apelan a sentimientos positivos relacionados con la ayuda mutua, la protección de los más desfavorecidos o la lucha contra la corrupción moral y material. El Estado Islámico también ofrece un relato de vida alternativo capaz de capturar la imaginación de millones de musulmanes. La mitad<sup>24</sup> de la producción propagandística del grupo se empeña en proyectar la idea de que en el Califato se ha instaurado una verdadera utopía terrenal<sup>25</sup> auspiciada por los designios divinos. Los niños son felices y aprenden a ser buenos creyentes, las mujeres pueden caminar tranquilas por las calles, los guerreros descansan y se preparan para la batalla en un ambiente de hermandad y camaradería, y todos ellos pueden vivir como verdaderos musulmanes alejados del pecado. Su propaganda transmite la idea no solo de que en el aspecto moral se ha erradicado la corrupción y las influencias perniciosas a través de la acción de la *hisba*<sup>26</sup>, sino que las condiciones de vida de

---

<sup>23</sup> Zimmerman, Malia. «ISIS army of 7-footers? Experts say video of Copt beheadings manipulated», *Fox News* (february 21, 2015). Disponible en Internet: <http://www.foxnews.com/world/2015/02/21/isis-army-7-footers-experts-say-video-copt-beheadings-manipulated.html>.

<sup>24</sup> Winter, Charlie. «Documenting the Virtual "Caliphate"», *Quilliam Foundation*, October 2015. Disponible en Internet: <http://www.quilliamfoundation.org/wp/wp-content/uploads/2015/10/FINAL-documenting-the-virtual-caliphate.pdf>.

<sup>25</sup> Winter, Charlie. «The Virtual "Caliphate": Understanding Islamic State's Propaganda Strategy», *Quilliam Foundation* (July 2015). Disponible en Internet: <http://www.quilliamfoundation.org/wp/wp-content/uploads/publications/free/the-virtual-caliphate-understanding-islamic-states-propaganda-strategy.pdf>.

<sup>26</sup> Doctrina religiosa que sanciona el deber de los gobernantes de «imponer el bien y prohibir el mal» según los preceptos coránicos. El Estado Islámico (al igual que otros Estados de mayoría musulmana como, por ejemplo, Arabia Saudí) encomienda esas funciones a un organismo que actúa como «policía religiosa» para vigilar la moral de la población.

la población se han visto mejoradas como consecuencia de la instauración de una administración eficiente. Sus vídeos documentan cómo se recauda impuestos y cómo estos se emplean eficientemente permitiendo la apertura y mejora de los servicios públicos e infraestructuras.

### El ratón y el gato digital

El éxito propagandístico del Estado Islámico se ha visto facilitado por un contexto tecnológico propicio. Al igual que sucedió con Al Qaeda, la cual pudo lanzar varias páginas webs de carácter propagandístico, amparándose en el carácter novedoso y extravagante de la aparición de contenido terrorista en un Internet aún en estado embrionario. Los atentados del 11 de septiembre de 2001 forzaron un cambio de perspectiva sobre esta pujante presencia terrorista en el ciberespacio y las plataformas vinculadas al yihadismo empezaron a ser víctimas de ciberataques, o fueron «desenganchadas» de los servidores y servicios de Internet que hasta el momento habían alojado estos contenidos. El yihadismo *online*, al igual que sucedió con su presencia en el «mundo físico», adoptó una actitud de permanente adaptación a un entorno cada vez más hostil, lo que le llevó a explorar nuevas formas de mantener y propagar su mensaje en el ciberespacio. El esfuerzo inicial de Al Qaeda y sus afines se dirigió a buscar formas innovadoras de alojar en Internet sus páginas webs cada vez que estas eran descolgadas<sup>27</sup>. Cuando el esfuerzo requerido para mantener este incesante juego del ratón y el gato empezó a ser excesivamente gravoso, los grupos yihadistas desecharon su pretensión de mantener páginas webs oficiales y adoptaron nuevas formas de difundir su propaganda e interactuar con su audiencia a través de los foros de Internet, los cuales suponían aportar por una infraestructura mucho más horizontal, donde parte del esfuerzo recaería en una amplia comunidad de partidarios en Internet<sup>28</sup>. Aunque su existencia tampoco estuvo exenta de incidentes, consiguieron ser plataformas más estables para la difusión del mensaje radical, así como punto de encuentro entre la cibercomunidad yihadista internacional, lo que les convirtió en fuentes de información primaria para los servicios de inteligencia.

El auge del Estado Islámico coincide con la crisis de este tipo de plataformas. Aunque resultaban una opción más estable que las páginas webs tradicionales, sus administradores habían tenido que ir añadiendo progresivamente cada vez más medidas de seguridad para contener los continuos intentos

<sup>27</sup> Torres, Manuel R. «Maintaining the Message: How Jihadists Have Adapted to Web Disruptions», *CTC Sentinel*, Vol. 2 n.º 11 (november 2009), p. 22-24. Disponible en Internet: <https://www.ctc.usma.edu/wp-content/uploads/2010/08/CTCSentinel-Vol2Iss11-13-art7.pdf>.

<sup>28</sup> Torres, Manuel R. «The Dynamics of the Creation, Evolution, and Disappearance of Terrorist Internet Forums», *International Journal of Conflict and Violence*, Vol. 7 n.º 1 (2013), pp. 164-178. Disponible en Internet: <http://www.ijcv.org/earlyview/270.pdf>.

de infiltración y sabotaje de las mismas. Como consecuencia de ello, los foros se habían convertido en plataformas endogámicas que limitaban el visionado de sus contenidos a los miembros registrados, un estatus al que solamente se podía acceder mediante invitación de un miembro activo. Los foros empezaron a languidecer por la ausencia de renovación y la falta de actividad de sus miembros, pero sobre todo por la continua migración de sus miembros más jóvenes hacia las redes sociales por populares de Internet, las cuales no solo ofrecían un entorno de uso más atractivo y amigable, sino también la posibilidad de abarcar a una audiencia más amplia. La irrupción de Dáesh coincide con el debate en el seno del yihadismo *online* sobre si debe primar la seguridad de los ciberactivistas, por encima de la difusión del mensaje, o por si, por el contrario, debe abandonarse la zona de confort para que el mensaje llegue allí donde está su audiencia potencial. El Estado Islámico lo tuvo claro y apostó por desembarcar sin complejos en el terreno de las redes sociales más exitosas, aunque algunas de ellas tuviesen una naturaleza eminentemente visual y frívola, poco propicias para la difusión de largos alegatos y citas coránicas. Estas nuevas plataformas tenían además la ventaja añadida de facilitar el trabajo de los activistas que ejercían el trabajo de «ciberreclutadores» de nuevos miembros, debido al rastro público de preferencias, opiniones y fobias que dejan tras de sí sus usuarios. Este les permitía mapear a aquellos más receptivos a ser radicalizados<sup>29</sup>, como, por ejemplo, los seguidores de contenidos relacionados con los presos islamistas, los que mostraban actitudes hostiles contra los enemigos de las organizaciones yihadistas o ambigüedad sobre la violencia ejercida por estos grupos. Tras unos primeros contactos exploratorios en estas mismas redes sociales, se les anima a seguir la interacción en ámbitos más seguros, como los servicios de mensajería privada o conversaciones telefónicas a través de Internet. La actividad en redes sociales de los usuarios que ejercen de reclutadores y/o dinamizadores de los contenidos radicales no solo es mucho mayor que la del usuario medio, sino también permanente a lo largo de las diferentes franjas horarias, lo que hace posible que cualquier interesado pueda interactuar a cualquier hora del día con estos individuos, fomentando así un sentimiento de «intimidad a distancia» entre los potenciales captados, lo que favorece su progresiva implicación en la comunidad de partidarios de yihadismo en Internet<sup>30</sup>.

El inicio del conflicto en Siria supuso la eclosión de la presencia terrorista en redes sociales de Internet, un terreno que hasta el momento solo había sido ocupado por la iniciativa individual de simpatizantes, frente a la reticencia

---

<sup>29</sup> Berger, J. M. «Tailored Online Interventions: The Islamic State's Recruitment Strategy», *CTC Sentinel*, Vol. 8 n.º 10 (october 2015), pp. 19-24. Disponible en Internet: <https://www.ctc.usma.edu/posts/tailored-online-interventions-the-islamic-states-recruitment-strategy>.

<sup>30</sup> Berger, J. M. «The Metronome of Apocalyptic Time: Social Media as Carrier Wave for Millenarian Contagion», *Perspectives on Terrorism*. Vol. 9 n.º 4 (2015), pp. 61-71. Disponible en Internet: <http://www.terrorismanalysts.com/pt/index.php/pot/article/view/444/875>.

de la mayoría de las organizaciones yihadistas, las cuales desconfiaban de unas plataformas controladas por sus enemigos. Sin embargo, en algunas redes sociales existía el atractivo de una ventana de oportunidad, en forma de desidia a la hora de eliminar esos contenidos. Es el caso, por ejemplo, de Twitter, cuyos responsables, a diferencia de lo que sucedía en Facebook<sup>31</sup>, habían demostrado una elevada resistencia a suspender cuentas en función de su contenido. Esto dotaba a los perfiles yihadistas de Twitter de una mayor durabilidad que los creados en cualquier otra red social, lo que convirtió durante un considerable espacio de tiempo a esta red en un espacio predilecto para la divulgación de su mensaje de Dáesh.

La agresividad mostrada por este grupo terminó generando la reacción de aquellos que se vieron colonizados por el mensaje radical. A finales de 2014 Twitter se replanteó su filosofía de suspensión de cuentas, dedicando más recursos a agilizar el proceso de erradicación de este tipo de contenidos. Los perfiles «oficiales» de las principales organizaciones yihadistas fueron eliminados y cuando estas crean nuevas cuentas fueron rápidamente suspendidas, en ocasiones en cuestiones de unas pocas horas. Para paliar este efecto, el grupo optó por distribuir su propaganda a través de su red de partidarios en Twitter<sup>32</sup>, lo que generó el efecto no deseado de que los *fanboys* del yihadismo pasaran a convertirse en objetivos de este hostigamiento, lo que provocó la eliminación de cuentas que habían estado operativas sin contratiempo durante años. Este tipo de activistas, a pesar de no estar conectados formalmente con la organización o estar ubicados fuera de los escenarios de combate, han desempeñado por varios motivos<sup>33</sup> un papel protagonista en la red de distribución de propaganda del grupo. Por un lado, poseían las competencias lingüísticas que hacían posible traducir a otros idiomas y ampliar el alcance de este mensaje. Pero, sobre todo, disponían del tiempo suficiente para entablar conversaciones con otros internautas, a diferencia de lo que sucedía con las «cuentas oficiales», muchas de las cuales eran mecanismos unidireccionales de distribución de propaganda, de los que no cabía esperar ningún tipo de interacción. La disponibilidad permanente en Internet de estos voluntarios ha favorecido el proceso de «desmarginalización»<sup>34</sup> de muchos potenciales reclutas del Estado Islámico, los cuales no

<sup>31</sup> Greenberg, Julia. «Why Facebook and Twitter Can't Just Wipe Out ISIS Online», *Wired*, november 21, 2015. Disponible en Internet: <http://www.wired.com/2015/11/facebook-and-twitter-face-tough-choices-as-isis-exploits-social-media/>.

<sup>32</sup> Klausen, Jytte. «Tweeting the Jihad: Social Media Networks of Western Foreign Fighters in Syria and Iraq», *Studies in Conflict & Terrorism*. Vol. 38, n.º 1(2005) pp. 1-22.

<sup>33</sup> Carter, Joseph A.; Maher, Shiraz, y Neumann, Peter R. «#Greenbirds: Measuring Importance and Influence in Syrian Foreign Fighter Networks», ICSR, 2014. Disponible en Internet: <http://icsr.info/wp-content/uploads/2014/04/ICSR-Report-Greenbirds-Measuring-Importance-and-Influence-in-Syrian-Foreign-Fighter-Networks.pdf>.

<sup>34</sup> Gartenstein-Ross, Daveed, y Barr, Nathaniel. «The Social Science of Online Radicalization», *War on the Rocks*, october 29, 2015: Disponible en: <http://warontherocks.com/2015/10/the-social-science-of-online-radicalization/>.

han tenido que padecer el molesto efecto de sentirse aislados en su ámbito local y han podido compartir y reforzar sus creencias radicales a través de la interacción virtual con individuos situados en ocasiones a miles de kilómetros de distancia.

El Estado Islámico no ha renunciado a su presencia en esta popular red de *microbloging* y para ello ha empleado diversas fórmulas para intentar eludir esta ofensiva. Así, por ejemplo, ha sido habitual que este tipo de usuarios creen de manera simultánea múltiples perfiles que dejan inactivos a modo de reserva y a los que acuden cuando su cuenta principal ha sido suspendida, o incluso «donan» a otros usuarios que han perdido sus perfiles. Al mismo tiempo, han tratado de aminorar el problema de desorientación y desconfianza que se genera entre antiguos seguidores a través de la actividad de aquellas cuentas que siguen activas y que continuamente recomiendan y acreditan la veracidad de los nuevos perfiles que acaban de abrirse. Algunos perfiles se crean, de hecho, con este único propósito: el de servir de guía sobre las nuevas cuentas a las que seguir cuando los *followers* han quedado descolgados. A este tipo de cuentas se les denomina *baqiya*, una expresión en árabe traducible por «permanecer», y que forma parte de uno de los eslóganes que habitualmente utilizan los partidarios del Dáesh para sintetizar su estrategia: *baqiya wa tatamaddad* (permanecer y expandir)<sup>35</sup>.

El uso del argot bélico también se ha aplicado a otro tipo de estrategias como las de la apropiación fraudulenta de cuentas inactivas<sup>36</sup>, a las que se denomina *ghanima* (botín de guerra), las cuales se utilizan para seguir propagando contenido radical, aunque mantengan su historial de publicaciones y seguidores, por si esto ofrece algún tipo de protección contra las suspensiones.

La aceleración y automatización de los procesos de suspensiones ha llevado a estos usuarios a especular con la forma de engañar al algoritmo que podría estar utilizando Twitter para detectar los contenidos yihadistas. Así, por ejemplo, algunas cuentas se creaban utilizando como avatar fotografías de contenido «inofensivo» (presuntamente para despistar a los empleados encargados de supervisar las cuentas sospechosas). Del mismo modo, se ha intentado dificultar la identificación de estas cuentas a través del análisis de los perfiles que cada cuenta sigue. Para evitar que el sistema diese «positivo» ante perfiles que siguen de manera exclusiva cuentas identificadas como contenido terrorista, cuando estos nuevos perfiles se creaban

<sup>35</sup> Zelin, Aaron. «The Islamic State's model», *Monkey Cage - The Washington Post*, January 28, 2015. Disponible en: <https://www.washingtonpost.com/blogs/monkey-cage/wp/2015/01/28/the-islamic-states-model/>.

<sup>36</sup> Shiloach, Gilad. «ISIS Is Hijacking Western Twitter Accounts To Rebuild Terror Network», *Vocativ*, March 2, 2015. Disponible en Internet: <http://www.vocativ.com/world/isis-2/isis-twitter-accounts/>.

empezaban a seguir de manera indiscriminadas a perfiles de deportistas, artistas, medios de comunicación, etcétera, para generar una apariencia de normalidad.

Al mismo tiempo ha buscado otros espacios donde aún exista ese contexto de relativa impunidad que le permita aumentar el alcance de su mensaje. Ese ha sido el caso de Telegram, una aplicación de mensajería gratuita creada en 2013 por dos jóvenes hermanos rusos. A diferencia de su principal rival WhatsApp, nació como un proyecto sin ánimo de lucro basado en la filosofía del código abierto y está administrado por un grupo de voluntarios. A pesar de establecer su sede legal en Alemania, se considera un proyecto «apátrida» que no desea supeditarse a la jurisdicción de ningún Estado y que manifestaba su voluntad de no censurar ningún contenido publicado por sus usuarios. El 22 de septiembre de 2015, Telegram anunció la creación de una nueva funcionalidad llamada «canales»: listas de distribución de contenido que son administradas por su creador. El funcionamiento de este servicio fue descrito por algunos observadores como «Twitter con esteroides»<sup>37</sup>, ya que a las funcionalidades clásicas de Twitter se añadía la ausencia de límites no solo en la extensión del texto publicado, sino también en el formato y el peso de los archivos colgados. Poco tiempo después de la puesta en marcha de esta funcionalidad, el Estado Islámico había creado hasta doce canales distintos en múltiples idiomas, sin embargo, su presencia se había convertido en un elemento tan tóxico que, al poco tiempo, los responsables del servicio anunciaron una excepción a su política de no intervención, informando que habían suspendido todas las cuentas vinculadas con este grupo terrorista. Telegram se veía así forzada a seguir la estela de otros servicios de Internet, como la plataforma para publicar contenido de manera anónima Justpaste.it, que a pesar de hacer de la política de no injerencia su principal divisa tuvieron que revisar esta filosofía para purgar sus páginas de la nociva presencia del Estado Islámico<sup>38</sup>.

La agresividad del grupo ha ocasionado que cada vez le sea más difícil aprovechar esas ventanas de oportunidad tecnológicas, las cuales se cierran cada vez más rápido, lo que ha obligado a la organización a reinventar permanentemente su presencia en Internet para evitar el hostigamiento generalizado que experimenta en el ciberespacio.

<sup>37</sup> Torres, Manuel R. «El yihadismo *online* encuentra un nuevo refugio en Telegram», *GESI* (17 de noviembre de 2015). Disponible en Internet: <http://www.seguridadinternacional.es/?q=es/content/el-yihadismo-online-encuentra-un-nuevo-refugio-en-telegram>.

<sup>38</sup> Stalinsky, Steven, y Sosnow, R. «The Jihadi Cycle On Content-Sharing Web Services 2009-2016 And The Case Of Justpaste.it: Favored By ISIS, Al-Qaeda, And Other Jihadis For Posting Content And Sharing It On Twitter-Jihadis Move To Their Own Platforms (Manbar, Nashir, Alors.Ninja) But Then Return To Justpaste.it», *MEMRI Inquiry & Analysis Series*, n.º 1255 (june 7, 2016). Disponible en Internet: <http://www.memri.org/report/en/0/0/0/0/0/9239.htm>.

## La ciberyihad que no tendrá lugar

Entre los varios éxitos que cabe reconocer al Estado Islámico se encuentra su capacidad para asentar la percepción de que el grupo posee unas capacidades ofensivas muy superiores a los recursos que realmente tiene a su alcance. Uno de los ámbitos donde más acentuada se encuentra esta disonancia es precisamente en el campo del llamado ciberterrorismo. Dáesh ha utilizado la hipersensibilidad existente en las sociedades occidentales acerca del potencial uso del ciberespacio como instrumento para proyectar ataques terroristas. En los últimos años, se ha atribuido a la organización la realización de toda una serie de «ciberataques», los cuales supuestamente demostrarían no solo la determinación del grupo de utilizar este nuevo escenario tecnológico para llevar a cabo la yihad, sino también una supuesta competencia técnica que debería motivar nuestra alarma. Aunque esta visión ha gozado de una amplia acogida en los medios de comunicación, e incluso en un buena parte del sector gubernamental y empresarial, lo cierto es que estas conclusiones necesitan ser matizadas.

En primer lugar, se ha atribuido como procedente del Estado Islámico toda una serie de acciones protagonizadas por un amplio elenco de grupúsculos e individuos, los cuales a pesar de carecer de vinculación con esta organización terrorista emplean su simbología y material propagandístico en sus propias producciones, lo que contribuye a generar confusión<sup>39</sup> sobre el origen de estas acciones. De hecho, el Estado Islámico ha podido disfrutar de réditos propagandísticos incluso de acciones sobre las cuales existen fundadas sospechas sobre su naturaleza yihadista, es el caso, por ejemplo, del *hackeo* en abril de 2015 del canal de televisión francés TV5Monde, el cual interrumpió la señal de este medio durante dieciocho horas, y que a pesar de ser supuestamente reivindicado por el grupo Cyber Caliphate, se considera una operación de «falsa bandera» ejecutada por un actor de origen ruso<sup>40</sup>.

La mayoría de los incidentes registrados son obra de supuestos grupos de *hackers* de inspiración yihadista<sup>41</sup>, que suelen tener una duración efímera y

<sup>39</sup> Stalinsky, Steven, y Sosnow, R. «Hacking In The Name Of The Islamic State (ISIS)», *MEMRI Inquiry & Analysis Series*, n.º 1183 (august 21, 2015). Disponible en Internet: <http://www.memrijttm.org/hacking-in-the-name-of-the-islamic-state-isis.html>.

<sup>40</sup> Menn, Joseph, y Leigh, Thomas. «France probes Russian lead in TV5Monde hacking: sources», *Reuters* (june 10, 2015). Disponible en Internet: <http://www.reuters.com/article/us-france-russia-cybercrime-idUSKBN00Q2GG20150610>.

<sup>41</sup> Es el caso de diferentes «grupos» como, por ejemplo, los denominados: Islamic State Hacking Division, Team System Dz, Global Islamic Caliphate, FallaGa o Z Company Hacking Crew, etcétera. En abril de 2016 se anunció la fusión bajo el nombre de United Cyber Caliphate (UCC) de cuatro grupos preexistentes: Caliphate Cyber Army (CCA), Sons Caliphate Army (SCA), Ghost Caliphate Section y Kalashnikov E-Security Team.

que conciben sus acciones como una contribución espontánea<sup>42</sup> a la lucha que lidera el califa Ibrahim. Es el caso, por ejemplo, del grupo Ansar (partidarios) del Estado Islámico, los cuales difundieron un vídeo titulado «Mensaje a América desde el mundo virtual»<sup>43</sup> donde reivindicaba una serie de ataques de *defacement*<sup>44</sup> (contra objetivos de baja entidad), al tiempo que anunciaban que «la guerra electrónica no había hecho sino empezar».

El Estado Islámico no ha reconocido la vinculación formal con ninguna de estas iniciativas, lo que unido a la multiplicación de siglas, el uso indistinto de diferentes variantes de sus nombres y el solapamiento de individuos entre los diferentes grupos, ha generado una notable confusión sobre el alcance y la entidad de su vertiente cibernética<sup>45</sup>.

El bagaje operativo de Dáesh en el ciberespacio no solo es mucho más reducido del que habitualmente se cree, sino que además tampoco se diferencia ni en sofisticación, ni en impacto con el resto de actores no vinculados. Sus procedimientos más habituales se han reducido a la captura de contraseñas por ataques de fuerza bruta, el envío de correos electrónicos maliciosos con *malware* poco sofisticado, las inyecciones SQL y el uso de aplicaciones automatizadas de *hackeo*<sup>46</sup>. Se trata, por tanto, de una serie de procedimientos que se ubican en las capas más superficiales del *hacking* y que en ningún caso se podrían catalogar como «ciberarmas».

En los errores de percepción sobre la ciberamenaza que representa el Estado Islámico ocupa un lugar privilegiado el abuso al que se ha sido sometido el término de ciberterrorismo, el cual se emplea para designar a un amplio número de acciones que nada tienen que ver con el uso del ciberespacio como herramienta para proyectar violencia o producir un estrago en redes o infraestructuras. La mayoría de los ciberincidentes de inspiración yihadista pueden catalogarse de manera más correcta como *hacktivismo* (el activismo político a través del sabotaje o filtración de contenidos digitales), ya que su radio de acción se ha limitado al hostigamiento puntual de páginas

---

<sup>42</sup> King, Meg, y Grayson, Clary. «Confronting Terror-affiliated Hacktivists», *Wilson Center* (may 2015). Disponible en Internet: <https://www.wilsoncenter.org/publication/confronting-terror-affiliated-hacktivists>

<sup>43</sup> El vídeo puede visionarse en el siguiente enlace: <https://archive.org/details/MessageToAmericaMessageFromTheVirtualWorldandEuropeAustralia>.

<sup>44</sup> *Defacement* es una palabra inglesa traducible por «desfiguración». Dicho término se emplea en el ámbito de la informática para hacer referencia a la deformación o cambio producido de manera intencionada en una página web por un atacante que ha conseguido acceder de manera ilegítima a la gestión de la página.

<sup>45</sup> Alkhouri, Laith; Kassirer, Alex, y Nixon, Allison. «Hacking for ISIS: The Emergent Cyber Threat Landscape», *Flashpoint* (april 2016). Disponible en Internet: [https://www.flashpoint-intel.com/home/assets/Media/Flashpoint\\_HackingForISIS\\_April2016.pdf](https://www.flashpoint-intel.com/home/assets/Media/Flashpoint_HackingForISIS_April2016.pdf).

<sup>46</sup> THE GRUGQ. «Cyber Terrorists Can't Cyber Entering a skill free zone» *Medium* (January 1, 2016). <https://medium.com/@thegrugq/cyber-terrorists-can-t-cyber-144406a2d78b#tcc306ong>.

webs a través de los llamados ataques de denegación de servicio, un tipo de acción que dista mucho de poder calificarse como ciberterrorismo. Este tipo de acciones no solo no requiere ninguna sofisticación, sino que incluso puede ser llevada a cabo por aplicaciones automatizadas de acceso abierto, fácilmente utilizables por cualquier internauta. En ocasiones, estas acciones incluso han carecido por completo de un componente técnico, como ha sido el caso de aquellos sabotajes implementados a través de la obtención de las contraseñas de las páginas atacadas a través de «ingeniería social» o incluso el envío de mensajes amenazantes a las empresas que prestan el servicio de alojamiento virtual, para forzarlas a descolgar estos contenidos del ciberespacio.

La magnitud de los resultados obtenidos por esta supuesta ofensiva terrorista en el ciberespacio dista mucho de justificar el sensacionalismo con el cual se han recogido informativamente estos incidentes. Así, por ejemplo, un grupo supuestamente afiliado con el Estado Islámico y que se hacía llamar Cyber Caliphate Army (CCA) anunció enfáticamente a través de su cuenta de Telegram que se disponía a *hackear* el gigante tecnológico Google<sup>47</sup>. Poco tiempo después, el grupo anunciaba triunfal que había conseguido su objetivo. Sin embargo, la página que padeció el *defacement*, lejos de ser el principal buscador de Internet del planeta, resultó ser una pequeña empresa india llamada Add Google Online que se dedicaba a ofrecer a empresas locales sus servicios de mejora de posicionamiento en el popular buscador de Internet.

A pesar de que el tamaño y el control territorial otorga al Estado Islámico una importante ventaja comparativa con respecto a aquellas organizaciones que deben actuar forzosamente en un entorno de clandestinidad y sometidas a un hostigamiento continuo, el grupo se enfrenta a las mismas limitaciones que han impedido que hasta el momento el resto de grupos yihadistas hayan culminado un acto de «ciberterrorismo» en sentido estricto.

Así, por ejemplo, algunas de las proyecciones más alarmistas sobre la viabilidad del ciberterrorismo están basadas en el resultado de los ejercicios que algunas instituciones gubernamentales llevaron a cabo a finales de la década de los 90, con la intención de evaluar la seguridad de sus sistemas informáticos. La culminación de estos ejercicios fue posible por la capacidad estatal de poner en común equipos multidisciplinares con una elevadísima competencia y la posibilidad de operar de manera conjunta hacia un objetivo común. Cuando se utiliza el caso de troyano Stuxnet<sup>48</sup> como ejemplo de la capacidad destructiva de un «simple» programa informático, suele pasarse por alto la verdadera entidad de este ciberataque. La destrucción de las cen-

---

<sup>47</sup> Cuthbertson, Anthony. «ISIS Hackers Target the Wrong Google», *Newsweek*, march 1, 2016. Disponible en Internet: [http://www.newsweek.com/isis-hackers-target-wrong-google-431911?piano\\_t=1](http://www.newsweek.com/isis-hackers-target-wrong-google-431911?piano_t=1).

<sup>48</sup> Torres, Manuel R. «¿Es el yihadismo una ciberamenaza?», *Revista de Occidente*, n.º 406 (marzo 2015), pp. 20-34.

trifugadoras instaladas en algunas de las plantas nucleares iraníes requirió de un conocimiento profundo de los mecanismos que iban a ser atacados. El caso Stuxnet es obra de un equipo multidisciplinar que engloba a expertos de tareas tan diversas como la física nuclear y la ingeniería de un componente específico de los productos industriales comercializados por la marca Siemens, pero también de la obtención de inteligencia operativa, el reconocimiento de objetivos y la capacidad de insertar físicamente el programa dentro de una red de ordenadores que por seguridad permanecían aislados de Internet.

La disponibilidad del conocimiento especializado es tan escasa en los grupos terroristas como en el resto de la sociedad. A pesar de las proclamas de la propaganda yihadista, la cual cifra en miles los partidarios que estudian informática para poner a disposición de la lucha estos conocimientos, la realidad es que solo un número marginal de activistas han contado con una formación avanzada en informática o algún otro tipo de disciplina potencialmente útil para implementar un ciberataque complejo.

Frente a ellos, la Agencia de Seguridad Nacional (NSA) de Estados Unidos (por citar solo uno de los organismos occidentales con atribuciones en ciber-guerra) tiene en plantilla a más de mil matemáticos, novecientos doctores en diferentes disciplinas científicas y técnicas, y cuatro mil informáticos, lo cual supone la mayor concentración mundial de este tipo de *expertise* en una única organización.

A pesar de las percepciones populares, el uso ofensivo del ciberespacio no es una actividad exenta de costes económicos. Se estima que *Olympic Games* (nombre con el que se bautizó el programa estadounidense de acciones encubiertas en el ciberespacio contra el programa nuclear iraní) empleó un presupuesto de 300 millones de dólares y al menos tres años de trabajo hasta producir una ciberarma operativa. Hablamos, por tanto, de una inversión en tiempo y dinero que no todos los actores pueden afrontar.

A pesar de que el dinero, y el tiempo, no parecen afectar de la misma manera al Estado Islámico que al resto de organizaciones yihadistas, la barrera más importante para que un grupo terrorista pudiese completar el proceso de desarrollo de una ciberarma es la posibilidad de experimentar reiteradamente con el *software* desarrollado y evaluar su efectividad sobre objetivos reales. En el caso de Stuxnet, antes de su despliegue, había sido testado contra instalaciones nucleares experimentales situadas en Estados Unidos, las cuales habían sido dotadas de un equipamiento idéntico al existente en suelo iraní y configuradas de manera exacta al objetivo atacado.

Este es un límite difícilmente salvable, incluso en el supuesto de que el grupo quisiera hacer uso de herramientas que ya han sido desarrolladas y testadas por otros actores. Las ciberarmas son productos creados específicamente para operar contra un objetivo concreto y bajo unas condiciones singulares que difícilmente pueden encontrarse en otras víctimas. La «li-

beración» de ciberarmas y el conocimiento de su código por parte de otros actores no suponen necesariamente un peligro de proliferación. Un grupo terrorista que se hiciese con una copia de Stuxnet se encontraría con que no puede ser utilizado contra ninguna otra instalación nuclear del planeta, incluso aunque decidiese volver a emplearlo contra el objetivo para el cual fue creado sería igualmente inútil, ya que las autoridades iraníes (así como las de otros países) se apresuraron a parchear las vulnerabilidades que habían hecho posible la efectividad del troyano. Si bien es cierto que a través de ingeniería inversa puede obtenerse información útil sobre la arquitectura y la lógica de funcionamiento de este programa, se trata de un conocimiento que solo tiene utilidad para inspirar las futuras innovaciones de aquellos actores que poseen los recursos humanos y materiales mencionadas anteriormente.

Las limitaciones técnicas y logísticas de los actores no estatales son tan evidentes que es habitual que algunas previsiones sobre el ciberterrorismo estén basadas en la cuestionable certeza de que los terroristas estén inmersos en una curva de aprendizaje que les llevará de manera inevitable a sortear todos estos problemas.

Un escenario de colaboración en el ámbito cibernético entre el yihadismo y otro tipo de actores también plantea serias dudas sobre su viabilidad. Aunque es habitual que se especule con la posibilidad de que el terrorismo podría subcontratar estas capacidades en grupos de ciberdelincuencia, los cuales han demostrado una sofisticación técnica mayor, lo cierto es que estos últimos se enfrentan a las mismas dificultades logísticas y de capacitación. Parece poco probable que este tipo de organizaciones estuviesen dispuestas a abrir esa «línea de negocio» con las organizaciones terroristas. Aunque su motivación es el lucro económico, este tipo de grupos obtienen ganancias muy superiores a las que puede ofrecer el terrorismo, operando de manera transfronteriza a través de fraudes bancarios contra particulares, la extorsión y el robo y venta de datos a través de Internet. El crimen organizado es consciente de que la presión a la que se ven sometidos por parte de las agencias policiales y de inteligencia es infinitamente menor que a la que tendrían que enfrentarse si abandonan sus objetivos tradicionales y deciden convertirse en colaboradores de una organización terrorista.

Por otro lado, una organización jerárquica, como el Estado Islámico, tiene dificultades para establecer alianzas y colaboraciones con el submundo de la cibercriminalidad, el cual se mueve bajo lógicas y patrocinios estatales muy alejados del universo del yihadismo. A pesar de ello, estas limitaciones pueden ser aminoradas por el entorno de ciberpartidarios del grupo, el cual posee un mayor conocimiento de la intersección que se produce entre la subcultura *hacker* y el crimen organizado. Es el caso, por ejemplo, del contacto que se produjo entre el activista británico del Estado Islámico Junaid Hussain (Abu Hussain al-Britani), un miembro clave en la faceta cibernética de esta organización, y el *hacker* kosovar Ardit Ferizi, líder de un grupo denominado Kosova Hacker's Security. Ambos habían compartido en el pasado activismo en grupos como Annonymous y otra serie de plataformas motiva-

das por el *hacktivismo* antisistema<sup>49</sup>. El yihadista encargó al joven kosovar la obtención de un listado con información personal de militares y funcionarios estadounidenses, este le facilitó más de mil datos de contacto, los cuales fueron difundidos en Internet por la plataforma denominada Cyber Caliphate a modo de lista de objetivos a ser asesinados<sup>50</sup>. Aunque la obtención fraudulenta de estos datos es una acción de baja sofisticación, supone un precedente significativo de cibercolaboración entre el ámbito del yihadismo y actores motivados por el lucro criminal. Sin embargo, este episodio también es un ejemplo de cómo el radicalismo ideológico del yihadismo supone una importante limitación para que se produzcan estas sinergias. Uno de los principales activos del británico Junaid Hussain era su red de contactos en el subcultura *hacker*, la cual había sido tejida cuando formaba parte del colectivo TeaMpOisoN, cuyas actividades (como el *hackeo* al primer ministro Tony Blair) le habían llevado a la cárcel. A pesar de su deseo de implicar a sus antiguos camaradas con el «Cyber Caliphate» la inmensa mayoría no mostró ningún tipo de simpatía por el extremismo del Estado Islámico. El kosovar Ferizi fue uno de los pocos que no le dio la espalda, sin embargo, su pobre diligencia técnica ocasionó que, poco tiempo después de esta colaboración con los yihadistas, fuese fácilmente identificado y detenido.

### Cinco vías para debilitar la acción propagandística del Estado Islámico

1) *Lo «kinético» importa*. La ventaja propagandística del Estado Islámico se sustenta en una serie de edificios, redes de comunicación, equipamientos y recursos humanos que pueden ser neutralizados por medios militares. A diferencia de los grupos terroristas que se mueven en la clandestinidad, el volumen de los recursos dedicados a esta tarea hace que los centros de producción propagandística estén ubicados en edificios susceptibles de ser atacados desde el aire. Así, por ejemplo, el periódico *The Washington Times* citaba una fuente anónima del Pentágono que reconocía que Estados Unidos llevaba tiempo recabando datos sobre los múltiples centros de producción de propaganda de Dáesh (generalmente ubicados en áreas residenciales), pero que por el momento había preferido no atacarlos por miedo a los daños colaterales de estos ataques<sup>51</sup>.

<sup>49</sup> Murphy, Lorraine. «The Curious Case of the Jihadist Who Started Out as a Hacktivist», *Vanity Fair*, december 15, 2015. Disponible en Internet: <http://www.vanityfair.com/news/2015/12/isis-hacker-junaid-hussain>.

<sup>50</sup> US District Court for the Eastern District of Virginia (2015) «United States of America v. Ardit Ferizi» Criminal Complaint - Case no. 1:15-MJ-515 (2015). Disponible en Internet: <http://www.justice.gov/opa/file/784501/download>.

<sup>51</sup> Taylor, Guy. «U.S. has mapped ISIS hiding spots, but won't launch strikes for fear of civilian deaths», *The Washington Times*, december 14, 2015. Disponible en Internet: <http://www.washingtontimes.com/news/2015/dec/14/us-has-mapped-isis-propaganda-centers-but-wont-lau/?page=all>.

Si esta infraestructura queda fuera de la acción armada contra la organización, el Estado Islámico puede seguir proyectando una imagen de fortaleza y éxito, aunque vaya acumulando derrotas y perdiendo control territorial. Aunque es lógico y deseable que la aversión a causar víctimas inocentes oriente las decisiones sobre el uso de la fuerza, es un error que en el caso del ataque a infraestructuras propagandísticas se emplee una menor tolerancia al riesgo que cuando se actúa contra combatientes. La capacidad de reemplazar a militantes que cuentan con habilidades propagandísticas es más reducida que en el caso de los combatientes sin cualificación, lo cual puede terminar afectando no solo al volumen de la propaganda, sino también a su calidad y, por tanto, a la imagen que el Estado Islámico proyecta hacia el resto del mundo.

2) *El que resiste, gana.* En el ámbito del contraterrorismo existe la presunción de que las acciones dirigidas a eliminar el contenido terrorista de Internet son inútiles, debido a la facilidad con que esos materiales pueden ser nuevamente replicados en la red. No quedaría, por tanto, más opción que contemplar con resignación cómo estos contenidos estarán siempre disponibles para cualquier interesado en su consumo. La única opción disponible sería poner en marcha medidas imaginativas para paliar el impacto pernicioso de estos vídeos, textos y audios que promueven la violencia. Sin embargo, existen datos que nos indican cómo una política activa de eliminación de estos materiales resulta eficaz para reducir el alcance del mensaje terrorista. La clave no es erradicar en su totalidad estos materiales, sino dificultar su accesibilidad entre potenciales interesados. El público al que va dirigido el mensaje terrorista tiene las mismas limitaciones que cualquier internauta a la hora de abordar la inmensidad de contenidos disponibles en Internet. Todos debemos recurrir a las mismas herramientas y servicios que indexan, aglutinan y seleccionan aquellos contenidos que aparentemente tienen más relevancia para nosotros, lo que hace que la inmensa mayoría de los internautas se mueva exclusivamente en las capas más superficiales y accesibles del ciberespacio. Esto reduce notablemente el radio de acción hacia donde debe dirigirse las acciones ofensivas contra los contenidos radicales, ya que todos aquellos otros materiales fuera del alcance de buscadores, repositorios digitales y redes sociales más populares puede vegetar indefinidamente sin que sean detectados por ningún internauta.

Una vez que las páginas o cuentas que seguían dejan de estar operativas no todos los seguidores del mensaje radical poseen el compromiso y la constancia para realizar el esfuerzo de buscar la nueva ubicación o fuentes sustitutivas. Este fue el caso, por ejemplo, de los foros yihadistas de Internet, los cuales iban perdiendo usuarios registrados cada vez que estas plataformas sufrían una caída temporal<sup>52</sup>. En el caso de las redes sociales de Internet

---

<sup>52</sup> Ver nota 28.

se repite el mismo patrón. Así, por ejemplo, en Twitter<sup>53</sup>, cada vez que se produce una suspensión se degrada la red de seguidores de esa cuenta, ya que cuando los perfiles son nuevamente abiertos con otras denominaciones estos son incapaces de atraer a un número de seguidores similar a la cuenta desaparecida. Se calcula que algunas de las cuentas más influyentes han sido incapaces de recuperar entre un 75-85 por ciento de sus seguidores originales<sup>54</sup>. Estos efectos depresivos no se limitan a la audiencia de este mensaje, sino también a los responsables de su difusión. Si bien es posible detectar cómo muchos de los afectados por este hostigamiento tratan de hacer alarde de la inutilidad de estas acciones<sup>55</sup>, incluyendo, por ejemplo, el número de veces que han sido suspendidos en sus «biografías» en redes sociales, a modo de «medallas de guerra». Lo cierto es que un buen número de ellos terminan desistiendo tras sufrir reiteradamente estas suspensiones o buscan formas alternativas de ciberactivismo que suelen ser menos eficaces. Si tenemos en cuenta, además, que el grueso de los contenidos que se replican y propagan en redes sociales tiene su origen en un reducido número de usuarios hiperactivos<sup>56</sup>, el objetivo de reducir sensiblemente el volumen y la accesibilidad de la propaganda yihadista en Internet es un objetivo realista.

3) *Implicar a la mayoría silenciosa.* La durabilidad y difusión del mensaje de Dáesh depende de una amplia red de simpatizantes que acometen tareas tan útiles como las de replicar y ampliar el alcance de los contenidos que el grupo elabora. Las iniciativas de esta red de voluntarios permite multiplicar las capacidades del Estado Islámico, otorgando a su mensaje una fortaleza que no podría alcanzar por sus propios medios, lo que ha llevado al grupo a elogiarlos como los «caballeros de las subidas»<sup>57</sup>. A mediados de 2014 se estimaba que el volumen de este «batallón mediático» podía alcanzar

<sup>53</sup> Berger, J. M., y Perez, Heather. «The Islamic State's Diminishing Returns on Twitter: How suspensions are limiting the social networks of English-speaking ISIS supporters», *Occasional Paper GW Program on Extremism* (february 2016). Disponible en Internet: [https://cchs.gwu.edu/sites/cchs.gwu.edu/files/downloads/Berger\\_Occasional%20Paper.pdf](https://cchs.gwu.edu/sites/cchs.gwu.edu/files/downloads/Berger_Occasional%20Paper.pdf).

<sup>54</sup> Berger, J. M. «Making CVE Work. A Focused Approach Based on Process Disruption», *ICCT Research Paper* (may 2016). Disponible en Internet: <http://icct.nl/publication/making-cve-work-a-focused-approach-based-on-process-disruption/>.

<sup>55</sup> Dissanayake, Sara. «Wilayat Twitter and the Battle against Islamic State's Twitter Jihad», *VOX-Pol Blog*, november 11, 2015. Disponible en Internet: <http://voxpath.eu/wilayat-twitter-and-the-battle-against-islamic-states-twitter-jihad/>.

<sup>56</sup> Berger, J. M., y Morgan, Jonathon. «The ISIS Twitter Census. Defining and describing the population of ISIS supporters on Twitter», *The Brookings Project on U.S. Relations with the Islamic World Analysis Paper*, n.º 20 (march 2015). Disponible en Internet: [http://www.brookings.edu/~media/research/files/papers/2015/03/isis-twitter-census-berger-morgan/isis\\_twitter\\_census\\_berger\\_morgan.pdf](http://www.brookings.edu/~media/research/files/papers/2015/03/isis-twitter-census-berger-morgan/isis_twitter_census_berger_morgan.pdf).

<sup>57</sup> Cottee, Simon. «Why It's So Hard to Stop ISIS Propaganda», *The Atlantic*, march 2, 2015. Disponible en Internet: <http://www.theatlantic.com/international/archive/2015/03/why-its-so-hard-to-stop-isis-propaganda/386216/>.

los tres mil usuarios, que actuaban coordinadamente para impulsar campañas mediáticas en redes sociales de Internet. Debido a que es poco realista considerar que ningún actor estatal realice un esfuerzo presupuestario suficiente para movilizar a un número similar de agentes dedicados en exclusividad a esta tarea, un enfoque alternativo sería, precisamente, el de replicar este modelo, incentivando a los internautas a que adopten el rol de activistas en contra del mensaje yihadista. Este enfoque basado en la descentralización y el fomento de la iniciativa individual es lo que inspiró, por ejemplo, el programa lanzado por el Departamento de Estado norteamericano denominado *Peer-to-Peer (P2P) Challenging Extremism*<sup>58</sup>, en el cual se pretende apoyar e incentivar a los universitarios de cualquier país para que elaboren campañas informativas en redes sociales que desafíen el mensaje radical.

Si bien no es una tarea fácil, debido a la dificultad de replicar el «modelo fan» que se aprecia en las redes de apoyo al mensaje yihadista, podría espolearse la activación de esas iniciativas individuales o grupales a través de una combinación de incentivos selectivos y de reducción de los costes personales del activismo. En el primer caso, puede premiarse a través de reconocimientos públicos o incluso de retribuciones materiales a aquellos activistas que ejerzan un liderazgo en la generación y mantenimiento de esas redes. En el segundo caso, el objetivo es reducir el esfuerzo que deben acometer los internautas que parten de un bajo nivel de implicación a través de la elaboración del material audiovisual, las consignas, o lo relatos, cuyo alcance ellos se encargarán de amplificar. En este cometido, juega un importante papel la red de fundaciones, *think tanks* o iniciativas públicas que en los últimos años se han creado con el objetivo de neutralizar la narrativa yihadista. Una interesante iniciativa en esta línea ha sido protagonizada por la institución británica Institute for Strategic Dialogue, la cual creó una web<sup>59</sup> didáctica cuya finalidad era promover que la sociedad civil crease sus propias campañas de contranarrativa. En esta página puede encontrarse abundante información sobre buenas prácticas, estudios de caso, tutoriales, herramientas para la creación de contenido y toda una serie de información útil que reduce la incertidumbre y el esfuerzo de aquellos individuos o grupos que desean asumir un rol activo en la lucha contra el mensaje terrorista.

4) *Generar ruido*. El elevado perfil mediático del Estado Islámico y su éxito en redes sociales ha generado en el sector gubernamental la necesidad de responder en ese mismo nivel. En estos últimos años han proliferado, desde diferentes países y de distintos niveles gubernamentales, múltiples iniciativas públicas y privadas que pretenden confrontar el mensaje yihadista denunciando sus incoherencias y la brutalidad de sus acciones. La variada

---

<sup>58</sup> Drennan, Justine. «Making “Countering Violent Extremism” Sound Sexy», *The Cable-Foreign Policy*, June 4, 2015. Disponible en Internet: <http://foreignpolicy.com/2015/06/04/making-countering-violent-extremism-sound-sexy-islamic-state-social-media/>.

<sup>59</sup> <http://www.counternarratives.org/>.

procedencia de estos proyectos y las distintas premisas que orientan esa acción comunicativa suponen un problema añadido, ya que se ha tratado de incidir en una misma audiencia desde enfoques diferentes e incluso contrapuestos<sup>60</sup>. Reino Unido fue pionero en este sentido a través de la puesta en marcha en 2007 del plan gubernamental «Prevent» y tras auspiciar la creación de la Fundación Quilliam<sup>61</sup>. En 2011, Estados Unidos se sumaría formalmente a este tipo de enfoques a través de la creación del Center for Strategic Counterterrorism Communications (CSCC), una pequeña unidad gubernamental que concitaría una gran atención mediática debido a iniciativas tan arriesgadas como las de confrontar directamente (los medios lo catalogarían como «troleo»<sup>62</sup>) a los yihadistas en redes sociales, así como por su popular campaña *Think Again Turn Away*, dirigida a provocar el desencanto entre los musulmanes que estaban barajando la posibilidad de viajar a Siria/Iraq para unirse a la lucha yihadista. El Gobierno norteamericano también ha convocado a los ejecutivos de Hollywood<sup>63</sup> y a los directivos de las principales empresas de las tecnologías de la información<sup>64</sup> para intercambiar opiniones sobre cómo combatir la narrativa terrorista. En 2015 se sumarían a este tipo de iniciativas otros países como Francia, España, Arabia Saudí y Emiratos Árabes Unidos a través de la puesta en marcha de las campañas *Stop-djihadisme*<sup>65</sup>, «Stop Radicalismos»<sup>66</sup>, *Say no to Terror*<sup>67</sup> y la creación del Sawab Center<sup>68</sup>, respectivamente. En el ámbito privado, Facebook<sup>69</sup> decidió realizar su aportación ofreciendo anuncios gratuitos dentro

<sup>60</sup> Nembr, Christina. «Strategies to Counter Terrorist Narratives are More Confused than Ever», *War on the Rocks*, march 15, 2016. Disponible en: <http://warontherocks.com/2016/03/strategies-to-counter-terrorist-narratives-are-more-confused-than-ever/>.

<sup>61</sup> <http://www.quilliamfoundation.org/>.

<sup>62</sup> McKenzie, Jessica. «Trolling the Terrorists, One Official State Department Tweet at a Time», TechPresident, may 22, 2014. Disponible en Internet: <http://techpresident.com/news/wegov/25074/trolling-terrorists-one-official-state-department-tweet-time>

<sup>63</sup> Johnson, Ted. «John Kerry Meets With Hollywood Studio Chiefs to Discuss ISIS», *Variety*, february 16, 2016. Disponible en Internet: <http://variety.com/2016/biz/news/john-kerry-hollywood-studio-chiefs-isis-1201707652/>.

<sup>64</sup> Frenkel, Sheera. «Inside The Obama Administration's Attempt To Bring Tech Companies Into The Fight Against ISIS», *BuzzFeed News World*. Disponible en Internet: <http://www.buzzfeed.com/sheerafrenkel/inside-the-obama-administrations-attempt-to-bring-tech-compa#keJxyqdBR>.

<sup>65</sup> <http://www.stop-djihadisme.gouv.fr/>.

<sup>66</sup> <https://stop-radicalismos.ses.mir.es/>.

<sup>67</sup> Página web: <http://www.sntt.me/>. Véase: Aly, ANNE, Weimann-Saks, Dana; Weimann, Gabriel. «Making "Noise" Online: An Analysis of the Say No to Terror Online Campaign», *Perspectives on Terrorism*, Vol. 8 n.º 5 (2014), pp. 33-47. Disponible en Internet: <http://www.terrorismanalysts.com/pt/index.php/pot/article/view/376/749>.

<sup>68</sup> <http://sawabcenter.org/>.

<sup>69</sup> Toor, Amar. «Facebook gives free advertising to users who counter terrorist propaganda», *The Verge*, february 12, 2016. Disponible en Internet: <http://www.theverge.com/2016/2/12/10957776/facebook-terrorism-counter-speech>.

de su plataforma a aquellos que propagasen mensajes contrarios a la radicalización, e incluso Google<sup>70</sup> y Bing<sup>71</sup> (el buscador de Microsoft) anunciaron que dificultarían que sus buscadores pudiesen servir para consumir material radical, modificando los resultados en su motor de búsqueda para dar mayor relevancia a aquellos enlaces que contienen contenidos contrarios al mensaje terrorista.

Este tipo de acciones han sido objeto de todo tipo de críticas<sup>72</sup>, que van desde las que señalan su ineficacia a la hora de incidir sobre la audiencia a la que va dirigida el mensaje de Dáesh, hasta las que afirman que sus resultados son contraproducentes al dotar de una mayor relevancia mediática a su propaganda. A pesar de ello, constituyen acciones necesarias ya que aportan algo esencial a la hora de confrontar el mensaje terrorista: evitar que el mensaje yihadista ocupe en solitario el espacio público de la comunicación. La radicalización terrorista de los individuos se ve obstaculizada<sup>73</sup> cuando los sujetos deben racionalizar permanentemente determinados mensajes e informaciones que le provocan una «disonancia cognitiva» con respecto a sus prejuicios y creencias más arraigadas. Esta contranarrativa no tiene capacidad por sí misma para neutralizar el atractivo del discurso terrorista, sin embargo, no puede despreciarse su aportación a una estrategia global que obtiene su eficacia a partir de la acumulación de pequeñas contribuciones hacia un mismo objetivo.

5) *A enemigo que huye...* La credibilidad de la fuente es posiblemente la característica más importante del comunicador dentro del proceso de persuasión<sup>74</sup>. Un comunicador creíble será percibido por el público como alguien que tiene información correcta sobre algún punto y que, además, no parece esconder ninguna intención oculta que le lleve a mostrar una imagen distorsionada de la realidad. Las iniciativas públicas de contranarrativa, aunque realizan una importante contribución a la hora de debilitar el discurso terrorista, tienen una eficacia muy reducida sobre aquellos sectores de la pobla-

---

<sup>70</sup> Barret, David. «Google to deliver wrong “top” search results to would-be jihadis», *The Telegraph*, february 2, 2016. Disponible en Internet: <http://www.telegraph.co.uk/technology/google/12136765/Google-to-deliver-wrong-search-results-to-would-be-jihadis.html>.

<sup>71</sup> Trujillo, Mario. «Microsoft to explicitly ban “terrorist content” on its services», *The Hill*, may 20, 2016. Disponible en Internet: <http://thehill.com/policy/technology/280708-microsoft-to-explicitly-ban-terrorist-content-on-its-services>.

<sup>72</sup> Fernández, Alberto M. «Here to stay and growing: combating ISIS propaganda networks», *The Brookings Project on U.S. Relations with the Islamic World* (october 2015). Disponible en Internet: [http://www.brookings.edu/~media/research/files/papers/2015/10/combating-isis-propaganda-fernandez/is-propaganda\\_web\\_english\\_v2.pdf](http://www.brookings.edu/~media/research/files/papers/2015/10/combating-isis-propaganda-fernandez/is-propaganda_web_english_v2.pdf).

<sup>73</sup> De la Corte, Luis. «¿Qué sabemos y qué ignoramos sobre la radicalización yihadista?», en Antón, Joan (ed.). *Islamismo yihadista: radicalización y contraradicalización*, Valencia: Tirant lo Blanch, 2015, pp. 39-67.

<sup>74</sup> Jowett, Garth S., y O'Donnell, Victoria. *Propaganda and persuasion*, Newbury Park (California): Sage Publications, 1992.

ción musulmana que comparten prejuicios sobre la rectitud de las intenciones de los Gobiernos occidentales y sus aliados. Esta animadversión sobre el autor del mensaje no solo les puede llevar a cuestionar la coherencia de los argumentos utilizados en contra del mensaje terrorista, sino incluso a negar la autenticidad de los datos y pruebas que perjudican la imagen de Dáesh.

A pesar de esta limitación, en los últimos años se han producido dos fenómenos que pueden compensar la falta de credibilidad de los mensajes elaborados o respaldados desde el ámbito gubernamental.

Por un lado, el cisma producido dentro del movimiento yihadista ha ocasionado que el Estado Islámico y Al Qaeda dediquen buena parte de su acción comunicativa a erosionarse mutuamente. El primero no ha ahorrado esfuerzos para desacreditar a sus competidores (tanto dentro como fuera de Siria), pero también a los movimientos islamistas (como Hermanos Musulmanes), a los que acusa de seguir una «metodología desviada»<sup>75</sup>. Los principales referentes ideológicos del yihadismo se han visto obligados a posicionarse dentro de esta lucha fratricida, generando efectos paradójicos. Es el caso, por ejemplo, de dos de los predicadores más influyentes en la cultura yihadista: Abu Qatada «el palestino» y Abu Muhammad al-Maqdisi, los cuales tradicionalmente han empleado su autoridad para espolear la violencia yihadista. En los últimos años se encuentran volcados en la deslegitimación del Estado Islámico, al cual Qatada calificó de «perros del infierno», y Maqdisi (mentor del Zarqawi, fundador del grupo del cual procede Dáesh) no dudó en acusarlos de ser una «organización desviada del camino de la verdad y unos agresores de los muyahidines»<sup>76</sup>. No tiene sentido, por tanto, que las iniciativas de contranarrativa traten de abarcar un espacio discursivo que ya se encuentra ocupado por individuos, que por su credibilidad y conocimientos, son mucho más eficaces que cualquier iniciativa que pueda poner en marcha el ámbito gubernamental. La mejor pauta de acción en este frente es seguir el consejo de Napoleón cuando afirmaba: «Nunca interrumpas a tu enemigo cuando está cometiendo un error».

Por otro lado, la enorme movilización de voluntarios internacionales que han ingresado en las filas del yihadismo ofrece una excelente oportunidad para apoyarse en un grupo de individuos que sí poseen los requisitos de credibilidad que hacen que su mensaje pueda ser oído. Tras más de cinco años de conflicto en Siria se ha generado un volumen considerable de antiguos combatientes que han escapado del control del Estado Islámico y están dis-

<sup>75</sup> Gartenstein-Ross, David; Barr, N., y Moreng, B. «The Islamic State's Global Propaganda Strategy», *The International Centre for Counter-Terrorism - The Hague* 7, n.º 1 (2016). Disponible en Internet: <http://icct.nl/wp-content/uploads/2016/03/ICCT-Gartenstein-Ross-IS-Global-Propaganda-Strategy-March2016.pdf>.

<sup>76</sup> Ingram, Haroro J. (2015) «The strategic logic of Islamic State information operations», *Australian Journal of International Affairs*, Vol. 69 n.º 6 (2015), pp. 729-752.

puestos a hacer públicas las causas de su desencanto con una organización que en el pasado fue capaz de atraerles hacia el activismo violento. El uso de este tipo de testimonios no deja de ser un asunto controvertido, ya que en muchos casos el origen de su desafección no es el rechazo del uso de la violencia como instrumento de cambio, ni siquiera la brutalidad de las acciones del grupo, sino su desilusión con un grupo, cuyas acciones no son coherentes con la supuesta pureza de su discurso. Existen estudios<sup>77</sup> que señalan, por ejemplo, cómo algunos de estos desertores poseen el perfil característico del «verdadero creyente» que valora muy positivamente cómo su paso por Dáesh les ha permitido mejorar su formación religiosa, pero que, sin embargo, han experimentado cómo la organización no es congruente con sus planteamientos doctrinales y permite un trato desigual entre los musulmanes o tolera la corrupción y el pecado entre sus filas. Otros relatos resultan más asimilables para una audiencia que no se encuentra en un estadio tan elevado de radicalización violenta, así, por ejemplo, se han señalado<sup>78</sup> como temas recurrentes que motivan la desertión de Dáesh: a) cómo el grupo concentra sus esfuerzos no tanto en derribar el régimen del Assad, como en combatir a otros grupos sunníes, lo que provoca la *fitna*<sup>79</sup> entre los creyentes. b) La brutalidad ejercida contra la población civil y la usencia de reparos a la hora de provocar «bajas colaterales» entre los musulmanes cuya vida el grupo debería proteger. c) La arbitrariedad con la cual privilegia a unos miembros frente a otros (los combatientes sirios tienden a denunciar el favoritismo hacia los extranjeros). d) Las duras condiciones de vida que tienen lugar dentro de los dominios del grupo.

En cualquier caso, son narrativas que complementan otros discursos que giran sobre la ilegitimidad del terrorismo y son igualmente necesarios para desmovilizar a aquellos sectores de la población musulmana que, a pesar de estar convencidos sobre la legitimidad y necesidad de la yihad violenta contra los enemigos del islam, sí que pueden llegar a la conclusión de la que la guerra que libra Dáesh no es la opción correcta para proyectar esa voluntad.

---

<sup>77</sup> Speckhard, Anne, y Yayla, Ahmet S. «Eyewitness Accounts from Recent Defectors from Islamic State: Why They Joined, What They Saw, Why They Quit», *Perspectives on Terrorism*, Vol. 8 n.º 6 (2015), pp. 95-118. Disponible en Internet: <http://www.terrorismanalysts.com/pt/index.php/pot/article/view/475/934>.

<sup>78</sup> Neumann, Peter R. «Victims, Perpetrators, Assets: The Narratives of Islamic State Defectors», ICSR (2015). Disponible en Internet: <http://icsr.info/wp-content/uploads/2015/09/ICSR-Report-Victims-Perpertrators-Assets-The-Narratives-of-Islamic-State-Defectors.pdf>.

<sup>79</sup> Se trata de un término árabe mencionado en el Corán y que se ha utilizado a lo largo de la historia islámica para referirse a períodos de división interna y enfrentamiento entre los musulmanes.