



PALABRAS CLAVE / KEY WORDS

Radicalismo / Terrorismo / Yihadismo / Internet / Propaganda.
Radicalism / Terrorism / Jihadism / Internet / Propaganda.

RESUMEN / ABSTRACT

Internet se ha convertido en una de las principales vías de radicalización yihadista de los jóvenes musulmanes que viven en las sociedades occidentales. En este artículo se sintetiza el proceso de radicalización yihadista que tiene lugar a través de Internet y se sugieren las fases en las que sería posible intervenir preventivamente.

Internet has become one of the main ways of jihadist radicalization of young Muslims living in Western societies. In this article the process of jihadist radicalization by Internet is synthesized and stages where it would be possible to intervene preventively are suggested.



INTRODUCCIÓN: LA IMPORTANCIA DE INTERNET EN EL PROCESO DE RADICALIZACIÓN TERRORISTA

La actividad preventiva desarrollada por las agencias estatales de seguridad europeas desde los grandes atentados de la primera mitad de la década de 2000 y la reciente oleada de actos terroristas ejecutados por pequeñas células en Reino Unido, Francia, Bélgica o Dinamarca, están arrojando un saldo espectacular de individuos detenidos, situando a nuestro país como uno de los objetivos prioritarios del terrorismo de inspiración yihadista (Ponte y Jordán, 2014).

Entre los factores determinantes de la radicalización se encuentra la exposición suficientemente prolongada e intensa a la ideología de la violencia, aunque ésta no actúa sola sino en unión de las adecuadas condiciones de oportunidad política que proporcionan la suficiente justificación para el ejercicio de esa violencia.

La radicalización comienza en ámbitos sociales como mezquitas y oratorios, prisiones, asociaciones culturales o religiosas islamistas o pietistas, o a través de Internet. De todos ellos, Internet ha adquirido en los últimos tiempos una importancia extrema, dado que se ha constatado que el 60% de los terroristas detenidos entre 2004 y 2010 manifestaron haber utilizado la red de redes y

los instrumentos de comunicación disponibles a través de ésta en su proceso de radicalización (Hoffman, 2006). Además, las organizaciones yihadistas —*Al Qaeda* y sus filiales y el *Estado Islámico*— han hecho un uso profuso y perfectamente medido de sus posibilidades de propaganda hasta el punto de que su estrategia para alcanzar el objetivo último —extender la *yihad* global para alcanzar el Califato Universal—, consistente en el mantenimiento de una red terrorista a escala mundial y descentralizada operativamente, no sería posible sin Internet (Jordán, 2009 y Torres 2009).

Hoffman (2006) distingue tres funciones principales que *Al Qaeda* ha realizado a través de Internet y que también son aplicables a la actuación del *Estado Islámico*:

1. Propaganda para el reclutamiento y difusión de las ideas yihadistas en el mundo musulmán y para obtener fondos.
2. Entrenamiento terrorista e instrucción.
3. Planificación operativa de atentados facilitada por el acceso a información de fuentes abiertas y a la comunicación a través del correo electrónico.

La diversificación de la amenaza yihadista ha concedido a Internet un papel central en la radicalización de los grupos e individuos no vinculados a las grandes organizaciones, instrumento clave para suplir la más vulnerable estructura de capta-

Entre los factores determinantes de la radicalización se encuentra la exposición suficientemente prolongada e intensa a la ideología de la violencia, aunque ésta no actúa sola sino en unión de las adecuadas condiciones de oportunidad política que proporcionan la suficiente justificación para el ejercicio de esa violencia.



ción que hasta hace poco se desarrollaba en mezquitas, locutorios o prisiones, cada vez más controladas por las agencias de seguridad. Por ello, las organizaciones terroristas yihadistas, conscientes de la gran potencialidad del poder de la información y la propaganda, han realizado un ímprobo esfuerzo por desarrollar materiales audiovisuales propagandísticos, hasta el punto de que *Al Qaeda* cuenta con su propia agencia de producción, *Al Sahab* (la nube), y el "Estado Islámico" con la ahora más activa *Al Hayat* (la vida), responsable de varias producciones de gran impacto visual y de mantener una presencia activa en las redes sociales¹.

Ya en 2004, varios expertos advirtieron que Internet estaba reemplazando el papel de los *mass media* tradicionales en lo relacionado con el terrorismo². Weimann (2004), entre otros, enumeró las ventajas que implica el uso de Internet para los terroristas:

- una enorme audiencia
- fácil acceso al medio
- anonimato para emisor y receptor
- rapidez en la transmisión de las comunicaciones
- escaso coste económico
- una oferta diversa multimedia que incluye textos, gráficos y dibujos, vídeos, canciones, libros y presentaciones; y





- la posibilidad de que los medios de comunicación tradicionales se hagan eco del contenido de Internet.

Según destacaba un estudio realizado por investigadores del Real Instituto Elcano³, las segundas generaciones de la diáspora musulmana se han mostrado “especialmente vulnerables” a los procesos de radicalización yihadista, como ponen de manifiesto tanto las operaciones policiales desarrolladas en Europa, como el perfil de los terroristas que han protagonizado acciones terroristas.

Si tenemos en cuenta el uso creciente y la accesibilidad de este instrumento tecnológico, especialmente entre los más

Sageman (2004, 2008) y Weimann (2004) también advirtieron del cada vez más habitual papel de Internet en el *auto-reclutamiento*. Este último concluyó, tras un estudio de años sobre el uso de la red por los terroristas, que ésta era determinante en el reclutamiento, la movilización y, sobre todo a raíz de la segunda guerra de Irak (2003), en la formación táctica de los potenciales *muyahidines*.

Así lo entendió también la Fiscalía General del Estado, la cual, en su Circular 2/2011⁴, concedía una significativa importancia a las nuevas formas en las que el terrorismo yihadista se manifestaba y a la relevancia de Internet en sus relaciones:



jóvenes —muy vulnerables al proselitismo yihadista, como se ha dicho, e influenciados por la cultura de la imagen—, es fácil entender que Internet será, previsiblemente, uno de los medios principales por los que se podría producir la radicalización en las segundas y terceras generaciones de inmigrantes en España.

(...) frente a las organizaciones terroristas tradicionales, asentadas sobre el principio jerárquico y dotadas de una estructura mucho más piramidal, el terrorismo internacional se expande por todo el mundo a través de pequeñas células o grupos autónomos de una gran flexibilidad que se comunican, se adoctrinan, se alimentan

ideológicamente e intercambian sus experiencias a través de las nuevas tecnologías, sin dependencia ni relación jerárquica alguna entre ellas más allá de una intensa vinculación ideológica.

Sin embargo, hay que tener en cuenta que no existen evidencias empíricas de que Internet, por sí misma, sea, hoy por hoy, un medio suficiente para completar el proceso de radicalización yihadista y convertirse en terrorista. En última instancia, siempre se han producido contactos personales con reclutadores u otros grupúsculos radicalizados para atentar o viajar a zonas de conflicto⁵. No obstante, la importancia creciente de las redes sociales y la percepción que del mundo real se realiza a través del mundo virtual pueden cambiar las pautas de los jóvenes musulmanes de las nuevas generaciones, habituados a dedicar gran parte de su tiempo en este medio. Tal y como se expresa en uno de los documentos de la UE previos a la presentación de su Estrategia Contra Terrorista de 2005 "la utilización de Internet para incitar a la gente a la radicalización violenta o como modo de captación de terroristas es extremadamente preocupante, dado el alcance global, el funcionamiento en tiempo real y la eficacia de Internet"⁶.

EL YIHADISMO ONLINE EN INTERNET

Tanto *Al Qaeda* y sus filiales como el *Estado Islámico* son conscientes de la importancia de Internet como medio funda-

mental para crear una comunidad yihadista virtual superando así las limitaciones de los medios de comunicación tradicionales⁷. A tal efecto han desarrollado una estructura en la red con los siguientes instrumentos:

- *Web sites* oficiales, en las que aparecen miembros de las organizaciones islamistas, clérigos y estrategas, donde es posible descargarse vídeos, los últimos comunicados de las grandes organizaciones, o incluso se dan oportunidades de contactar con los actores involucrados.

- Foros *web*, administrados generalmente por militantes de base, y que constituyen las verdaderas cajas de resonancia del movimiento islamista militante a través de los cuales se construye un sentimiento real de pertenencia a la *umma* y se abre la vía para el reclutamiento de los jóvenes musulmanes. Mediante contraseñas facilitadas por los administradores se puede acceder a material más comprometido, intercambio de vídeos, descarga de documentos o acceder a enlaces a otras páginas o foros más restringidos en los que puede completarse el proceso de radicalización.

- *Sites* de distribución, que incluyen directorios *web* yihadistas, páginas donde se rinde homenaje a los "mártires", u otras a través de las cuales se puede estar permanente "informado" de cualquier novedad en las zonas de insurgencia mediante los llamados *media groups*.

Tanto Al Qaeda y sus filiales como el Estado Islámico son conscientes de la importancia de Internet como medio fundamental para crear una comunidad yihadista virtual superando así las limitaciones de los medios de comunicación tradicionales.

- Redes sociales, en las que se intercambian impresiones o se comenta la evolución de los conflictos en los que participan organizaciones yihadistas o en las que algunos *muyahidines* hacen alarde de sus "méritos" en el combate.

¿DE QUÉ MODO TIENE LUGAR LA RADICALIZACIÓN ONLINE?

Las dificultades operativas que *Al Qaeda* y las demás organizaciones y grupúsculos yihadistas han encontrado, a raíz del esfuerzo realizado por las agencias estatales de seguridad, les han obligado a un cambio de estrategia que pone un mayor acento en la difusión de propaganda a través de Internet, lo que ha facilitado que individuos que no pueden o son incapaces de entrar en contacto con redes terroristas se auto radicalicen y, en algunos casos, cometan acciones terroristas. Se trata, por tanto, de un proceso que se desarrolla de abajo a arriba, de manera inversa a como generalmente ocurre en las redes de interacción directa.

La propaganda difundida a través de Internet "transmite los elementos racionales, emocionales y cognitivo-normativos (...) que refuerzan los valores y convicciones del imaginario yihadista y justifica las conductas transgresoras" (Jordán, 2009: 210-211). Y como afirma Hoffman (2006), la capacidad de Internet para establecer una comunicación en tiempo real a través de imágenes, vídeos e intercambio de experiencias,

reduce la sensación de aislamiento del radical que desde casa o el locutorio accede a estos contenidos, de modo que se produce la impresión de que forman parte de una gran comunidad unida por fuertes lazos de solidaridad en pos de un objetivo común de gran trascendencia. Esto refuerza los elementos identitarios satisfaciendo una necesidad que, probablemente, estén buscando individuos con grandes problemas de desarraigo, pérdida de identidad y desafío intercultural como, por ejemplo, pueden experimentar los integrantes de las segundas y terceras generaciones de inmigrantes musulmanes en el seno de las sociedades occidentales (Waldmann, 2010).

La definición de las etapas que conforman el proceso de radicalización yihadista a través de Internet nos ayuda a comprender de qué modo y en qué fase se puede actuar preventivamente:

i. Fase de contacto: el individuo accede al contenido *web* en busca de información y respuestas sobre un tema que le preocupa. La importancia del primer impacto visual de la propaganda es fundamental. Ésta suele ensalzar los valores del Islam al tiempo que presenta las enseñanzas de los líderes carismáticos en relación con la situación de los musulmanes en el mundo, que es presentada desde una óptica victimista que sitúa a los occidentales como culpables de la situación del mundo musulmán.

CUADRO 1. El proceso de radicalización yihadista por Internet

CONTACTO	ADHESIÓN	CAPTACIÓN	FIDELIZACIÓN	EJECUCIÓN
<p>Motivación</p> <ul style="list-style-type: none"> - Creyente despechado - Búsqueda de identidad - Conversión de protesta - Reinterpretación de la fe <p>Estímulo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Endógeno - Exógeno <p>Oportunidad</p> <ul style="list-style-type: none"> - Web sites - Foros web - Sites de distribución - Redes sociales <p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;">PLANTEAMIENTO DE DUDAS</p>	<p>Impacto visual</p> <p>Atracción de contenidos</p> <p>Captura de atención</p> <p>Interés</p> <p>Componentes clave a través de la propaganda y la imagen:</p> <p>Victimización de la <i>umma</i></p> <p>ensalzamiento del mártir</p> <p>planteamiento de la necesidad de la yihad</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;">REINTERPRETACIÓN DE LA REALIDAD</p>	<p>Identificación progresiva con el grupo virtual</p> <p>Identificación progresiva con la causa y los nuevos valores</p> <p>Desconexión progresiva de anteriores valores</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;">ACEPTACIÓN DE LA NUEVA REALIDAD Y ASUNCIÓN DE NUEVOS VALORES</p>	<p>Total identificación con el grupo virtual y la <i>umma</i></p> <p>Fortalecimiento de la identidad social</p> <p>Asunción de los nuevos valores</p> <p>Idealización de la yihad</p> <p>Convencimiento de que la acción es necesaria para la causa</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;">PLANTEAMIENTO DE MAYORES COMPROMISOS</p>	<p>Compromiso consciente en actividades radicales</p> <p>Actividades operativas de</p> <ul style="list-style-type: none"> - colaboración - reclutamiento - financiación <p style="text-align: center;">↓</p> <p>Contactos reales</p> <p>Viajes a zonas de insurgencia</p> <p>Acciones individuales o en grupo</p> <ul style="list-style-type: none"> - preparación - planificación - ejecución <p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;">TERRORISMO</p>

ii. **Fase de adhesión:** la propaganda ha logrado captar la atención del individuo para realizar más visitas y profundizar en sus contenidos. La continuación del proceso de búsqueda denota interés e implica un principio de coincidencia con los valores publicitados.

iii. **Fase de captación:** el individuo participa con asiduidad en foros y chats de discusión y es puesto a prueba por los administradores a fin de comprobar su grado de compromiso mediante la invitación a participar en foros más restringidos y controlados.

iv. **Fase de fidelización:** la persona está ya profundamente ideologizada e interioriza los valores del salafismo yihadista. Es el momento en el que puede

plantearse avanzar en el grado de compromiso adquirido con la causa.

v. **Fase de ejecución:** el individuo se compromete a la ejecución de acciones en distintos grados: financiación, propaganda y proselitismo, combatir como *muyahidin* en zonas de conflicto o ejecutar atentados terroristas.

Confirmando las conclusiones de Sageman (2004: 163), Torres (2009: 333) señala que Internet juega un importante papel en el proceso de radicalización pero por sí solo es improbable que este único influjo sea suficiente para que el individuo llegue a la última fase. Lo más probable es que en la fase de fidelización se produzca una interacción real, bien en el propio país o a través



de la participación del individuo radicalizado en la yihad real, como *muyahidin*.

CONCLUSIONES

La versatilidad de Internet y la constante evolución tecnológica en las comunicaciones digitales obligan a asumir que la labor de prevención de la radicalización a través de esta vía nunca será satisfactoria. Siempre habrá individuos que escapen al control que pueda realizarse de las *webs* yihadistas o que accedan a nuevos *sites* aún no controlados.

Ser conscientes de que las nuevas tecnologías y formas de comunicación e información son ya habituales entre los jóvenes del mundo entero, y de que éstas constituyen una herramienta de primer orden para el salafismo yihadista en su propósito de extender la *yihad* a Occidente mediante la radicalización de la diáspora musulmana, es la premisa de partida para actuar de manera urgente.

En todo caso, para que las iniciativas de prevención tengan posibilidades de éxito, se ha de actuar en las tres primeras fases del proceso, cuando el individuo no está aún radicalizado. Una vez que se ha producido la asunción de los valores e ideología yihadistas y se ha visto cubierta la necesidad identitaria con la identificación con sus objetivos, cualquier intento de des-radicalización mediante la contra argumentación o el ofrecimiento de alternativas ideológicas será vano.

Es también preciso asumir que

existen serios problemas para lograr un control eficaz de la información accesible a través de Internet dado su carácter global y su funcionamiento en tiempo real. No obstante, esto no debe ser óbice para la puesta en marcha a nivel europeo y nacional, decidida y urgentemente, de organismos especializados, similares al Centro de Comunicaciones Estratégicas contra el Terrorismo de Estados Unidos, que realicen una labor de detección de sitios *web* en Internet con contenidos radicales y lleven a cabo un trabajo de contra argumentación del ideario violento, especialmente en las tres primeras fases del proceso descrito.

La naturaleza del problema hace necesaria una unidad específica y única, y una estrategia que, de manera multidisciplinar, involucre a expertos en diferentes materias y a diferentes niveles estratégicos. Lo ideal sería que la prioridad otorgada al nivel local en la estrategia europea fuera adaptada a las particularidades de la red de redes bajo una coordinación supranacional asumida por Europol o Interpol.

En este sentido, las medidas expuestas en el Plan Estratégico Nacional de Lucha Contra la Radicalización Violenta (PEN- LCRV)⁸, que contempla medidas penales aplicables a la primera fase del proceso, a fin de dificultar el desarrollo de páginas y foros radicales, y de contra argumentación del ideario yihadista en las fases segunda y tercera, al objeto de contrarrestar la influencia de aquellos que no

Para que las iniciativas de prevención tengan posibilidades de éxito, se ha de actuar en las tres primeras fases del proceso, cuando el individuo no está aún radicalizado.

puedan ser anulados legalmente, van en el buen camino.

En definitiva, la lucha preventiva contra la radicalización en Internet exige una continua adaptación de los estados y sus

agencias de seguridad de forma paralela a las innovaciones tecnológicas en materia de comunicaciones. De otra forma estaremos concediendo una peligrosa ventaja al terrorismo.

BIBLIOGRAFÍA

HOFFMAN, B. (2006). *The Use of the Internet by Islamic Extremists*, CT-262-1, May 4, 2006. Santa Monica.

JORDÁN, J. (2009). «Procesos de radicalización yihadista en España. Análisis sociopolítico a tres niveles», en *Psicología Social*, 24 (2), Págs. 197-216.

PONTE, M. y JORDÁN, J. (2014): *Todo el peso de la ley. Apuntes jurisprudenciales sobre las operaciones contra el terrorismo yihadista en España*. Biblioteca GESI.

REINARES, F. y GARCÍA-CALVO, C. (2012): «Los yihadistas en España: perfil sociodemográfico de condenados por actividades terroristas o muertos en actos de terrorismo suicida en España entre 1996 y 2012», en DT 11/2013, 26 de junio de 2013, Real Instituto Elcano.

SAGEMAN, M. (2004): *Understanding Terror Networks*. University of Pennsylvania, Philadelphia.
— (2008): *Leaderless Jihad. Terror Networks in the Twenty-first Century*. University of Pennsylvania, Philadelphia.

TORRES, M. (2009): *El Eco del Terror. Ideología y propaganda en el terrorismo yihadista*. Plaza y Valdés, Madrid.

WALDMANN, P. (2010): «Radicalización en la diáspora: por qué musulmanes en Occidente atentan contra sus países de acogida», en DT 9/10, Real Instituto Elcano.

WEIMANN, G. (2004): «How Modern Terrorism Uses the Internet», en USIP Special Report 116. U.S. Institute of Peace, Washington.

NOTAS

¹Por ejemplo, a través de las revistas online *Inspire*, *Azan* o *Dabiq* en inglés y *Dar al-Islam* en francés, entre otras muchas.

²Ver SAGEMAN (2004); y WEIMANN (2004)

³Ver REINARES y GARCÍA-CALVO (2012)

⁴Disponible en www.lexnova/online.lexnova.es

⁵SAGEMAN (2004: 163) y TORRES (2009-a: 333). Ver, asimismo, el Informe Anual de Seguridad Nacional del Departamento de Seguridad Nacional de la Presidencia del Gobierno en www.lamoncloa.gob.es.

⁶Disponible en <http://data.consilium.europa.eu>

⁷En su obra «Caballeros bajo el estandarte del profeta», Ayman Al Zawahiri, señala la importancia de Internet para extender el mensaje del Movimiento Yihadista a las masas (Citado en THE INTERNATIONAL CENTRE FOR STUDY OF RADICALIZATION AND POLITICAL VIOLENCE (2007: 49).

Ver en http://icsr.info/wp-content/uploads/2012/10/1234516791ICSREUResearchReport_Proof1.pdf

⁸Ver PEN-LCRV en http://www.interior.gob.es/documents/10180/3066463/CM_mir_PEN-LCRV.pdf y LO 2/2015 (BOE 31/03/2015).