

05/2021

9 de abril de 2021

Sara Herrero Aina

La radicalización digital de los grupos terroristas: cómo el desarrollo tecnológico ha cambiado la organización del terrorismo internacional moderno

La radicalización digital de los grupos terroristas: cómo el desarrollo tecnológico ha cambiado la organización del terrorismo internacional moderno

Resumen:

Durante la década de 1990, los grupos terroristas de corte salafista-yihadista comenzaron a surgir, tomando un papel protagonista a principios del siglo XXI, especialmente tras los ataques del 9 de septiembre de 2001. Con el desarrollo exponencial del fenómeno de la digitalización y la creciente popularidad de internet, estos grupos, con el tiempo, integraron estas herramientas a su estrategia general.

El presente documento analiza el impacto del fenómeno de la digitalización en el Movimiento por la Yihad Global. Cómo el desarrollo tecnológico ha ayudado a estos grupos a alcanzar sus metas y cómo la era de la digitalización les ha hecho redirigir sus objetivos, referencias y metas. Algunas veces, el fenómeno de la digitalización ha sido el desencadenante de algunos cambios en la estructura de estos grupos, remodelando su composición original, como se puede observar en los ejemplos de Al Qaeda y el Estado Islámico.

Palabras clave:

Terrorismo, internet, digitalización, Al Qaeda, Estado Islámico, redes sociales.

***NOTA:** Las ideas contenidas en los **Documentos Marco** son responsabilidad de sus autores, sin que reflejen necesariamente el pensamiento del IEEEE o del Ministerio de Defensa.

Digital radicalization of terrorist groups: how technological change affects the organization of modern international terrorism

Abstract:

During the decade of 1990 Salafist-jihadist terrorist groups start emerging to end playing a starring role at the begging of the XXI century, especially after the attacks of the 9th of September of 2001. With the exponential develop of the digitalization phenomenon and the growing popularity of the internet, these groups, eventually, integrated those tools into their general strategy.

The present work analyses the impact of the digitalization phenomenon in the Global Jihad Movement, how technological development have helped them to achieve their goals and how the digital era has made them redirect their objectives, targets and aims. Sometimes the digitalization phenomenon has been the trigger for several changes in the structure of these groups, reshaping their original composition, as can be seen in the cases-study of Al Qaeda and the Islamic State.

Keywords:

Terrorism, Internet, digitalization, Al Qaeda, Islamic State, social networks.

Introducción

La década de 1990 fue una época de cambios en el escenario internacional. El final de la Guerra Fría monopolizó los titulares de los periódicos durante los primeros años de dicha década. Mientras tanto, el orden mundial pasó de ser unipolar a multipolar. En ese nuevo orden multipolar el globo empezó a tomar otra forma, nuevos países surgieron y otros desaparecieron del mapa. Sin embargo, el cambio que sacudió las raíces de la seguridad internacional fue la aparición de actores no estatales en el panorama internacional, en concreto, la propagación del terrorismo de corte salafista-yihadista.

Estos grupos terroristas, aquellos cuyo principal objetivo ha sido siempre el de expandir la yihad por el mundo desde una perspectiva extremista y, principalmente, a través del uso de la violencia y la amenaza contra aquellos que no les prestan simpatía, se vieron altamente favorecidos por la ola de digitalización presenciada entre finales del siglo XX y principios del XXI.

El fenómeno de la digitalización y, por tanto, el desarrollo tecnológico, se convirtieron en herramientas poderosas para expandir la yihad alrededor del mundo. Al principio, internet les sirvió principalmente como medio para propagar el «mensaje de la yihad» y lanzar cierto contenido multimedia. Sin embargo, según la digitalización se iba desarrollando y las herramientas digitales ganaban peso dentro de las sociedades, los grupos terroristas comenzaban a diversificar sus actividades en el ciberespacio. Esa diversificación fue seguida por una profesionalización de los medios de comunicación del Movimiento por la Yihad Global (MYG), siendo internet y las redes sociales un componente principal del proceso de la radicalización y el entrenamiento por cuenta propia, y el reclutamiento, hasta el punto de la aparición de individuos que, no habiendo tenido un contacto anterior con las organizaciones terroristas, tramaban atentados terroristas (a veces suicidas) en el nombre del MYG o apoyaban la agenda de dicho movimiento.

Al mismo tiempo, desde una perspectiva interna, la digitalización cambió la forma en el que los grupos terroristas de corte salafista-yihadista enfocaban la yihad. Esto permitió al movimiento buscar apoyo no solo dentro de grupos de musulmanes afines, sino entre la población mundial. Por otro lado, la capacidad de internet de almacenar contenido permitió a los grupos terroristas tener una influencia permanente y un rápido alcance entre los usuarios de internet con el mínimo esfuerzo. Todo esto, añadido a ciertas circunstancias externas, hizo que los grupos yihadistas remodelaran sus estructuras para

adaptarse a la realidad actual.

¿Qué se entiende por *terrorismo*? Principales objetivos de estos grupos en tiempos modernos

Antes de profundizar en el tema considerado como objeto de estudio de este documento, es necesario aclarar qué significa *terrorismo*. Ya que el concepto de terrorismo carece de definición oficial, para este documento se ha seleccionado la definición dada por Fernando Reinares, entendiendo el terrorismo como «un conjunto de acciones violentas que generan, en un determinado agregado de población, efectos psíquicos desproporcionados respecto a sus consecuencias materiales y que tiene como fin condicionar las actitudes de dicho colectivo social y orientar sus comportamientos en una determinada dirección».

En la actualidad, el mundo se enfrenta a una amenaza terrorista de carácter internacional, que nació en la década de 1990 y que se conoce como *cuarta ola del terrorismo*. A la cuarta generación del terrorismo se le conoce mejor como *terrorismo religioso* y se enmarca en los movimientos globales de grupos de corte salafista-yihadista como por ejemplo Al Qaeda o el Estado Islámico¹.

El terrorismo religioso que estos grupos han proclamado mundialmente durante las últimas décadas se trata de un movimiento de enaltecimiento basado en un tipo de yihad violenta vinculada con el salafismo. Su fin último es la restauración de lo que ellos entienden como el «auténtico islam» mediante el restablecimiento de la antigua gloria de los musulmanes en un gran Estado Islámico, eliminando las fronteras nacionales a cualquier coste².

En relación con el párrafo anterior, una de las mayores preocupaciones sobre este tipo de terrorismo yihadista es que son verdaderos expertos en la guerra psicológico-mediática. Tienen la capacidad de influir y calar en la mentalidad de la opinión pública a base de mensajes básicos y repetitivos, pero persuasivos, al fin y al cabo. En el fondo, su meta es la de dominar la opinión pública con el objetivo de crear un sentimiento de

¹ JORDÁN, J; TORRES, M. «Terrorismo», *Manual de estudios estratégicos y seguridad internacional*. Madrid: Plaza y Valdés 2013, pp. 312-315.

² SAGEMAN, M. «The Origins of the Jihad», *Understanding Terror Networks*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press 2004, p. 1.

inseguridad permanente en las sociedades occidentales, debilitar la cohesión nacional, romper alianzas y forzar a los Gobiernos democráticos a vulnerar sus propios valores.

Es indudable el hecho de que estos grupos yihadistas son grandes dependientes de los dispositivos tecnológicos para expandir su mensaje entre las diferentes sociedades. Dependen completamente de los medios de comunicación, buscando la victoria a través de herramientas no convencionales, ya que existe una acusada asimetría de fuerzas entre ellos y los Estados, siendo estos unos adversarios con recursos militares suficientes para derrotarles un millón de veces en un conflicto convencional³.

Globalización y occidentalización, un movimiento de acción-reacción

«Cuando la modernidad lleva la marca del “Otro”, no es de extrañar que algunas personas enarboles los símbolos del arcaísmo para afirmar su diferencia. Lo vemos hoy en algunos musulmanes, hombres y mujeres, pero el fenómeno no es exclusivo de ninguna cultura ni de ninguna religión».

Siguiendo esta afirmación del escritor franco-libanés Amin Maalouf, desde un enfoque sociocultural, la globalización se puede entender desde una perspectiva doble. Por un lado, la globalización ejerce un movimiento centrípeto, ayudando a promover los conocimientos de cada cultura por todo el mundo. Por otro lado, sin embargo, la globalización ha contribuido enormemente al alzamiento de grupos extremistas, algunos violentos y otros no, que reclaman no perder aquellas pertenencias que forman su identidad dentro de ese «crisol cultural» en el que se ha convertido el mundo.

En lo que respecta a la radicalización salafista, existe una lógica tras los actos de estos grupos extremistas. La globalización ha probado ser no más que una marca de los países capitalistas occidentales, a la que se le puede catalogar mejor como «occidentalización». A través de la «occidentalización», las sociedades occidentales no solo han establecido una geografía de la imaginación distorsionada de Oriente, sino que además han creado una concepción genérica de la población árabe y expandido una cantidad considerable de prejuicios populares antiárabes y antimusulmanes. Es obvio que existe una red de

³ BAÑOS, P. *El dominio mundial*. Madrid: Ariel 2018, pp. 233-235.

racismo, estereotipos culturales, imperialismo político y una ideología deshumanizada que se cierne sobre cada persona árabe o musulmana⁴.

En este sentido, los devotos salafistas-yihadistas acarrean en lo más profundo de sus mentes un sentimiento de venganza contra aquellos que subestiman su propia cultura y sus valores. Un sentimiento que es exaltado por aquellos responsables de la radicalización. Esto concuerda con la principal premisa del salafismo, que no es otra que la de conducir la yihad contra Occidente, ya que a través de la globalización y la posterior adopción de actitudes propiamente occidentales el islam se ha vuelto decadente al desviarse de su riguroso sendero⁵.

Es decir, que la occidentalización se ha utilizado por el salafismo como un efectivo reclamo para conducir la yihad contra las sociedades occidentales y para justificar las acciones violentas de los grupos salafistas a ojos de las sociedades musulmanas.

Uno de sus principales mensajes es la necesidad de luchar contra la corrupción de Occidente, que cala en la población musulmana, haciendo que esta abandone ese sendero riguroso, siendo este entendido como el único camino para recuperar la gloria pasada de los califatos islámicos de la historia.

Para comprender cuál es el mensaje que el MYG quiere transmitir y cuáles son las metas que quiere lograr, es esencial entender qué papel juegan la digitalización, internet y las redes sociales en el desarrollo, formación, organización y el proceso de radicalización de estos grupos terroristas. Es imposible entender el rol del medio sin comprender cuál es el fin.

El poder de internet y las redes sociales, el doble filo de la digitalización

Perspectiva

Es remarcable la fuerte conexión entre el MYG y las herramientas digitales para contrarrestar su asimetría de fuerzas contra aquellos actores con fuertes capacidades convencionales. En este aspecto, los yihadistas aplican un término que fue acuñado por Carlo Pisacane como la *propaganda por el hecho*. Siguiendo este concepto, la violencia se entendería como una herramienta necesaria para educar y movilizar a las sociedades

⁴ SAID, E. «Introducción», *Orientalismo*. Barcelona: Penguin Random House 1997, pp. 52-53.

⁵ SAGEMAN, M., *op. cit.*, pp. 4-5.

para hacerles alcanzar la libertad. Por lo tanto, se puede deducir que la violencia tiene un carácter instrumental para el MYG⁶.

Teniendo esto en consideración, la violencia se puede entender como un elemento principal del MYG. Sin embargo, no solo la violencia, sino que también la propaganda tiene un papel protagonista en la expansión del terrorismo, siendo el principal objetivo de estos grupos el de causar el mayor daño psicológico con la menor cantidad de daño⁷. Desde el comienzo del siglo XXI, este objetivo se ha visto favorecido por el desarrollo exponencial de los dispositivos y herramientas electrónicas, haciendo mucho más fácil distribuir su material a nivel mundial.

Indudablemente, el conocimiento que la opinión pública tenía del MYG antes del siglo XXI era muy limitado, incluso aunque, en 1996, Bin Laden declarara la guerra contra los Estados Unidos y Arabia Saudí; y, más tarde, en 1998, presentara al mundo el «Frente Islámico Mundial por la Lucha contra judíos y cruzados». Los movimientos yihadistas solo ganaron poder real tras los atentados del 9 de septiembre de 2001 (11S). Este hecho cambió el destino del MYG, tanto para lo bueno como para lo malo. De algún modo, sus amenazas alcanzaron y estremecieron a las sociedades occidentales y, como consecuencia, desencadenaron una persecución contra los autores de ese incidente espantoso con una respuesta multilateral sin precedentes, liderada por Estados Unidos y comúnmente conocida como «guerra contra el terrorismo»⁸.

Pero la importancia fundamental del 11S reside en que este hecho transmitió un mensaje entendido globalmente. Fue el primer mensaje terrorista que trascendió cada frontera, difundiendo el terror a nivel mundial y, por lo tanto, logrando la meta del MYG de causar el mayor daño con el mínimo esfuerzo, haciendo del yihadismo el centro de atención durante las últimas décadas.

El 11S y sus consecuencias se pueden estudiar desde muchas perspectivas, pero, desde el punto de vista de las tendencias de la globalización y la digitalización, no hay duda de que el desarrollo de los dispositivos y las comunicaciones digitales fue fundamental para el MYG para darse a conocer en la arena internacional y para preparar y desarrollar un

⁶ JORDÁN, J; TORRES, M., *op. cit.*, p. 310.

⁷ BAÑOS, P., *op. cit.*, p. 233.

⁸ VILDINO, L. «Radicalization, Linkage and Diversity. Current Trends in Terrorism in Europe», *National Defense Research Institute (RAND)*, 2011. Disponible en: https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/occasional_papers/2011/RAND_OP333.pdf (Último acceso: 10/1/2021).

atentado tan bien estructurado y coordinado en un país que, es importante remarcar, se encontraba muy lejos de la tierra de origen de estos movimientos yihadistas.

El extremismo online: un enfoque sobre cómo el MYG se ha aprovechado de las tendencias de la digitalización

«La resistencia informativa de Al Qaeda contra Occidente debe llevarse a cabo mediante el uso de la tecnología moderna de todas las formas, especialmente a través del uso de los satélites e internet». Esta cita de Abu Mus'ab al Suri⁹ expresa claramente la estrategia central del MYG tras el 11S. La clave para tener éxito en la guerra del yihadismo global contra Occidente era rebajarse a su nivel, aprovechando el poder de los medios de comunicación y la tecnología contemporánea. Asimismo, John Mackinlay argumentó que «las técnicas de una insurgencia evolucionan con las sociedades de las que surgen». Por lo tanto, desde este punto de vista, era solo cuestión de tiempo que el MYG adoptara la digitalización como medio para llevar a cabo su «misión».

Aparte de ciertas complicaciones, como la falta de acceso a internet en varias regiones y el salto generacional entre aquellos que confiaban ciegamente en la digitalización y aquellos que eran apenas conscientes de las posibilidades tecnológicas, la digitalización se convirtió en una herramienta activa para el MYG debido a sus múltiples beneficios a la hora de difundir el yihadismo.

Desde el comienzo, internet funcionó como el instrumento perfecto para el proceso de radicalización y reclutamiento, ya que funcionaba en cuatro áreas esenciales para lograr dicho proceso: sirvió como una cámara de resonancia, creando un espacio de intercambio de ideas similares. También sirvió como un buscador de individuos con ideas afines y como plataforma de emisión. Pero, sobre todo, proporcionó a los simpatizantes de los yihadistas el material didáctico para crear sus propias armas y para el autoaprendizaje sobre cómo hacer la yihad.

Sin duda, internet ofrecía un proceso de edición de la propaganda del MYG a bajo coste. En este sentido, las páginas web proporcionaron a la información lanzada por los grupos yihadistas una gran accesibilidad, velocidad y difusión. Esta revolución de la información

⁹ Estratega de la yihad global.

brindaba «nuevas y prometedoras oportunidades para las organizaciones terroristas a escala mundial»¹⁰.

Y las oportunidades de la revolución de la información para las organizaciones terroristas no terminaban en una propaganda de bajo coste. Se enfrentaron por primera vez a una plataforma donde difundir su mensaje libremente, un lugar donde podían también compartir documentos ideológicos y tácticos y facilitar el contacto entre simpatizantes de ideas afines¹¹, expandiendo su red de terror a lo largo y ancho del globo.

Por otro lado, el MYG profundizó dentro de las posibilidades que internet le ofrecía, usando recursos de acceso restringido para expandir una propaganda clandestina que podría hacer peligrar sus objetivos si se publicara a través de fuentes de libre acceso. De esta forma, los yihadistas podían mantener una comunicación activa con sus crecientes redes sin tener en cuenta la posible censura de las fuentes *online* de acceso libre.

Además, la anonimidad que proporcionaba internet permitió a los individuos desinhibirse sobre temas tabú, convirtiéndose el mundo digital en una zona de confort fuera de las reglas de la sociedad, un lugar para la desinhibición imbuido de una falsa sensación de seguridad. Levin incluso llegó a afirmar que algunos de estos simpatizantes del MYG habían adoptado su identidad virtual en la vida real. En este sentido, Newman argumentó que internet podía catalizar la idealización propia, llevando a estos individuos a sentirse irremplazables para la causa.

Sin embargo, el ciberespacio ganó un papel protagonista para el MYG como la piedra angular del proceso de radicalización en el nuevo siglo. Internet se convirtió no solo en un medio para difundir las narrativas extremistas de los yihadistas, sino también en una herramienta para proporcionar información relevante para la propia radicalización. A este respecto, la existencia de contenido multimedia, almacenable y descargable reemplazó la necesidad de interacción entre los encargados de la radicalización y los simpatizantes. Esto, junto con el hecho de que internet proporcionaba una audiencia ya predeterminada

¹⁰ ARQUILLA, J., RONFELDT, D. «The Advent of Netwar», *Networks and Netwars: The Future of Terror, Crime and Militancy*. Santa Monica. National Defense Research Institute (RAND), 2011, pp. 1-25. Disponible en: https://www.rand.org/pubs/monograph_reports/MR1382.html (Último acceso: 11/1/2021).

¹¹ SCHAFER, J. «Spinning the web of hate: web-based hate propagation by extremist organizations», *Journal of Criminal Justice and Popular Culture*, 2002. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/247622782_Spinning_the_Web_of_hate_Web-based_hate_propagation_by_extremist_organizations (Último acceso: 11/1/2021).

y la emergencia de «conspiradores virtuales», hizo el proceso de radicalización mucho más fácil y accesible¹².

Por otro lado, aunque la radicalización ha experimentado un profundo proceso de digitalización, son varios los expertos que permanecen escépticos ante la posibilidad de un proceso de radicalización propia completo. Algunos de ellos argumentan que la radicalización sigue necesitando de cierta interacción personal para completarse. En este sentido, es destacable —y preocupante al mismo tiempo— el meticuloso trabajo realizado por los grupos yihadistas para proporcionar a sus simpatizantes una ventana a la interacción, mayoritariamente a través de las redes sociales.

Hay muchas razones que explican por qué las redes sociales se han convertido en un elemento indispensable para el MYG dentro del proceso de radicalización y reclutamiento. Entre las capacidades de estos medios se pueden destacar el que hacen el yihadismo activista mucho más accesible para el público, ayudan a crear una impresión, la información puede actualizarse en tiempo real y, además, el MYG dejó de requerir de los medios de comunicación principales para diseminar su información.

Además, las redes sociales tienen un fuerte impacto psicológico que no debe subestimarse. Desde el enfoque del proceso de radicalización, las redes sociales juegan un papel crítico proporcionando simpatizantes yihadistas al permitir a los usuarios introducirse selectivamente en grupos de individuos afines y, por lo tanto, ayudando a crear un sentimiento de hermandad entre ellos. Por otro lado, las redes sociales sirven para establecer una familiaridad entre reclutadores y simpatizantes, siendo estas el medio para establecer un primer contacto¹³.

En consecuencia, es indudable el papel vital que juegan el ciberespacio y la digitalización como elementos indispensables para el MYG, ya que funcionan como herramientas operativas, incluyendo el reclutamiento, el entrenamiento, la coordinación y la comunicación, así como la difusión amplia de propaganda. En la actualidad, la cuestión

¹² EDWARDS, C.; GRIBBON, L. «Pathways to Violent Extremism in the Digital Era», *The RUSI Journal*, 2013, pp. 42-45. Disponible en: <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/03071847.2013.847714?needAccess=true> (Último acceso: 14/1/2021).

¹³ HORSBURGH, N.; JORDÁN, J.; TORRES, M. «Analysis and Evolution of the Global Jihadist Movement Propaganda», *Terrorism and Political Violence*, 2006, p. 411. Consultado en: <http://hera.ugr.es/doi/16517003.pdf> (Último acceso: 14/1/2021).

que preocupa entre los expertos es si estos grupos serán capaces de desarrollar procesos de radicalización y reclutamiento por cuenta propia completos a corto plazo.

El alcance de la digitalización dentro del terrorismo yihadista. Cómo han cambiado estos grupos su comportamiento y organización debido a la digitalización: los ejemplos de Al Qaeda y el Estado Islámico

Cuando la opinión pública habla del terrorismo yihadista, la mente de un amplio porcentaje de la población mundial tiende a recordar aquellos atentados perpetrados por Al Qaeda y el Estado Islámico. Cualquiera persona, da igual la edad, por lo menos de entre aquellos que viven en países occidentales, puede recordar vívidamente al menos un momento en el que las noticias abrieran con uno de los terribles actos cometidos por uno de estos dos grupos. Estos actos, de hecho, están grabados a fuego en la memoria colectiva.

Tanto Al Qaeda como el Estado Islámico han usado de forma exitosa sus herramientas comunicativas para permanecer como el centro de atención, por lo menos las dos últimas décadas. Como el terrorismo no es solo el uso de la violencia, sino la amenaza que rodea su uso, estos grupos han usado la digitalización como un instrumento de gran utilidad para desmoralizar y causar confusión en Occidente a través de sus acciones, causando el mayor impacto psicológico con el menor daño físico.

En este sentido, cuanto más se adaptaban estos grupos a la era de la digitalización, más cambiaban sus técnicas, objetivos y metas. Por lo tanto, se puede afirmar que, de alguna forma, la digitalización acabó remodelando ambos grupos.

Al Qaeda

Antes del 11S, el MYG no se había extendido más allá de los simpatizantes del movimiento. El grupo, básicamente, grababa un tipo de material audiovisual para consumo interno. Durante este periodo, Osama Bin Laden se erigía como único protagonista de los mensajes transmitidos.

La naturaleza de la propaganda lanzada por Al Qaeda era claramente precaria debido a las limitaciones en materia de transmisión de datos vía internet y la falta de acceso al

ciberespacio. Es sorprendente, cuanto menos, que las intenciones del grupo, en ese momento, fueran las de permanecer en las sombras.

Con el tiempo, Al Qaeda comenzó a ver internet como la herramienta perfecta para difundir su propaganda. Sin embargo, el punto de inflexión que hizo que el grupo comenzara a buscar la atención internacional fue uno de los atentados perpetrados por los muyahidines chechenos contra los rusos durante de la guerra en Chechenia.

Los muyahidines chechenos emboscaron un convoy ruso y, en un periodo en el que el brazo propagandístico ruso era todavía fuerte, grabaron un video del atentado y lo subieron a internet, principalmente, con el objetivo de tener una prueba del asalto en el caso de que el instrumento propagandístico soviético tratara de ocultarlo. Casi accidentalmente, descubrieron el increíble poder de este vídeo como una herramienta eficaz para difundir temor y desmoralizar al público ruso con el mínimo esfuerzo.

Este debe ser entendido como el punto de inflexión para que Al Qaeda se convirtiera en una de las mayores amenazas a la seguridad internacional. El video de la emboscada chechena demostraba la efectividad de las herramientas digitales para crear gran impacto en las sociedades causando el mínimo daño posible. El grupo yihadista entendió el valor de tener una buena infraestructura digital apoyando sus atentados terroristas. Ya que uno de sus principales objetivos era el de propagar el miedo entre la opinión pública, sin los medios de difusión adecuados, todos sus actos terroristas carecerían de sentido¹⁴.

La nueva dirección tomada por Al Qaeda se pudo ver en el video grabado sobre los ataques al *USS Cole* en 2000. Este video, producido por la comisión de comunicaciones de Al Qaeda, se parecía sospechosamente a aquel publicado por los chechenos, con la misma estética, pero, con una destacable innovación: fue lanzado en árabe y en inglés¹⁵. Aunque el video sobre el *USS Cole* puede considerarse como uno más, su éxito lo convirtió en el primer precedente del 11S.

El 11S tuvo una doble consecuencia para la organización. Por un lado, Al Qaeda usó su nuevo reconocimiento global como medio para difundir el mensaje del MYG¹⁶. Bajo las

¹⁴ HORSBURGH, N.; JORDÁN, J.; TORRES, M., *op. cit.*, pp. 401-411.

¹⁵ O'ROURKE, R.; PEARL, R. «Terrorist Attack on USS Cole: background and issues for Congress», *The Navy Department Library*, 2020. Disponible en: <https://www.history.navy.mil/research/library/online-reading-room/title-list-alphabetically/t/terrorist-attack-on-uss-cole-background-and-issues-for-congress.html> (Último acceso: 16/1/2021).

¹⁶ HOFFMAN, B. «Al Qaeda, Trends in Terrorism and Future Potentialities: An Assessment», National Defense Research Institute (RAND), Washington D.C., 2003. Disponible en: <https://www.rand.org/pubs/papers/P8078.html> (Último acceso: 16/1/2021).

nuevas circunstancias dadas, el grupo comenzó a secuestrar y matar rehenes de forma selectiva con fines propagandísticos. Este es el mejor ejemplo para demostrar que la fórmula de la digitalización funcionó perfectamente, ya que los miembros de Al Qaeda obtuvieron incluso la posibilidad de seleccionar a sus víctimas.

Por otro lado, la «guerra contra el terrorismo» que ese terrible acto desencadenó animó al grupo yihadista a aventurarse en la clandestinidad. El periodo post-11S fue una era de cambio para la organización, en el que se fomentaron y se reforzaron los lazos con otras organizaciones terroristas, nuevas o ya existentes.

Los años siguientes al 11S supusieron un periodo de cambio para Al Qaeda. A pesar de las limitaciones impuestas por la «guerra contra el terrorismo», la fama que el grupo adquirió entre sus simpatizantes debido a los atentados ayudó a su expansión regional, lo que, junto con las nuevas tendencias del terrorismo internacional, hizo que el grupo encarara un nuevo periodo de descentralización. Este nuevo tipo de grupos terroristas, llamados *ramas* o incluso *franquicias*, emergieron dentro del área territorial de influencia de Al Qaeda, como Al Qaeda en la Península Arábiga (AQPA) o Al Qaeda en el Magreb Islámico (AQMI)¹⁷.

Aunque es cierto que Al Qaeda siguió funcionando con un núcleo localizado en torno a Pakistán, la estructura del grupo, finalmente, comenzó a dispersarse. Con el tiempo, aparecieron una incontable y caótica cantidad de nuevas células yihadistas con metas supuestamente comunes. El caos provocado por esas apariciones repentinas y, esencialmente, la falta de organización entre las nuevas células fueron el caldo de cultivo para la creación de un nuevo tipo de nexos mediáticos entre los diferentes grupos, principalmente para establecer metas comunes y coordinarse entre ellos a través de los medios¹⁸.

Para 2005, la mayor parte del contenido difundido por la organización se publicaba a través de internet. Las herramientas digitales de Al Qaeda experimentaron de 2001 en adelante un desarrollo real para, finalmente, estar a la vanguardia de los dispositivos tecnológicos. El principal objetivo detrás de esto era la necesidad de satisfacer a una audiencia más joven, más acostumbrada a usar la tecnología que las generaciones

¹⁷ HORSBURGH, N.; JORDÁN, J.; TORRES, M., *op. cit.*, p. 414.

¹⁸ KIMMAGE, D. «The Al Qaeda Media Nexus: The Virtual Networks Behind the Global Message», *Radio Free Europe/Radio Liberty*, Washington D.C., 2008, p. 17. Disponible en: https://docs.rferl.org/en-US/AQ_Media_Nexus.pdf (Último acceso: 1/16/2021).

anteriores¹⁹. En efecto, de acuerdo con el crecimiento de las habilidades mediáticas de este grupo yihadista, se podría hablar de una profesionalización de los medios de comunicación.

En este sentido, con la muerte de Osama Bin Laden, el carismático líder y cara visible de Al Qaeda, en 2011, la organización se convirtió en una red mundial células interconectadas a través de nexos mediáticos en vez de permanecer como un grupo centralizado. A parte del núcleo central y las ramas territoriales del grupo yihadista, emergieron nuevas formas dentro de la organización, como las entidades afiliadas. Sin embargo, la más destacable de estas formas de Al Qaeda fue la aparición, por primera vez, de células yihadistas e individuos independientes. Aunque algunas de esas nuevas células yihadistas e individuos habían interactuado previamente con algún comando de Al Qaeda central, otros no tenían ninguna relación real con el núcleo, pero, sin embargo, estaban «preparados para llevar a cabo atentados en solidaridad en apoyo a la agenda yihadista de Al Qaeda»²⁰. Este es, sin duda, el mejor ejemplo de cómo la digitalización ayudó al MYG a su expansión y organización sin la necesidad de organizar reuniones cara a cara.

De todos modos, incluso si la digitalización favoreció la aparición de los llamados «lobos solitarios» dentro de Al Qaeda, este fenómeno toma una especial relevancia dentro de la estructura del Estado Islámico, un grupo mucho más preparado para establecer una yihad global digital de lo que Al Qaeda jamás estuvo.

Estado Islámico

En el año 2006, el mundo tuvo que hacer frente a una nueva amenaza yihadista con la proclamación de la condición de Estado del Estado Islámico. Este nuevo grupo supuso un reto nunca visto para la seguridad internacional. Contrariamente a su predecesor, Al Qaeda, desde el comienzo de su existencia, el Dáesh tuvo un tipo un tipo de objetivos definidos y un mecanismo para apoyarlos.

Para lograr sus objetivos el grupo siguió tres líneas de acción bien definidas: el uso de técnicas terroristas tradicionales como amenaza, el terrorismo como medio para lograr

¹⁹ HORSBURGH, N.; JORDÁN, J.; TORRES, M., *op. cit.*, p. 414.

²⁰ HOFFMAN, B.; REINARES, F. «The Evolution of the Global Terrorist Threat. From 9/11 to Osama bin Laden's Death», *Columbia University Press*, New York.

beneficios políticos y, desde el enfoque doctrinal, la «inspiración» de un corpus de creencias religiosas adecuadas, siendo sus simpatizantes sugestionados por una ideología fuertemente enraizada en una interpretación radical de las escrituras.

Con el ánimo de crear un Estado que, aparte de resultar una alternativa a los ya existentes, adquiriera un valor simbólico que trascendiera la dimensión física, territorial²¹, el grupo, en vez de aprovechar los medios existentes que le rodeaban, creó un tipo de medios de comunicación a medida que encajara con sus objetivos inmediatos, siendo, de estos, los más destacables: crear una percepción del «mundo como inmoral y dividido», amenazar a sus enemigos mientras se comunicaran con gente de todo el mundo, inspirar miedo en los corazones y las mentes de sus oponentes y rivales, reclutar nuevos militantes, reforzar su potencia y su área de influencia o persuadir a los musulmanes de que batallar para restaurar el califato es un deber religioso.

Como se ha argumentado previamente, el Estado Islámico desarrolló medios de comunicación firmes que diferían significativamente de aquellos vistos en otras organizaciones terroristas, consistentes, claramente modernizados y de una gran calidad. Con ese enorme aparato estratégico a sus espaldas, se podría decir que, para los encargados de tomar las decisiones de este grupo terrorista, la yihad era considerada como un producto de venta, usando el Dáesh un tipo de técnicas casi comerciales para alentar a la gente a «suscribirse» al movimiento.

En este sentido, una de las estrategias principales del Dáesh ha sido la de rodear todas sus publicaciones de un muy conveniente halo de atracción, con el objetivo de embellecer la violencia extrema. Siguiendo esta tendencia de desarrollar y promover su propia «conciencia de marca», este grupo yihadista creó y publicó un tipo de material que emulaba la estética hollywoodense, en la que destaca la simplificación de la realidad entre dos polos diferenciados, el bien y el mal, para posicionarse a sí mismo como un grupo vengador contra la injusticia social y como agente del cambio²².

²¹ SAVEIRO, F. «Islamic State's Qubist Statehood: A Systemic Threat to the Concept of Sovereignty as a Primary Institution in the English School of International Relations», *Revue Maroc-Espagnole de Droit International et Relations Internationales*, 2017, p. 184. Disponible en: <https://rodin.uca.es/xmlui/bitstream/handle/10498/20001/psi05-etudes-angio-english.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (Último acceso: 17/1/2021).

²² KHATIB, L. «The Islamic State Strategy: Lasting and Expanding», *Carnegie Endowment for International Peace*, 2015. Disponible en: <https://carnegieendowment.org/2015/06/29/islamic-state-s-strategy-lasting-and-expanding/ibmd> (Último acceso: 18/1/2021).

Aunque el Dáesh apoyó parte de su propaganda y comunicaciones en los medios tradicionales, estos también se diseñaron y promovieron de una forma muy diferente a como lo hicieron las generaciones anteriores de terroristas internacionales. Con un modelo moderno y muy visual, este contenido mediático se publicaba casi exclusivamente *online*. Pero la característica más destacable de este contenido es que estaba escrito en inglés en vez de en árabe. Esto respondía al objetivo del grupo terrorista de capturar la atención mundial y lograr «seguidores» para la causa por todo el globo.

De hecho, un breve análisis a uno de los medios independientes del Dáesh, la revista *Inspire*, puede explicar todo acerca de la pegadiza estrategia seguida por el grupo terrorista. Con una portada llamativa, el total del contenido estaba escrito en inglés. Además, el documento seguía una estructura muy clara, lleno de imágenes para hacerlo más visual. Se puede observar cómo el Photoshop y los collages forman parte del documento como recurso principal. En lo que respecta al contenido, lo más destacable es que casi todo el documento estaba escrito con el objetivo de justificar la comisión de atentados terroristas para lograr la libertad y que se encontraba imbuido de un halo de nostalgia por sus previos atentados terroristas llevados a cabo con éxito. Observando esta revista, se podría decir que el márketing ha sido una herramienta fructífera al servicio del Dáesh.

Sin embargo, la piedra angular de la estrategia mediática del Estado Islámico han sido las redes sociales. Aunque la idea principal tras el uso abusivo de las redes sociales como elemento para alcanzar a los más jóvenes y, por lo tanto, el grupo más susceptible de ser radicalizado, la organización usó esta herramienta también para proyectar una imagen propia de justicia distorsionando el sentido de la moralidad y para encontrar individuos afines a su «justicia social». Pero, además de emplear las redes sociales como una cámara de resonancia, el grupo terrorista usó este elemento para proporcionar a sus simpatizantes contenido práctico para su entrenamiento en su cuenta, lo cual incluía desde lecciones para aprender a luchar a tutoriales para elaborar armas y perpetrar atentados²³. Por todo esto, las redes sociales han ayudado al Dáesh a llevar a cabo una

²³ HUSSAIN, A.; SHAKIR, A. «Media Strategy of the ISIS: An Analysis», *Strategic Studies*, 2016, pp. 107-108. Disponible en: https://www.jstor.org/stable/48535950?seq=1#metadata_info_tab_contents (Último acceso: 16/1/2021).

yihad violenta por todo el mundo a través de medios digitales. Después de todo, «las redes sociales son una espada de doble filo que sirve a sus intereses»²⁴.

El uso efectivo de los medios y la digitalización por el Dáesh le ha permitido comportarse como un fenómeno descentralizado. Algunas personas pueden decir que es algo sorprendente argumentar que el Dáesh es un fenómeno descentralizado cuando el principal objetivo político del grupo ha sido el de establecer un califato panarábico desde Iraq a Siria y en todos los antiguos territorios árabes dentro de una geografía de la imaginación restauradora. Pero, de hecho, este objetivo político es, al menos en parte, la causa de la estructura descentralizada del Dáesh.

En realidad, la falta de una base territorial clara, las luchas sobre el territorio y las pretensiones expansionistas del grupo yihadista han convertido a las ubicaciones territoriales bajo dominio del Dáesh en un escenario cambiante. Este fenómeno se ha visto agravado debido a las diferencias entre el Estado Islámico y otros actores no estatales como Al Qaeda, las diferencias étnicas y culturales con grupos que habitan dichos territorios²⁵. Pero, esencialmente, este fenómeno se vio empeorado por la dureza de la «lucha contra el terrorismo» conducida durante la última década, principalmente, contra el Estado Islámico, hasta el punto de casi borrarlo de su espacio territorial.

Sin embargo, gran parte del poder del Estado Islámico ha estado siempre vinculado a los medios. Ese tremendo aparato detrás de sus acciones, la escenografía bien cuidada..., ambos posibilitaron que el grupo alcanzara un número increíble de simpatizantes en todo el mundo, creando fuertes nexos digitales que permitieron al Dáesh perpetrar ataques y amenazas en cada región, país, ciudad o pueblo del globo. Además, el grupo terrorista ha sido capaz de radicalizar gente de cualquier cultura, independientemente de su religión previa, creencias y antecedentes generales. Por lo tanto, la fuerza de este grupo siempre ha residido en la digitalización.

Tanto es así que numerosos ataques relacionados con el Estado Islámico han sido perpetrados por aquellos individuos conocidos como «lobos solitarios». Estos individuos

²⁴ DALE, H. «Social Media Prove Double-Edged Sword for ISIS», *CNS News*, 2014. Disponible en: <https://www.cnsnews.com/commentary/helle-dale/social-media-prove-double-edged-sword-isis> (Último acceso: 18/1/2021).

²⁵ MAMMOURA, J. «ISIS and the Nexus between Media and Powers», *Middle East Institute for Research and Strategic Studies*, 2018, p. 2. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/329488911_ISIS_and_the_Nexus_between_Media_and_Powers (Último acceso: 18/1/2021).

apoyan la agenda del Estado Islámico, planean acciones terroristas e incluso llevan a cabo ataques suicidas sin haber tenido ningún contacto con la organización. Aunque no hay un consenso real acerca de la motivación que lleva a estas personas a comportarse de esta manera, todas las señales apuntan a internet como el contribuyente principal de la radicalización de los «lobos solitarios», posibilitándoles el conectar con otros individuos afines, expresar sus quejas y sentirse potencialmente parte de un grupo²⁶.

En este sentido, por lo tanto, la aparición y rápida difusión de los «lobos solitarios» por el mundo corrobora la magnitud del poder digital del Dáesh. Se podría decir que el Estado Islámico ha sido el primer grupo terrorista internacional que ha tenido más poder en el ciberespacio que en el mundo físico.

La generación Z. Los «nativos digitales» y el doble problema de la sugestionabilidad de las generaciones más jóvenes y la sobreexposición a la información en la actualidad

En la actualidad, las sociedades están viviendo en una era en la que la exposición a la información es un hecho. Las herramientas diarias en países modernizados se han apoyado en el ciberespacio y en los medios de comunicación. En palabras del psicólogo canadiense Albert Bandura, los medios pueden convertirse en los tutores de las sociedades, ya que inoculan valores y conocimiento en las personas.

En este sentido, es necesario destacar que movilizar a las personas es mucho más fácil de lo que parece. Desde una perspectiva psicológica, es suficiente con provocar un cierto impacto mental, la demonización del adversario y un tipo de mensajes repetitivos dirigidos al eje de las emociones²⁷ de la gente para que reaccionen por una causa. Esto se convierte en una preocupación cuando el MYG aplica estas técnicas mediáticas a su estrategia interna.

Actualmente, la cuestión que preocupa es la sobreexposición a la información de las generaciones jóvenes, por varios motivos. A este respecto, es especialmente preocupante el nuevo punto de mira del MYG, en particular el Dáesh, puesto en lo que

²⁶ DICKSON, L. «Lone Wolf Terrorism. A Case Study: The Radicalization Process of a Continually Investigated and Islamic State Inspired Lone Wolf Terrorism», *DIVA*, Malmö University, 2015. Disponible en: <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1487949/FULLTEXT01.pdf> (Último acceso: 18/1/2021).

²⁷ BAÑOS, P., *op. cit.*, pp. 55-67.

se conoce como «generación Z». A esta generación se la conoce mejor como la de los «nativos digitales». Su vínculo con la tecnología desde su nacimiento y el atractivo de las redes sociales convierten a estos individuos en un objetivo fácil para los grupos terroristas.

De hecho, existen factores del desarrollo clave que hacen que la juventud sea particularmente susceptible a la radicalización. Los adolescentes (de los 11 a los 17 años) y los jóvenes adultos (de los 18 a los 25 años) no tienen sus conexiones emocionales bien desarrolladas. Además, este periodo de la vida se caracteriza por la exploración de la propia identidad, la inestabilidad, la impulsividad, la asunción de riesgos y la necesidad percibida de independencia. Todo esto hace a este sector de la población extremadamente vulnerable a los persuasivos mensajes de las organizaciones extremistas violentas.

Esta predisposición mental, junto con el hecho de que los fuertes lazos familiares de la generación Z con la tecnología tiene profundas implicaciones para sus interacciones sociales, cognición, desarrollo psicológico y su visión general, es un caldo de cultivo para la radicalización.

El poder de internet y las redes sociales como herramientas para el reclutamiento no es una verdad sin descubrir. Sin embargo, el Daesh ha dado un paso al frente aprovechando la sobreexposición de las generaciones jóvenes al ciberespacio como posible nicho para la radicalización.

Con una narrativa atractiva, aplicaciones de fácil acceso y la publicación de múltiples producciones mediáticas que imitan la animación artística y los videojuegos violentos, el grupo ha tratado de promover la yihad entre los individuos más jóvenes. En este sentido, estudios científicos dicen que el trastorno por adicción a internet y la propensión a jugar a videojuegos violentos²⁸ lleva a patrones de aumento del comportamiento agresivo²⁹.

De esta información se puede inferir que detrás de las herramientas de reclutamiento del Estado Islámico hay una narrativa psicológico-social, un profundo entendimiento de la

²⁸ BAFFA, C. *et al.* «Defining and Understanding the Next Generation of Salafi-Jihadist», *National Defense Research Institute (RAND)*, 2019, pp. 2-9. Disponible en: <https://www.rand.org/pubs/perspectives/PE341.html> (Último acceso: 18/1/2021).

²⁹ JONES, S. «A Persistent Threat. The Evolution of al Qai'da and Other Salafi Jihadists», *National Defense Research Institute (RAND)*, 2014. Disponible en: https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/research_reports/RR600/RR637/RAND_RR637.pdf (Último acceso: 18/1/2021).

juventud y una estética creada para resultar llamativa a las generaciones jóvenes, todo esto tremendamente magnificado por la sobreexposición de la generación Z a la tecnología.

Por todo esto, aunque en la actualidad la radicalización en persona es más efectiva, las sociedades deberían preocuparse de cómo la sobreexposición a la tecnología podría llevar a generaciones jóvenes más susceptibles. Internet ya no es visto por los grupos terroristas únicamente como una cámara de resonancia, ahora se ha convertido en una herramienta interactiva en el proceso de radicalización con un mecanismo de márketing jamás visto.

Conclusiones

El éxito que el MYG ha experimentado desde el principio del siglo XXI se ha debido, principalmente, al fenómeno de la digitalización. Teniendo en cuenta que el principal objetivo de los terroristas de corte salafista-yihadista era el de crear una sensación de amenaza e inseguridad permanentes en las sociedades occidentales mediante el uso de la violencia, si los atentados cometidos no hubieran tenido esa gran cobertura mediática, estos grupos nunca hubieran logrado un reconocimiento mundial. Por lo tanto, en el caso de estos grupos terroristas, cualquier acto de violencia o amenaza, sin una propaganda adecuada, carecería de sentido.

De hecho, se puede afirmar que, en la actualidad, las herramientas que la digitalización brindaba a la yihad global eran la única «arma» efectiva para confrontar a los Estados en igualdad de condiciones, debido a la asimetría de fuerzas convencionales entre los grupos terroristas y los Estados, siendo las organizaciones terroristas siempre más débiles en este aspecto. En este sentido, estos grupos se convirtieron en expertos en la guerra psicológico-mediática. Han sido muy hábiles en el «arte» de embellecer la violencia y crear una estética casual, algunos dirían que incluso hollywoodiense. Con las herramientas adecuadas, hacen que su mensaje cale en la opinión pública con el menor esfuerzo. Por ejemplo, el 11S es el mejor ejemplo de lo útil que es la digitalización cuando se trata de propagar el terror. Es una cuestión de hecho que cualquier persona nacida después del año 2000 tiene la imagen de las Torres Gemelas cayendo grabada para siempre en su mente.

A este respecto, internet ofrecía a los grupos terroristas una ventana abierta al mundo, haciendo más fácil para ellos el alcanzar a un amplio rango de población de cualquier ubicación en el globo. Por un lado, la capacidad de internet de publicar contenido almacenable, descargable, de fácil acceso e independiente de los medios de comunicación; y, por otro lado, la habilidad de las redes sociales de proporcionar una conexión directa entre terroristas y simpatizantes, además del poder de estas redes sociales para ser un altavoz del activismo yihadista, ha hecho del terrorismo yihadista un fenómeno sin fronteras. Por lo tanto, se puede entender a internet como el catalizador de la yihad lejana.

La yihad lejana, llevada a cabo, principalmente, a través de medios digitales, la «conciencia de marca» del movimiento yihadista y la creciente popularidad del MYG entre sus simpatizantes, junto con la aparición de los «conspiradores digitales», agitaron las raíces de las estructuras internas de los grupos terroristas, comenzando el MYG un proceso de descentralización.

En el caso de Al Qaeda, la expansión territorial y la creciente fama del grupo después del 11S llevaron al crecimiento del número de adeptos del grupo alrededor del mundo, haciendo a este entrar en el caos. Una desordenada amalgama de células terroristas y la falta de organización fomentaron que algunos activistas coordinaran el grupo y establecieran metas comunes a través del uso coordinado de los medios *online*, trabajando desde entonces con esta estructura descentralizada. Por otro lado, en el caso del Estado Islámico, a pesar de sus pretensiones geográfico-políticas de expandir el califato panarábigo, ha seguido siempre una estructura más descentralizada, siendo, usualmente, los llamados «lobos solitarios» los organizadores de los atentados. Todo esto quiere decir que, hoy en día, la mayor parte del MYG se está llevando a cabo *online* e, incluso más importante, que el alcance de la digitalización de estos grupos salafistas-yihadistas es tal que, incluso, existe un debate abierto acerca de si es correcto hablar ya de un proceso de radicalización completamente *online*.

En este sentido, hoy la mayor preocupación es la selección de objetivos masiva del MYG, centrada en las generaciones jóvenes. Esta sobreexposición de los más jóvenes al ciberespacio y, más concretamente, a las redes sociales, junto con una red socioemocional no desarrollada completamente, hacen a estos individuos tremendamente vulnerables a la persuasiva y atractiva propaganda de las organizaciones extremistas.

Al final, está claro que, por lo menos hoy en día, la fuerza de los grupos yihadistas restantes viene de las redes *online* en vez de venir de las influencias geográficas, políticas o económicas. Con el tiempo, estos grupos terroristas internacionales se han adaptado a la digitalización, convirtiéndose en verdaderos maestros en replicar la narrativa y la estética de las redes y medios de comunicación para parecer más atractivos a las generaciones jóvenes. Habiéndose dicho esto, surge la cuestión de si este mundo avanza a una era de terrorismo completamente digital.

*Sara Herrero Aina**

Graduada en Relaciones Internacionales
Máster en Geopolítica y Estudios Estratégicos