



Revista Científica General José María Córdova

(Revista colombiana de estudios militares y estratégicos)

Bogotá D.C., Colombia

ISSN 1900-6586 (impreso), 2500-7645 (en línea)

Web oficial: <https://www.revistacientificaesmic.com>

La violencia terrorista como espectáculo en internet: una aproximación criminológica

Miguel Ángel Cano Paños

<https://orcid.org/0000-0001-5426-7227>

macano@ugr.es

Universidad de Granada, España

Citación: Cano Paños, M. (2019). La violencia terrorista como espectáculo en internet: una aproximación criminológica. *Revista Científica General José María Córdova*, 17(28), 691-717. <http://dx.doi.org/10.21830/19006586.514>

Publicado en línea: 1 de octubre de 2019

Los artículos publicados por la *Revista Científica General José María Córdova* son de acceso abierto bajo una licencia Creative Commons: Atribución - No Comercial - Sin Derivados.



Para enviar un artículo:

<https://www.revistacientificaesmic.com/index.php/esmic/about/submissions>



Miles Doctus



Revista Científica General José María Córdova
(Revista colombiana de estudios militares y estratégicos)
Bogotá D.C., Colombia

Volumen 17, Número 28, octubre-diciembre 2019, pp. 691-717
<http://dx.doi.org/10.21830/19006586.514>

La violencia terrorista como espectáculo en internet: una aproximación criminológica

Terrorist violence as an internet spectacle: a criminological approach

Miguel Ángel Cano Paños

Universidad de Granada, España

RESUMEN. La presencia del terrorismo islamista en internet ha cambiado cuantitativa y cualitativamente en los últimos años como consecuencia de la irrupción del autodenominado Estado Islámico. Nunca hasta ahora había resultado tan fácil acceder a toda clase de propaganda extremista, en especial, en las redes sociales. Los estrategas mediáticos de Estado Islámico han conseguido convertir el terror más atroz en un espectáculo hollywoodiense, que logra captar la atención de jóvenes de religión musulmana que habitan en Occidente. A partir de estas consideraciones, el presente trabajo analiza los distintos canales en línea a través de los cuales el movimiento islamista está llevando a cabo tareas de propaganda, captación, adoctrinamiento y adiestramiento de nuevos miembros de esta ideología pan-islámica radical dispuesta a extender el terror por todo el planeta.

PALABRAS CLAVE: Estado Islámico; extremismo; internet; redes sociales; terrorismo islamista; yihad

ABSTRACT. The presence of Islamist terrorism on the Internet has changed quantitatively and qualitatively in recent years as a result of the emergence of the self-proclaimed Islamic State. Never before has it been so easy to access all kinds of extremist propaganda, especially in social networks. Islamic State media strategists have managed to turn the most atrocious horrors into a Hollywood-like spectacle that captures the attention of young Muslims living in the West. Based on these considerations, this work analyzes the different online channels used by the Islamist movement to carry out propaganda, recruitment, indoctrination, and training of new members of this radical pan-Islamic ideology eager to extend terror throughout the planet.

KEYWORDS: extremism; Internet; Islamic State; Islamist terrorism; jihad; social networks

Sección: EDUCACIÓN Y DOCTRINA • Artículo de investigación científica y tecnológica

Recibido: 6 de julio de 2019 • Aceptado: 2 de septiembre de 2019

CONTACTO: Miguel Ángel Cano Paños ✉ macano@ugr.es

Introducción

La invasión yihadista de internet ha permitido que organizaciones como Al Qaeda y, sobre todo, el autodenominado Estado Islámico (EI) hayan podido abrir un segundo frente de batalla en su lucha contra Occidente y sus aliados en aquellos países de mayoría musulmana. Uno de los objetivos fundamentales de la utilización de internet por parte del terrorismo islamista ha sido radicalizar a un amplio segmento de jóvenes musulmanes de ambos sexos localizados en la diáspora europea. Precisamente con la ayuda de estos jóvenes europeos recién reclutados, el terrorismo yihadista se ha adaptado con una rapidez asombrosa a la evolución tecnológica de la red global de internet, lo cual, en no pocas ocasiones, le ha permitido ir un paso por delante de las fuerzas de seguridad. Para ello podrían aducirse varias razones. Una de ellas es que las organizaciones terroristas ya no necesitan emitir sus comunicados y amenazas a través de sus propias páginas web y por parte de sus líderes más destacados. Más bien existe una amplia y al mismo tiempo descentralizada red de miles de páginas y foros, gestionados por militantes y meros simpatizantes, en los cuales se publican y difunden contenidos de naturaleza radical. Al mismo tiempo, el movimiento yihadista global ha encontrado en las nuevas tecnologías su mejor aliado para desarrollar actividades de carácter muy variado, como adoctrinar, difundir sus acciones, incitar a la violencia y expandir un mensaje de odio y terror a través, por ejemplo, de las redes sociales u otros medios en línea accesibles desde casi cualquier punto del globo, de carácter gratuito y de fácil difusión. Como se verá a lo largo del presente artículo, el corpus en línea del yihadismo se compone de escritos, fotografías, videos y archivos de audio, los cuales son divulgados fundamentalmente por colaboradores, simpatizantes y seguidores del movimiento yihadista global. Por consiguiente, resulta un hecho incuestionable que internet se ha convertido en un vehículo clave para inspirar, motivar y animar tanto la radicalización como la propia violencia.

No cabe duda de que el mensaje islamista radical difundido a través de internet ha calado en un sector de la diáspora musulmana que habita en Occidente. En este sentido, existen informaciones contrastadas que indican que un número considerable de individuos adscritos a la ideología islamista radical y residentes en Occidente se han trasladado en las últimas fechas a países como Irak o Siria con el objetivo de convertirse en “soldados universales de Allah” (Hernández & Carrión, 2015). Se trata en su mayoría de jóvenes musulmanes de ambos sexos procedentes de Berlín, París, Londres o Bruselas, quienes en ocasiones viajan en grupo. Entre ellos se pueden encontrar a sujetos procedentes de barrios marginales con antecedentes penales por delincuencia común, pero también estudiantes universitarios, profesionales de distintos sectores como la medicina o la ingeniería, e incluso sujetos conversos procedentes de familias europeas autóctonas.

En la mayoría de los casos, internet es una parte muy importante del proceso de radicalización, ya que intensifica y agiliza dicho proceso. La red global puede proporcionar al usuario la información que está buscando, así como confirmar sus creencias.

Especialmente importante en este sentido son los videos e imágenes que refuerzan una visión particular del mundo, y que pueden ser potentes chispas para el proceso de radicalización. Además, internet permite a los individuos encontrar a personas ideológicamente afines —algo que desde luego resulta más difícil en un entorno físico— lográndose crear una comunidad en línea, diríase incluso una subcultura. Y, al hacerlo, se normalizan opiniones y comportamientos anormales, tales como puntos de vista ideológicos de naturaleza extremista que defienden entre otras cosas la utilización de la violencia para resolver los problemas y vengar eventuales agravios (Institute for Strategic Dialogue, 2011).

A partir de lo señalado en los párrafos anteriores, este artículo tiene como objetivo analizar desde un punto de vista criminológico el elemento ambiental en el contexto del terrorismo yihadista y, más concretamente, la violencia terrorista difundida por EI a través de internet. Para ello, se va a prestar especial atención a aquellos lugares virtuales en los que actualmente se está difundiendo el mensaje de odio e incitación a la violencia terrorista. Como se verá a lo largo de los epígrafes siguientes, EI ha sido con toda seguridad la primera organización terrorista de la historia que ha logrado presentar el terror y la violencia a través de internet de una forma espectacular, *hollywoodiense* y tremendamente seductora para buena parte de su audiencia, a la vez que con consecuencias terribles para la población asentada en Occidente, como lo demuestran las últimas acciones terroristas cometidas en Europa.

Hay que señalar, por último, que este trabajo es la continuación de uno publicado en esta misma revista (vol. 17, n.º 26, 2019)¹, en el cual se analizó no solo la evolución de la presencia del terrorismo islamista en internet, sino también las medidas adoptadas en Europa para contrarrestar esta amenaza difusa, ubicua y tremendamente peligrosa.

El elemento ambiental en la violencia terrorista en internet

Foros de inspiración yihadista

La creación de foros yihadistas supuso en su momento la aparición de una red propagandística con una vasta ramificación y, por consiguiente, con una marcada ausencia de relaciones de signo vertical.

Actualmente, existe alrededor de una decena de foros en árabe y otros tantos en lenguas occidentales, los cuales pueden considerarse como el epicentro de la *ciberyihad*. Entre ellos hay que destacar los foros Al-Fida al-Islamiyyah, Ansar Al-Mujahideen, Shamukh al-Islam o Al-Faloja; todos ellos bastante populares dentro del movimiento yihadista global. Los simpatizantes gozan de una gran autoridad en estos foros, algunos de los cuales tienen decenas de miles de visitantes todos los días. Muchos de ellos suelen tener entre 4.000 y 18.000 usuarios activos, entre los cuales deben incluirse, lógicamente, los

1 Dado que el actual trabajo se inserta prácticamente sin solución de continuidad en el ya citado, se reprodujeron en este algunos pasajes de la Introducción de aquel.

miembros de las agencias de seguridad que observan y, llegado el caso, manipulan las discusiones. La popularidad de los foros yihadistas depende en buena medida de las organizaciones terroristas y de los grupos mediáticos que publican en ellos, así como de la presencia activa de miembros prominentes.

En cuanto a su estructura social, al igual que sucede con el resto de foros que se encuentran en internet sobre diversas temáticas, los foros yihadistas muestran jerarquías claras, de acuerdo con el grado de participación y las distintas funciones que los miembros ostentan. En este sentido, muchos incluyen categorías como “principiante”, “miembro de élite” y “administrador”, las cuales son controladas por los administradores (Holtmann, 2012, p. 87).

Además de ser empleados para generar apoyo ideológico, los foros yihadistas han venido siendo también utilizados para compartir información táctica. Así, tanto las plataformas de mensajería instantánea como las propias salas de conversación en línea, han sido conocidas por tener “expertos”, los cuales responden directamente a preguntas acerca de cómo mezclar sustancias venenosas para realizar ataques con armas químicas, cómo llevar a cabo atentados suicidas o cómo introducirse en los sistemas informáticos del *enemigo*. En todos los foros yihadistas se anima a los nuevos reclutas a participar activamente y a leer literatura radical. Al mismo tiempo, estos foros radicales actúan como caja de resonancia para convencer a los miembros potenciales de unirse a la yihad y trasladarse a zonas de conflicto (Weimann, 2010, p. 21).

Como se verá en los apartados siguientes, una de las principales limitaciones que tiene la comunicación y la propaganda en las redes sociales y plataformas audiovisuales es su apertura y transparencia. Por ello, los extremistas todavía prefieren actuar en foros cerrados, para llevar a cabo sus labores de comunicación y coordinación de forma más segura, aun cuando saben de la infiltración por parte de las fuerzas de seguridad. Estos foros fortalecen los puntos de vista de sus miembros, crean comunidades virtuales, refuerzan las normas y normalizan el comportamiento. Al mismo tiempo, constituyen un importante espacio para realizar los correspondientes contactos y transmitir conocimientos, aunque ello únicamente sea posible tras haber transitado por varias capas de contraseñas y medidas de seguridad.

Los foros yihadistas han sido un instrumento clave para reforzar la retórica de una yihad que no conoce fronteras. Así, los usuarios de estas páginas pueden acceder en un mismo espacio a los materiales remitidos por grupos y organizaciones que operan en distintas partes del globo. Evidentemente, la unificación de toda esa propaganda dentro de un mismo lugar transmite a sus seguidores la percepción de que la acción de los diferentes grupos forma parte de un mismo enfrentamiento en defensa del Islam, más allá de las divisiones nacionales. Al mismo tiempo, los foros yihadistas han sido un instrumento clave para fomentar un sentimiento de pertenencia a una misma comunidad, pues se han convertido en un espacio de encuentro e interacción entre personas que comparten unas mismas creencias. Los partidarios del yihadismo deben enfrentarse en ocasiones a la

desagradable percepción de que sus ideas extremas son minoritarias en su círculo social por fuera de la red o incluso repudiadas (Torres, 2014, p. 160); sin embargo, los foros compensan ese aislamiento. Esta función de socialización virtual ha cobrado cada vez más importancia a medida que las redes terroristas perdían visibilidad en el ámbito físico debido al incremento de la represión policial y judicial, tras los atentados del 11-S en los Estados Unidos.

Por otra parte, tanto el ciberespacio en general como los foros yihadistas en particular generan un falso sentimiento de anonimato que fomenta una verdadera “desinhibición *online*”. Los potenciales yihadistas llegan al convencimiento de que pueden ocultar sus identidades permanentemente y que no tendrán que asumir ninguna consecuencia por sus actos. Al mismo tiempo, pueden interactuar de manera selectiva con aquellos que piensan igual, lo que sin duda les permite reforzar sus creencias y sentirse miembros de un importante colectivo. En este tipo de entornos, las conductas e ideas extremas y desviadas son absorbidas y percibidas como normales debido a las continuas interacciones con personas de su mismo credo. Los planteamientos moderados son expulsados de los foros y páginas web yihadistas, al tiempo que las voces más violentas son amplificadas por el resto del grupo (Torres, 2014, p. 161).

Hay que decir que España ha albergado a individuos que han desempeñado una importante función dentro del entramado terrorista en internet, en especial, en el contexto de los foros yihadistas. Las investigaciones policiales han permitido descubrir el elevado perfil de algunos de estos ciberyihadistas, así como también su capacidad para camuflarse en un perfil público de aparente normalidad, con una identidad radical a la que solo daban rienda suelta frente a la pantalla de un ordenador. Uno de los ejemplos más conocidos es el de Mudhar Hussein Almaliki, al cual se hace referencia a continuación.

El 27 de marzo de 2012, la Guardia Civil detuvo en Valencia a este individuo de 51 años, de origen jordano pero nacionalizado saudí. Los agentes le acusaron de ser un importante gestor de algunos de los principales foros yihadistas del momento, como Al-Fida al-Islamiyyah, Ansar Al-Mujahideen o Shamukh al-Islam. Se trataba de un hombre discreto y educado que raramente se dejaba ver por su barrio. Por el contrario, Almaliki permanecía todo el día en casa conectado al ordenador. Los investigadores resaltaron el nivel de dedicación de Almaliki a la gestión de los foros yihadistas, una actividad a la que dedicaba entre 8 y 15 horas diarias. Un esfuerzo permanente que le había proporcionado un elevado estatus dentro de la estructura de gestión de algunas de las principales plataformas de propaganda yihadista. Desde su propio domicilio colgaba materiales para garantizar que siempre estuviesen disponibles en el ciberespacio, al mismo tiempo que realizaba sus propias aportaciones cargadas de radicalidad y odio. Se trataba de un islamista que admiraba al terrorista de Toulouse, Mohammed Merah², del que llegó a decir en un foro:

2 Mohammed Merah era un joven francés de 23 años, de origen argelino, que en marzo del 2012 protagonizó una serie de ataques en las ciudades francesas de Montauban y Toulouse, en el transcurso de los cuales fallecieron

“Es una sola persona, pero es un león que ha resistido más de 30 horas frente a un ejército al que llaman fuerzas especiales que temblaron por el asalto” (Ceberio & Simón, 2012).

Uno de los objetivos de Almaliki era ampliar la difusión de la propaganda yihadista, así como de otro tipo de contenidos prácticos, con nombres tan significativos como el llamado “Curso sobre venenos y gases venenosos más populares”, “Curso de explosivos del jeque Abu Khabab Almasri” o el “Programa del oficio del terrorismo”. Para ello, había subido múltiples archivos de esta naturaleza a repositorios de acceso público en internet, especialmente, el popular portal archive.org.

El 29 de mayo del 2014, la Audiencia Nacional condenó a Mudhar Hussein Al Malaki, conocido como el “bibliotecario de Al Qaeda”, a una pena de ocho años de prisión por considerarlo un integrante y “miembro destacado del aparato de propaganda de la red Ansar Al Mujahideen (RAAM)” —organización a la que la Audiencia Nacional le atribuyó el carácter de terrorista—. En su sentencia, la Sección Cuarta de la Sala de lo Penal de la Audiencia Nacional detalla que el acusado practicaba “la yihad mediante la palabra”, difundiendo a través de internet material de exaltación del terrorismo yihadista y manuales que contribuían “directamente a la formación y adiestramiento terrorista” (Audiencia Nacional, Sala de lo Penal, Sección 4.ª Sentencia núm. 2014/21, de 29 de mayo).

La “*Jihad*” escrita en inglés: la revista *Inspire* y otros magazines de inspiración yihadista

En el verano del 2010, la organización Al Qaeda en la Península Arábiga (AQPA) publicó el primer número de la ya legendaria revista *Inspire*, un magazín yihadista publicado en inglés con distribución exclusivamente en internet. Ya desde sus inicios, la mencionada publicación logró un eco mediático considerable, sobre todo en Europa y EE. UU. La razón: la revista tenía y sigue teniendo como objetivo prioritario entusiasmar a los potenciales yihadistas y simpatizantes en la diáspora occidental, animándolos a llevar a cabo la “yihad individual” y movilizándolos para cometer atentados. Desde julio del 2010 han aparecido un total de diecisiete números de la revista. El último ejemplar hasta la fecha fue publicado en agosto del 2017.

Hay que decir al respecto que el predicador y reclutador Anwar al-Awlaki (1971-2011), quien gozó de gran carisma entre la comunidad islamista radical, jugó en su momento un papel de fundamental importancia como figura emblemática tanto de *Inspire* como de AQPA. Cabe señalar que dominaba el inglés, por haber nacido en EE. UU., país en el que pasó gran parte de su vida. Aunque era un sujeto que carecía de una formación teológica consolidada, muchos jóvenes simpatizantes y colaboradores lo veían —y lo ven aún— como una autoridad religiosa. Gracias a su carisma, sus capacidades retóricas y

siete personas, entre ellas, tres niños de una escuela judía. Tras los ataques, Merah murió en el transcurso de un tiroteo con la unidad de élite de la policía nacional francesa.

sus conocimientos de idiomas, al-Awlaki consiguió radicalizar a muchos yihadistas en Occidente y los indujo a cometer atentados terroristas contra EE. UU.: su influencia ha sido probada en más de veinte acciones. Dos de los casos que alcanzaron mayor repercusión mediática fueron el de Nidal Malik Hasan y el de Faisal Shahzad³. Debido a su incesante actividad en el ciberespacio, al-Awlaki fue considerado durante mucho tiempo como “el Bin Laden de internet”. El popular predicador murió en septiembre del 2011 en un ataque norteamericano llevado a cabo en Yemen con un avión no tripulado.

Como se acaba de señalar, la importancia de la revista *Inspire* reside fundamentalmente en la radicalización de la diáspora musulmana. Esta publicación digital producida en Yemen constituye sin duda una prueba evidente de la transnacionalización del movimiento yihadista a través de internet. Lo que a primera vista llama la atención de este magazín es su atractivo diseño y su moderna y fresca calidad visual; algo, desde luego, inusual para las publicaciones yihadistas aparecidas con anterioridad. La revista está pensada fundamentalmente para los simpatizantes del movimiento que viven en Occidente, quienes, por sus condiciones de vida eminentemente urbana, están familiarizados con publicaciones que presentan un aspecto semejante. El citado magazín, cuyos números tienen más de 70 páginas y abundante material visual, puede ser distribuido fácilmente a través de internet a terceras personas, con lo que el objetivo de propaganda y eventual reclutamiento está más que garantizado.

Los objetivos fundamentales que persigue la revista *Inspire* son los siguientes: 1) aleccionamiento ideológico (ciertamente de carácter rudimentario), 2) incitación a la violencia (junto con la *demonización* de Occidente) y 3) instrucción práctica para la comisión de atentados.

Con respecto al primer objetivo, evidentemente, la transmisión de una concreta ideología de carácter radical ocupa un papel fundamental en los contenidos de la revista. No obstante, en lugar de abordar discusiones teológicas con un gran contenido académico —algo típico de otras publicaciones yihadistas—, *Inspire* prefiere dar prioridad a la acción y la aventura. En este sentido, sus autores plantean una especie de contracultura opuesta al estilo de vida occidental, suministrando nuevas figuras con las que los lectores pueden identificarse. De este modo, a los aspirantes a yihadistas procedentes de Occidente se les ofrece la oportunidad de comenzar su viaje ideológico a partir de una determinada estética. Esto significa básicamente que el yihadista en ciernes se apropia en primer lugar de una serie de normas de conducta y de un determinado código ético, algo que por otra parte sucede cuando un sujeto se adentra en una subcultura.

Debido a la simplificada forma de ver el mundo que propaga la revista *Inspire*, es evidente que esta se dirige fundamentalmente a simpatizantes sin una formación religiosa

3 El 5 de noviembre del 2009, el mayor Nidal Malik Hasan, psiquiatra del Ejército estadounidense, mató a 13 soldados e hirió a otros 29 en la base militar de Fort Hood (EE. UU.). Por su parte, el 1 de mayo del 2010, Faisal Shahzad, un ciudadano paquistaní-estadounidense nacido en junio de 1979, intentó cometer un atentado terrorista con un coche-bomba en el Times Square de Nueva York.

sólida. Esto es algo que se confirma si uno observa la cantidad de notas a pie de página que contienen los distintos artículos, notas que explican, en un lenguaje llano, los conceptos fundamentales del Islam. Por consiguiente, la actitud del magazín no pretende desde luego conquistar a una gran cantidad de lectores, sino más bien persuadir y radicalizar a un número limitado de individuos, con el objetivo de motivarlos a cometer atentados terroristas.

En cuanto al segundo objetivo (movilizar potenciales reclutas y colaboradores de la causa yihadista), el grupo principal de destinatarios son los simpatizantes que viven en países de habla inglesa, sobre todo en Occidente, pero también en África y Asia. El resultado de todo ello es una revista que manifiestamente se esfuerza por avivar un fenómeno que preocupa bastante a las fuerzas de seguridad europeas y de EE. UU.: el denominado “*homegrown terrorism*” o terrorismo autóctono. Este fenómeno se refiere a atentados terroristas en suelo occidental cometidos por sujetos que viven en el mismo país en el que actúan, y que por carecer de vínculo alguno con estructuras terroristas, apenas pueden ser detectados con anterioridad al ataque. En este sentido, los redactores de *Inspire* alientan constantemente a sus lectores a cometer atentados terroristas en sus propios países con medios sencillos, en lugar de emprender un peligroso y costoso viaje a un país oriental para participar en un campo de entrenamiento yihadista. Se considera que esta última opción acarrea el riesgo de que los servicios de inteligencia puedan desbaratar el plan y detener a los implicados.

Por último, el tercero de los ejes principales de la revista *Inspire* es la instrucción práctica para la preparación de atentados. En el contexto señalado, resulta tremendamente reveladora la rúbrica *Open Source Jihad*, que aparece en todos los números de la revista. Esta pretende motivar a potenciales terroristas y dotarlos de los conocimientos técnicos necesarios para cometer atentados en los países occidentales donde residen, a partir de utensilios caseros o artículos de uso corriente. Los temas tratados en esa sección van desde las instrucciones para la construcción de una bomba (*How to make a bomb in the kitchen of your mom*, aparecido en el primer número de la revista y que, al parecer, sirvió de inspiración a los hermanos Tsarnaev en el atentado de la maratón de Boston cometido en abril del 2013), hasta el manejo de un fusil de asalto AK-47, cómo hacer estallar un artefacto explosivo en un edificio o el aprendizaje de técnicas de comunicación segura. En este sentido, uno de los artículos más impactantes apareció en el segundo número de la revista, en el 2010, con el título: *The ultimate mowing machine*. El autor de este texto recomendaba instalar cuchillas de acero en el frontal de un vehículo pesado para, posteriormente, dirigirse a toda velocidad hacia una multitud de personas con el objetivo de matar al mayor número posible. Cabe recordar que un *modus operandi* semejante ha sido utilizado en Europa en los atentados de Niza, Berlín, Estocolmo o Barcelona.

Puede afirmarse que *Inspire* constituye, sin duda, el magazín de naturaleza yihadista que hasta el momento ha atraído la mayor atención por parte de Occidente. El lenguaje utilizado por la revista es claro, directo y de una simpleza extrema, entremezclado con

imágenes de gran calidad, que convierten a *Inspire* en un instrumento de comunicación y propaganda tremendamente llamativo. El eco mediático internacional que acompaña la aparición de cada nuevo número corrobora el enorme éxito de la publicación. De este modo, el principal objetivo de la revista, a saber, la movilización de simpatizantes para lograr su participación en la lucha armada, se ha conseguido en no pocos casos. La combinación de aleccionamiento religioso, propaganda política e instrucciones concretas para la comisión de atentados terroristas ha hecho de *Inspire* un instrumento de fundamental importancia en la lucha del movimiento yihadista contra los países occidentales, sobre todo, contra EE. UU.

Tras la muerte de Anwar al-Awlaki y Samir Khan en septiembre del 2011, cofundadores en su día de la revista *Inspire*, no pocos analistas consideraban que el futuro de esta publicación era incierto. Con todo, los números aparecidos hasta el momento contienen la suficiente fuerza explosiva de naturaleza ideológica como para radicalizar a potenciales terroristas y, en algunos casos, motivarlos a cometer atentados terroristas. Y es que su ideario ya se encuentra difundido a nivel mundial a través de internet, siendo imposible eliminarlo completamente. Tal y como señalan no pocos expertos, *Inspire* ha logrado desencadenar un movimiento yihadista radical a través de internet que ya no puede ser detenido (Peil, 2012, p. 44).

Actualmente hay que destacar otras dos revistas esenciales dentro del islamismo radical, que también aparecen publicadas en inglés: *Dabiq* y *Rumiyah*, ambas directamente vinculadas con EI. Con respecto *Dabiq*, ya su propio nombre permite entrever el gran simbolismo del que está cargada la publicación. Según la interpretación que hacen los radicales islamistas de los textos coránicos, *Dabiq* es una localidad situada en el norte de Siria en la cual tendrá lugar la batalla final entre el ejército islamista y todos los demás cruzados, con victoria final para el primero. El primer número de *Dabiq* se publicó en el 2014, y el último apareció el 31 de julio de 2016, para un total de 15 publicaciones.

El contenido y la temática que aborda esta revista es, como sucede con *Inspire*, muy variado. No obstante, pueden señalarse los siguientes temas como los más destacados: biografías, artículos sobre la fe y la religión, elogios, alabanzas y críticas a otros grupos yihadistas, la emigración al Califato (*hijrah*), el gobierno, la relación de EI con Occidente, así como actividades militares y terroristas tanto en los territorios controlados por dicha organización como en países Occidentales. Con todo, podría decirse que una de las diferencias palpables entre *Inspire* y *Dabiq* es el marcado carácter religioso de esta última en comparación con la primera.

Por su parte, *Rumiyah* (o, lo que es lo mismo, Roma) es la nueva revista que ha venido publicando EI desde septiembre del 2016. Hay que decir que su aparición viene a coincidir con la paralización de *Dabiq*. Esta circunstancia, unida al hecho de que Al Hayat Media Center —productora matriz de EI— es la encargada de publicar esta nueva revista, permite afirmar que *Rumiyah* es la sucesora de *Dabiq*. Casualmente, un mes después de la aparición del primer número de *Rumiyah*, EI anunció la caída de la ciudad de *Dabiq*

en manos del ejército “cruzado” sirio, por lo que es de suponer que la mencionada organización terrorista, previendo la caída de dicho enclave, se anticipó y cambió la estrategia mediante el tránsito a una nueva revista.

La estructura de este nuevo magazín, cuyo último número —el 13— apareció el 9 de septiembre del 2017, es bastante similar a la de la primigenia revista publicada por EI. Con todo, existen también algunas diferencias entre ellas. Por ejemplo, *Rumiyah* recoge infografías tomadas del periódico árabe al-Niba, que esclarecen ciertos conceptos relacionados con el Islam o la propaganda. También se aprecia, hasta el momento, una periodicidad más determinada, ya que los números aparecidos de *Rumiyah* desde su estreno han venido apareciendo con cierta frecuencia, mientras que *Inspire* y *Dabiq*, salvo contadas ocasiones, han sido publicadas con una gran discreción temporal, es decir, con notables desfases temporales entre un número y el siguiente. Lo que está por verse es si tal periodicidad mensual es mera casualidad y se difuminará de forma definitiva, o si más bien responde a la necesidad de EI de mostrar al mundo que no ha perdido fuerza a pesar de sus recientes y claras derrotas en el campo de batalla. En el momento de escribir estas líneas existen suficientes argumentos para negar esto último, pues están a punto de cumplirse dos años desde que EI publicó el último número de *Rumiyah*. Mientras tanto, en las últimas fechas el retroceso imparable de las zonas ocupadas por EI es un hecho incontestable.

Finalmente, conviene señalar la existencia de otras revistas yihadistas, vinculadas en mayor o menor medida a EI, las cuales están dirigidas a segmentos concretos de la población musulmana que vive en Occidente. Así, la revista *Dar al Islam* publica sus contenidos en francés, mientras que la revista *Istok* lo hace en ruso. También hay que hacer referencia a la revista *Al Nabá*, la cual se publica en lengua árabe.

Redes sociales (Facebook y Twitter)

Está fuera de toda duda que el desarrollo de internet y, muy especialmente, el de las redes sociales en los últimos quince años han cambiado los patrones de conducta y comunicación de buena parte de la sociedad mundial, lo que constituye una auténtica revolución tecnológica. Según un informe de la consultora We Are Social (2018), aparecido a comienzos del 2018, más de 4.000 millones de personas alrededor del mundo utilizan internet, a lo que se añade que 2/3 de la población mundial cuentan con un teléfono móvil.

En el concreto caso del terrorismo islamista, y en un primer intento para comunicarse, transmitir su ideología y reclutar a posibles adeptos, los grupos yihadistas emigraron de los foros en línea abiertos a aquellos otros a los que se podía acceder únicamente mediante invitación. Sin embargo, esta estrategia resultó insatisfactoria, ya que los foros de acceso por invitación limitaban enormemente el número de potenciales terroristas. Por el contrario, las redes sociales permiten llegar a un público sin restricción alguna. Cualquier persona puede unirse a un grupo mediante un simple clic. Asimismo, la difusión de material islamista radical se ve fácilmente amplificada por medio de la contabilización automática.

Por otra parte, los yihadistas pueden también esconder material potencialmente ilegal en la urdimbre de publicaciones en línea que aparecen en las distintas páginas web y redes sociales.

De este modo, las redes sociales se han ido convirtiendo en un medio muy importante para la captación de miembros y seguidores de la yihad. En estos casos, los jóvenes de ambos sexos de religión musulmana son objeto de un seguimiento especial por parte de grupos terroristas yihadistas con el objetivo de su reclutamiento. De un modo especial, aquellas comunidades virtuales con amplia aceptación en Occidente como Facebook, Twitter, MySpace o Second Life, así como sus equivalentes árabes, están siendo utilizadas cada vez más por los grupos terroristas y sus simpatizantes.

Facebook, lanzado en el 2004, actualmente tiene un estimado de usuarios cercano a los 1.490 millones de personas en todo el mundo, quienes pueden agregar fácilmente a otros usuarios para crear comunidades y compartir contenidos. De esta manera Facebook se convierte en un medio para que los yihadistas encuentren y contacten a sus simpatizantes de forma directa. Para ello, han movilizado a una serie de operativos con el objetivo de identificar a través de las redes sociales a potenciales candidatos que podrían ser receptivos a la ideología islamista. El objetivo es atraerlos para su causa mediante una cuidadosa labor de convencimiento a largo plazo. A través de Facebook y otras redes sociales, los yihadistas que actúan en la red identifican grupos cuyos miembros defienden en ocasiones posiciones antioccidentales y antisemitas, o bien simplemente denuncian la opresión del pueblo musulmán tanto en Occidente como en distintos conflictos que se desarrollan en distintos contextos geográficos.

Tras una conversación inicial inofensiva, los potenciales objetivos son seducidos paulatinamente e invitados exponer sus opiniones. En caso de que el diálogo se prolongue en el tiempo y se haga más intenso, los yihadistas comienzan a abordar temas como el Islam y, sobre todo, el sufrimiento de los musulmanes en el mundo, el cual es probado documentalmente mediante videos. En este estadio de la intercomunicación, el reclutador virtual invita al potencial candidato a trasladar la conversación de la red social en cuestión a un foro yihadista, al que únicamente se puede acceder a través de una clave o de aplicaciones de mensajería instantánea como Messenger o Skype. En este sentido, resulta sumamente interesante el relato expuesto en un libro por la periodista francesa Anna Erelle (pseudónimo), en el cual explica sus contactos a través de las redes sociales —para lo cual se hizo pasar por una islamista conversa— con un conocido yihadista perteneciente a la organización EI (Erelle, 2015). Se destaca, también, la intensa labor proselitista que realizan a través de Facebook las mujeres radicalizadas que se han trasladado al primer frente de batalla. En este caso, su actividad no se limita únicamente a buscar potenciales correligionarias, sino también a ofrecer rutas de acceso a Siria o Irak, o bien a intermediar para la búsqueda de un cónyuge en el Califato.

Por otro lado, la propaganda transmitida vía Facebook por radicales islamistas no se limita únicamente a captar futuros terroristas, sino que va mucho más allá. No es extraño

que los denominados combatientes extranjeros (*foreign fighters*) suban fotos a su perfil de Facebook mostrando imágenes bucólicas y románticas de la vida en el Califato, como aquellas que muestran a familias dando paseos por la naturaleza, a niños acudiendo a una escuela, a médicos atendiendo a pacientes o a mujeres llevando a cabo labores de enseñanza. Toda esta actividad llevada a cabo en Facebook por yihadistas europeos trasladados a la primera línea del frente tiene como objetivo transmitir una visión utópica del Califato, no solo con vistas al reclutamiento de muyahidines o terroristas suicidas, sino también para atraer al mayor número posible de sujetos con el objetivo de que se unan a la incipiente creación de un Estado donde vivir su interpretación del Islam en toda su pureza.

A pesar de lo explicado en los párrafos anteriores, los terroristas son muy conscientes de los riesgos que encierra su presencia en internet. En este sentido, conviene tener en cuenta que resulta ciertamente difícil utilizar redes sociales como Facebook sin que el usuario, al mismo tiempo, exponga a conocimiento público determinada información sobre su persona, lo cual le puede exponer a la correspondiente persecución penal. Por ello, tanto los militantes islamistas como los propagandistas de la yihad intentan en lo posible evitar el uso de las redes sociales. En su lugar, son los seguidores y simpatizantes de las organizaciones terroristas los que, en no pocos casos, hacen un uso asiduo de Facebook (Steinberg, 2012, p. 14).

Twitter, concebido como una plataforma de comunicación y distribución de mensajes cortos (máximo 280 caracteres), creada en el 2006 fundamentalmente para los usuarios de teléfonos móviles de última generación, permite a los yihadistas y a sus simpatizantes distribuir en tiempo real y por todo el mundo las últimas noticias sobre la yihad global. En junio del 2015, Twitter superó en todo el mundo la cifra de 300 millones de usuarios.

Son sobre todo celebridades y personajes mediáticos los que la utilizan para difundir entre sus seguidores sus quehaceres cotidianos y sus pensamientos, no obstante, el contexto terrorista no ha permanecido de espaldas a las ventajas que le puede reportar su uso. EI, por ejemplo, se destaca recurrir al uso de Twitter para la transmisión de sus mensajes. Su extensión ha sido tal que tan solo en el 2014, distintos estudios registraron alrededor de 46.000 cuentas pertenecientes a miembros de esta organización (Ortega, 2015; Ramsauer, 2015, p. 146), si bien la cifra podría ser bastante más alta.

En este sentido, los terroristas han podido comprobar cómo la estructura abierta de Twitter, y muy especialmente el uso de los denominados *hashtags*, les permiten mantener más cuentas abiertas y, además, alcanzar una mayor difusión. Resulta innegable que el uso de *hashtags* es probablemente el modo más efectivo para lograr que un mensaje se convierta en viral y alcanzar con ello su máxima difusión. Según señalan al respecto algunas fuentes, en la actualidad aproximadamente el 80% de la labor comunicativa de EI es transmitida a través Twitter (Tapia, 2016, p. 6). El motivo que lleva a esta decisión es que dicha red social cuenta con una cantidad de restricciones mucho menores que otras. Generalmente, y con el objetivo de asegurarse la centralización de los mensajes, el funcionamiento a través de esta red social se hace mediante la difusión de la información

principal, sobre todo, a través de unas cuentas determinadas y concretas. Es decir, son los denominados líderes espirituales o ciertas cuentas de renombre las que publican el grueso de las informaciones. También hay que mencionar la estrategia seguida por EI de crear un gran número de cuentas en Twitter minutos después de haber cometido un atentado en algún país occidental. A partir de ahí, el 90% del resto de los mensajes publicados en relación con el acontecimiento se basan en seguidores que repiten, retuitean o marcan como favoritos lo que las reseñadas cuentas han dicho previamente (Tapia, 2016, p. 6)

Respecto a cuál es la utilización exacta que se le da a Twitter por parte del yihadismo militante, se ha podido comprobar que las temáticas son muy diversas, y lo mismo sucede con los propósitos específicos de los mensajes. Con todo, se puede afirmar que una de las temáticas preferidas de los distintos mensajes es la brutalidad. Con ella se pretende transmitir a sus seguidores un sentimiento de superioridad y de victoria. Así, por ejemplo, bajo los *hashtags* #decapitación y #beheading, se encuentran en Twitter miles de mensajes sobre las acciones que EI ha cometido al respecto. No cabe duda de que los mensajes que más repercusión mediática tienen son los de este tipo. Así, se pueden mencionar casos tristemente célebres como la decapitación del periodista James Foley en el año 2014 o el video *Healing of the Believers' Chests* —publicado a comienzos del 2015—, en el que el piloto jordano Muadh al-Kasasbeh fue quemado vivo. En ambas ocasiones, EI recurrió a Twitter para difundir la información, así como para publicar un video con los hechos; información que todavía resulta accesible en la actualidad.

Puede decirse, por tanto, que uno de los temas empleados por excelencia son los actos brutales, los cuales, en muchas ocasiones, vienen acompañados por un intento de reflejar triunfalismo. Cada vez que organizaciones como EI actúan, Twitter se nutre de información de dichos ataques, convirtiéndose en el vehículo con el que reflejan su supremacía y, al mismo tiempo, transmiten terror e incitan a la violencia entre los usuarios. Un ejemplo de lo explicado lo constituyen los ataques terroristas cometidos en distintos puntos de la ciudad de París el día 13 de noviembre del 2015. Desde el mismo momento en que los terroristas comenzaron a actuar, EI generó al menos cuatro *hashtags* (#Paris_On_Fire, #FranceUnderAttack, entre otros), para conversar con la audiencia sobre los atentados y, paralelamente, dirigir las conversaciones (Lesaca, 2017, pp. 55-56).

Por otro lado, innumerables *tweets* y mensajes en redes sociales publicados por decenas de extremistas que, procedentes de países como el Reino Unido, ya han llegado a Oriente Medio, han mostrado la realidad escalofriante de la ya denominada Jihad Cool con mayúsculas. Jóvenes yihadistas británicos, como es el caso de Abu Hussain Al Britani (más conocido como “Jihadi John”, fallecido en noviembre del 2015), utilizan las redes sociales para promover su mensaje, jactándose en la red de sus actividades brutales con la esperanza de animar a otros a viajar a Irak y Siria, del mismo modo que los militantes esperan atraer a la yihad tanto a ciudadanos estadounidenses como extranjeros de todas las nacionalidades, transmitiendo para ello un mensaje bucólico y atrayente sobre la (presun-

ta) idílica vida que les espera en el Califato a aquellos/as que decidan hacer la emigración (*hijra*) (Collins, 2014).

Además de la transmisión de todos estos mensajes, los terroristas han creado estrategias destacadas que coinciden generalmente con determinadas fechas en el calendario. Entre estas, se destaca el lanzamiento de *hashtags* concretos con finalidades eminentemente propagandísticas. A modo de ejemplo se puede mencionar la campaña creada el 20 de junio de 2014 con denominaciones como “#AllEyesOnISIS” (“todos los ojos sobre ISIS”) y “#mil millones de musulmanes en apoyo del Estado Islámico de Iraq y Shaam”. En días previos a esta fecha, los terroristas trataron de movilizar a las redes sociales y convencer a sus simpatizantes para que ese día subieran imágenes de apoyo a su grupo y las etiquetaran bajo ese *hashtag*. El resultado fue impactante y un rotundo éxito, ya que en países muy diversos —que no se circunscriben únicamente a aquellos del mundo islámico— surgieron imágenes de miles de internautas en las que aparecían con banderas de la organización (Larráyo, 2014, p. 14). Por otro lado, también es muy común en el universo yihadista virtual utilizar de forma ilícita lo que se conoce como *rending topics*, es decir, temáticas populares en tiempo real que son consultadas por miles de usuarios de Twitter repartidos por todo el globo. Así, por ejemplo, durante la celebración del Mundial de Fútbol de Brasil 2014, muchos tuitos yihadistas iban acompañados por el *hashtag* #WorldCup o #brazil.

A partir de los datos presentados en los párrafos anteriores, la compañía dueña de la plataforma, radicada en San Francisco, decidió en septiembre de 2014 tomar medidas para evitar que Twitter se convirtiese en una lanzadera de contenidos terroristas. Según fuentes oficiales, más de 90.000 cuentas han sido eliminadas desde entonces, aunque los terroristas y sus simpatizantes han logrado adaptarse a la nueva realidad (Ortiz, 2015, p. 86). Efectivamente, la estrategia tanto de EI como de sus simpatizantes en Twitter ha cambiado: en lugar de “estrellas mediáticas” y usuarios de cuentas que ensalzan abiertamente la violencia terrorista, le han apostado a ser difusores casi invisibles de odio y captadores de nuevos reclutas. Este nuevo planteamiento de la actividad yihadista en línea se ha dispuesto para burlar los cada vez más exhaustivos controles de las redes sociales en general y de Twitter en particular. Lógicamente, una cuenta yihadista con gran cantidad de mensajes enviados, retuitados y con numerosos seguidores llama mucho más la atención que otras que pasan casi inadvertidas.

Hay que decir, por último, que la presencia de contenidos yihadistas en español dentro de las redes sociales ha sido muy escasa, por las mismas causas que explican la escasa presencia de contenidos en este idioma en foros y páginas estáticas. Así, han sido muy pocos los perfiles de Facebook, Twitter o YouTube que han hecho una apología explícita del terrorismo yihadista empleando el español. Con todo, en las últimas fechas han aumentado los mensajes y amenazas que yihadistas españoles están lanzando a través de las redes sociales. En la mayoría de los casos se trata de jóvenes radicalizados, que no se limitan a expresar ideas o convicciones en sus contextos sociales más o menos inmediatos

o en las redes sociales, sino que han llegado a implicarse en grupos terroristas que operan en Siria o en Irak. Un ejemplo paradigmático es el de Abu Tasmin el Magrebi (Mohamed Hamdouch), el cual se hacía llamar en las redes sociales Kokito Castillejos, y que nació en dicha localidad marroquí en julio de 1986. Como la mayoría de los radicales del área delimitada por Tetuán, Tánger, Castillejos y Ceuta, Kokito tuvo contactos con Mustafá Maya Amaya, un individuo de 51 años que fue detenido en Melilla en marzo de 2014, y que, según parece, ha sido decisivo en los procesos de radicalización de jóvenes tanto magrebíes como españoles. Abu Tasmin fue, en su momento, muy conocido por haberse fotografiado, sonriendo, con las cabezas de cinco personas que habían sido previamente degolladas. Lo más inquietante es que gracias a su actividad en las redes sociales fue seguido por decenas de jóvenes residentes en España, algunos de los cuales se han trasladado a zonas de combate. Conviene señalar que este yihadista murió en Alepo en noviembre del año 2015, mientras combatía para la organización terrorista EI.

Plataformas audiovisuales (YouTube)

En general, los videos vienen jugando desde siempre un papel de fundamental importancia en el contexto de la propaganda islamista a través de internet. Estos han ganado en protagonismo a lo largo de los últimos años ya que, como consecuencia de la expansión de internet y de la implantación de las redes sociales, resultan más accesibles que en épocas anteriores. Además, debido fundamentalmente a las innovaciones técnicas, así como a las mayores capacidades de sus creadores en el ámbito de la tecnología, estos videos han alcanzado un impactante nivel de profesionalismo y calidad. También hay que tener en cuenta el cambio en las costumbres de los usuarios de internet: actualmente, muchos de ellos prefieren los videos a los textos, ya que los contenidos susceptibles de ser visualizados son más fáciles de aprehender. En el contexto descrito hay que destacar también el hecho de que los contenidos que aparecen en los videos de naturaleza yihadista son presentados de forma elocuente, espectacular, mostrando un nivel de credibilidad y fascinación asombrosos.

Especialmente entre los musulmanes que habitan en la diáspora occidental, los videos tienen un mayor grado de popularidad que los textos ideológicos del movimiento islamista radical. Ello es debido por un lado al nivel de formación religiosa e ideológica entre los islamistas de Occidente, el cual resulta inferior al de sus correligionarios que habitan en países árabes. Por otro lado, hay que tener en cuenta la circunstancia de que el material escrito suele estar redactado en árabe, una lengua que constituye un obstáculo idiomático para la mayoría de los jóvenes musulmanes que viven en Occidente. Por ello, la única forma de *calar* en la diáspora musulmana es mediante la elaboración de material audiovisual en las distintas lenguas que se hablan en el mundo occidental.

En efecto, la sociedad occidental se ha visto sin duda sorprendida por la maquinaria mediática que EI ha venido utilizando en las últimas fechas con una excepcional eficacia.

La calidad de las comunicaciones audiovisuales de esta organización terrorista no tiene parangón en la historia reciente. Los videos que mostraban a Osama bin Laden en cuevas afganas, grabados con medios rudimentarios, resultan ahora mismo algo prehistórico si se comparan con las producciones filmadas por EI con las técnicas más vanguardistas. Los expertos en tecnología audiovisual que militan o simpatizan con EI trabajan de manera sistemática para conseguir que sus videos alcancen aquel estándar visual y de impacto al que está acostumbrada la audiencia residente en Occidente.

Tal como señala Ortiz (2014, p. 38), la eficacia comunicativa de EI denota un conocimiento absoluto de las reglas de juego de la sociedad occidental globalizada, donde los contenidos violentos que aparecen en internet presentan una casi simetría con las películas, series o incluso videojuegos que son consumidos por gran parte de la juventud, lo cual da lugar a una *viralización* casi automática y a la deshumanización de las víctimas.

YouTube es un portal de internet especializado en la carga, descarga y visionado de videos que pueden ser compartidos. Esta plataforma fue creada en el 2005 en San Mateo (California), pero su activación en línea se inició en la primavera del 2006. YouTube dice ser la “comunidad de video en línea más grande e importante del mundo”. Cualquiera persona puede visionar videos allí alojados, pero únicamente aquellos usuarios registrados pueden subir videos. Para aumentar el tráfico y el número de visitas, los titulares de cuentas en YouTube suelen colocar enlaces a los videos que han subido en una página web personal, en su perfil de Facebook o en otras redes sociales. Este mismo portal se ha convertido en el vehículo elegido por los yihadistas por la sencilla razón de que el formato audiovisual en varios idiomas se ajusta plenamente su propósito.

Por su naturaleza, YouTube facilita enormemente el hallazgo y la difusión de videos de contenido violento y radical. Prácticamente todos los videos yihadistas producidos en el mundo a lo largo de los últimos años pueden ser visionados en esta plataforma, desde sermones impartidos por clérigos radicales hasta escenas de combate, atentados terroristas suicidas o ejecuciones de rehenes occidentales en manos de EI. Puesto que cualquiera se puede suscribir a un perfil de YouTube, los simpatizantes de la yihad pueden ser informados de forma casi inmediata de la publicación de un determinado video. Además, YouTube garantiza entre sus usuarios un cierto anonimato ya que, al contrario de Facebook, mantiene ocultos a los abonados a un determinado perfil. Por otro lado, hay que tener en cuenta que la Primera Enmienda a la Constitución norteamericana, la cual garantiza la libertad de opinión y de prensa, hace prácticamente imposible obligar a los servidores norteamericanos a eliminar de la red la totalidad de las páginas con contenidos yihadistas. Ello tiene consecuencias para la lucha contra la propaganda yihadista no solo en EE. UU., sino en los países europeos (El Difraoui, 2012b, p. 70).

La finalidad de prácticamente todos los videos yihadistas que pueden hoy en día encontrarse en internet es la propaganda, la cual encuentra eco en distintos grupos de destinatarios. De acuerdo con Frohneberg & Steinberg (2012, p. 82), pueden distinguirse —desde un punto de vista material— cinco categorías distintas de videos yihadistas: 1)

videos intimidatorios y amenazantes, 2) videos de ensalzamiento del martirio, 3) videos de contenido estratégico e ideológico, 4) videos de operaciones terroristas y 5) videos de instrucción. Ahora bien, hay que decir que una división clara de estas cinco categorías no es posible en la mayoría de los casos, ya que muchos de los videos yihadistas publicados en internet presentan características combinadas de las cinco categorías.

1) Dentro de esta primera categoría, están aquellos en los que se presentan distintas acciones como la toma de rehenes, ejecuciones o decapitaciones. El más famoso a la fecha es el que muestra la ejecución del empresario estadounidense Nicholas Berg por parte de Abu Musab al-Zarkawi en mayo del año 2004. En las últimas fechas han aparecido otros videos donde se reproducen ejecuciones de estas características, como la decapitación del periodista norteamericano James Foley en verano del 2014 por parte del terrorista de EI conocido como “Jihadi John”. También se destaca el video de la ejecución del piloto jordano Muaz al Kasasbeh, el 3 de enero de, 2015, por parte de terroristas de EI.

También pueden encontrarse numerosos videos en los cuales distintas organizaciones terroristas del espectro yihadista amenazan a Estados y sus ciudadanos con atentados terroristas en caso de que sus respectivos gobiernos no cambien su política exterior, retirando por ejemplo sus tropas de países musulmanes como Irak, Siria o Afganistán. Con respecto a esta primera categoría, en las últimas fechas puede observarse cómo la realización de los videos por parte de EI es extraordinaria, lo cual confirma que su nivel de producción audiovisual es de una calidad altísima, como así lo demuestran los planos, la música o la infografía; empleando además un lenguaje visual sumamente atractivo, el cual tiene dos objetivos prioritarios: a) infundir terror en la sociedad occidental y b) captar adeptos entre la diáspora musulmana.

2) En esta segunda categoría de videos se celebra la muerte de yihadistas en operaciones terroristas suicidas, ensalzándolos como verdaderos musulmanes y mártires en el nombre de Alá. Con respecto a esta categoría, el material visual consta de fotos o incluso videos cortos de los terroristas cuando todavía estaban con vida. En el caso de operaciones suicidas, se muestran imágenes de la preparación de la acción, así como —cuando ello es posible— tomas del cadáver del suicida. En este tipo de videos, los terroristas suicidas se muestran siempre a la cámara con la misma actitud: sonrientes, aseados y con el dedo índice hacia arriba en señal de su unidad con Alá. Los videos del ensalzamiento del martirio glorifican la guerra santa y contribuyen al reclutamiento de nuevos operativos, ya que, en no pocos casos, los autores de estos videos hacen un llamamiento a los potenciales internautas para que sigan el ejemplo del protagonista del atentado suicida.

3) Un aspecto esencial de los videos que pertenecen a esta tercera categoría se encuentra en la transmisión y, sobre todo, legitimación tanto de la ideología yihadista como de su inherente estrategia terrorista. Es evidente que la propaganda visual juega un papel muy importante en los procesos de radicalización. En ocasiones, ese proceso de acercamiento a los potenciales yihadistas comienza con la “indignación moral” de la mayoría de los jóvenes musulmanes, la cual es provocada a través de las —deformadas— infor-

maciones sobre las guerras que se están librando en países de mayoría musulmana. En este sentido, los distintos videos insertan ese conjunto de *injusticias* en un determinado modelo de explicación, dando respuestas a las preguntas en torno a por qué sucede algo así y cómo se puede actuar en contra de esa situación. Pues bien, en la mayoría de los casos, la respuesta que aparece señala que todo ello hay que contextualizarlo en una guerra que se está librando a nivel mundial contra el Islam, de tal forma que la única opción que le queda al pueblo musulmán es llevar a cabo la lucha armada (yihad). En este sentido, mientras que los videos con contenido meramente documental despliegan su efecto entre la comunidad yihadista, aquellos videos en los que aparecen figuras destacadas de organizaciones terroristas, dando directrices ideológicas y estratégicas, se dirigen tanto a sus propios seguidores como al enemigo.

4) En esta categoría se muestran operaciones yihadistas concretas en distintos escenarios, para demostrar su potencial destructivo con miras a intimidar al enemigo y —lo que para ellos es más importante— justificar a sus financiadores la actividad que desarrollan. Hay que decir que los videos de operaciones terroristas constituyen sobradamente los que más aparece en internet. Dentro de esta variante hay que incluir también aquellos videos de formación táctica donde se muestra a individuos y grupos participando en cursos de entrenamiento terrorista o de formación de combate. La finalidad de esta categoría es la propaganda para la lucha armada, sugiriendo a los potenciales reclutas que en las zonas de combate les espera una gran aventura que no pueden dejar escapar. Con respecto a esta categoría, el 17 de mayo de 2014, la productora Al Furqan —asociada a EI— publicó un gran documental de una hora de duración con el título “El sonido de las espadas” (*Clanging of the swords*). En él se muestran las victorias militares y las conquistas que los terroristas habían logrado desde el año 2013 en Irak y en Siria. El objetivo del documental era sin duda mostrar al mundo entero la potencia militar de EI y, sobre todo, su determinación para lograr la victoria.

5) Por último, están los videos que tienen como objetivo transmitir los conocimientos técnicos necesarios para construir artefactos explosivos, dispositivos incendiarios y la utilización de armamento. Hasta el momento, esta categoría supone solo un pequeño porcentaje de los videos yihadistas publicados en internet. Al respecto hay que decir que, hasta la fecha, no se ha logrado llevar a cabo un atentado terrorista de gran magnitud en el que sus autores hayan adquirido el *know how* exclusivamente a través de internet. El único caso conocido hasta ahora en el que los terroristas pudieron haber adquirido los conocimientos necesarios de este modo está constituido por el ataque llevado a cabo el 15 de abril del 2013, durante la maratón de Boston, por parte de los hermanos Tamerlan y Dzhokhar Tsarnaev. Por consiguiente, la idea de que internet podría haberse convertido en una especie de universidad a distancia virtual no puede ser sostenida (Cano, 2013).

Un estudio llevado a cabo por Conway & McInerney (2008, pp. 112-114) analizó a los usuarios y simpatizantes de videos de contenido yihadista publicados en YouTube, centrándose en aquellos que realizaban comentarios al material audiovisual de promoción del

martirio en la guerra de Irak. Los hallazgos de estos autores señalan que la mayoría de estos internautas tenían menos de 35 años y residían fuera de la región de Oriente Medio y el Norte de África, con el mayor porcentaje de partidarios ubicados en los Estados Unidos. Dicho análisis llevó a los investigadores a la siguiente conclusión: “Lo que es evidente es que el contenido yihadista se está extendiendo mucho más allá de los sitios web y foros yihadistas tradicionales, extendiéndose particularmente a las plataformas de video y a las redes sociales —dos características de la web 2.0— y, por lo tanto, extendiendo su radio de acción más allá de lo que podría concebirse como su base de apoyo central en la región de Oriente Medio y el Norte de África, abarcando también ahora a las poblaciones de la diáspora, conversos y simpatizantes políticos”.

En este sentido, en los últimos años se han podido identificar dos concretos actos vinculados al terrorismo yihadista que involucraban a una misma red de contactos de YouTube y Facebook, incluyendo también los canales virtuales del grupo extremista Al-Muhajiroun presente en YouTube. Se trata, en ambos casos, de sujetos para quienes, al parecer, YouTube jugó un papel importante tanto en su proceso de radicalización como en su paso a la acción (Klausen, Tschaen Barbieri, Reichlin-Melnick, & Zelin, 2012, pp. 40-41).

Taimour Abdulwahab al-Abdaly, un ciudadano sueco de origen iraquí, de 30 años, que desde el 2001 vivía en la localidad británica de Luton, hizo estallar dos bombas en el centro de Estocolmo el 11 de diciembre del 2010. En el primer caso se trató de un coche bomba, mientras que el segundo era un artefacto explosivo que estalló en su mochila, posiblemente antes de tiempo. Al-Abdaly murió, mientras que dos transeúntes resultaron heridos. Al-Abdaly era un ávido usuario de Facebook y YouTube. Al parecer envió un correo electrónico a la prensa poco antes de cometer el atentado suicida, a la vez que pudo haber intentado grabar y difundir su “operación de martirio”. El perfil de Al-Abdaly en Facebook, así como sus hábitos de visualización de videos en la plataforma YouTube, pudieron ser recuperados por las fuerzas de seguridad. Uno de los videos que Al-Abdaly visionó poco antes de su acto violento fue subido a Videomuslim, una cuenta de usuario asociada a Sharia4Holland, uno de los principales canales de Al-Muhajiroun presentes en YouTube.

El 2 de marzo de 2011, Arid Uka, un joven de 21 años de edad albaniano-kosovar, residente en Alemania, disparó mortalmente a dos soldados estadounidenses que estaban subiendo a un autobús en el aeropuerto de Frankfurt. Uka dijo a la policía que había sido motivado por un video publicado en internet —y que resultó ser falso— en el que aparecían soldados estadounidenses violando a una mujer musulmana. Dicho video había sido subido al menos en dos canales Sharia 4 en YouTube días antes de los disparos. Uka no era un miembro conocido de redes yihadistas locales y tampoco estaba bajo vigilancia antes de su ataque, a pesar de que existían indicios que apuntaban a que este joven se encontraba profundamente inmerso en las redes sociales yihadistas activas de internet. Así, Uka era “amigo” en Facebook de varios yihadistas conocidos, los cuales también estaban en la lista

de amigos del terrorista de Estocolmo, Taimour Abdulwahab al-Abdaly (Schahbasi, 2009, pp. 26-27).

La yihad a través de la música: *nasheeds*

No cabe duda de que internet ha jugado un papel fundamental en la creación de una propia “identidad o subcultura yihadista”, de la que participa un sector de la juventud musulmana. Los videos de rap, las nociones románticas de la revolución y la aventura, así como los relatos de primera mano sobre la “diversión” de la guerra de guerrillas o la vida bucólica en el Califato son las últimas tácticas usadas por los reclutadores islamistas como parte de lo que los expertos han identificado como una “intensificación de la radicalización”, tanto en los Estados Unidos como en otros países. Para no pocos autores, la (sub) cultura yihadista, concebida como una herramienta para crear una identidad común y movilizar nuevos reclutas con independencia del país de procedencia, es probablemente tan importante como su propia ideología (Sageman, 2004, p. 178).

Pues bien, en el contexto descrito hay que destacar también la difusión de cantos religiosos a capela, denominados *nasheeds*, lo cual, como se verá a continuación, ha logrado incluso establecer un estilo de música propio en el contexto yihadista.

Puede afirmarse que las *nasheeds* son al menos tan relevantes para el movimiento yihadista global como la propia poesía en el mundo islámico. Esta tesis es subrayada incluso por el propio Anwar al-Awlaki en una interesante declaración efectuada en su manual *44 Ways to Support Jihad*, en los siguientes términos (Al Awlaki, s. f., p. 19):

In the time of Rasulullah (saaws) he had poets who would use their poetry to inspire the Muslims and demoralize the disbelievers. Today nasheeds can play that role. A good nasheed can spread so widely it can reach to an audience that you could not reach through a lecture or a book. Nasheeds are especially inspiring to the youth, who are the foundation of Jihad in every age and time. Nasheeds are an important element in creating a “Jihad culture”.

Estos himnos (*nasheeds*) no solo se utilizan ampliamente en los videos de propaganda, sino que también están siendo distribuidos a través de internet en forma de archivos de audio, algo que también está ocurriendo con sus textos. Así, en los foros yihadistas más populares pueden encontrarse secciones especiales conocidas como *Sautiyat* (audios), en las cuales uno tiene a disposición todo tipo de *nasheeds* de inspiración yihadista, incluso colecciones completas de *nasheeds*, con más de 400 títulos.

En la mayoría de los casos, las *nasheeds* de naturaleza militante han sido compuestas en árabe, aunque pueden encontrarse en otros idiomas propios de países de mayoría musulmana, como el pashtu, el urdu, el turco y el bosnio. Con todo, hoy en día también hay canciones en inglés, alemán y holandés.

De acuerdo con Said (2012, p. 871), existe un total de cuatro categorías de *nasheeds*: 1) himnos de batalla, 2) himnos de glorificación del martirio, 3) himnos de luto y 4) him-

nos de alabanzas. La mayoría de *nasheeds* que aparecen en el contexto yihadista a través de internet encajan en una de las cuatro categorías citadas. Sin embargo, conviene señalar que existen también *nasheeds* que no pueden ser subsumidas en una categoría especial debido a que aparecen con poca frecuencia en las recientes publicaciones yihadistas. Se trata en este caso de aquellas relacionadas, por ejemplo, con la situación en Palestina, los presos o cuestiones políticas actuales.

La gran mayoría de *nasheeds* pueden ser subsumidas en la primera categoría (“himnos de batalla”). Estas canciones tienen un compromiso de lucha y se utilizan para estimular y movilizar a los combatientes muyahidines y sus partidarios. Por consiguiente, cuando se tienen en cuenta diversos estudios que evalúan otras publicaciones yihadistas, como los videos, no resulta sorprendente descubrir que la mayoría de *nasheeds* pertenecen a esta primera categoría. En este sentido, Finsnes (2010, p. 19) ha llegado a la conclusión de que el 48 % de todas las producciones audiovisuales de naturaleza yihadista tienen como objetivo prioritario documentar batallas y ataques. De este modo, puede afirmarse que esta impresión resulta también válida en relación a las *nasheeds* yihadistas.

La segunda categoría de *nasheeds*, que hace referencia al martirio (*shuhada*), por regla general, no está dedicada a una sola persona en concreto, sino a la idea misma del martirio. La mayoría de *nasheeds* ubicables dentro de esta categoría describen la alegría de alcanzar el paraíso que le supone al *shahid*, alentando al mismo tiempo al resto a no darse por vencidos y a seguir luchando contra los infieles.

La tercera categoría es la que hace referencia a los himnos de luto. La denominada *marthiya* es un tipo muy antiguo de poesía en el mundo árabe que era compuesta para los amigos y familiares, personas de gran integridad y, a veces, incluso para animales u objetos inanimados. A diferencia de las *nasheeds* relativas al martirio, los cantos de duelo se dedican a una persona en especial.

La cuarta y última categoría principal de *nasheeds* está compuesta por los denominados himnos de alabanza. Estos poemas, que alaban a una persona de alta consideración, son una modalidad de poesía muy conocida en el mundo árabe denominada *madih* (elogio). La persona que es objeto de alabanza (*mamdub*) se describe de una forma estereotipada, cuyos atributos más comunes son la generosidad, la valentía y el honor. Estos elementos pueden encontrarse en casi todos los himnos de alabanza que se publican en el contexto yihadista, en los que el *mamdub* llega a ser equiparado a líderes importantes del universo yihadista, como Abu Musab al-Zarqawi, Abu Bakr al-Baghdadi o el mismísimo Osama bin Laden.

Tal y como se ha señalado anteriormente, las *nasheeds* vienen siendo últimamente un instrumento eficaz para la propaganda yihadista. Con ellas se pretende no solo apelar a la razón a través de sus textos, sino también y fundamentalmente *remover* las almas (Said, 2012, p. 875). Estos himnos religiosos están actualmente muy extendidos a lo largo y ancho de internet, por lo que no solo los miembros y partidarios del movimiento yihadista, sino también sus simpatizantes, pueden fácilmente entrar en contacto con este material,

ya que se pueden encontrar muchas *nasheeds* radicales no solo de forma exclusiva en las páginas web de naturaleza yihadista, sino también en sitios de internet que dicen proporcionar “*nasheeds* islámicas”. Además, estos cantos se utilizan como un lazo de unión entre la escena yihadista global, de forma que resultan tremendamente útiles en la creación de una narrativa común y en la construcción y consolidación de una mentalidad colectiva.

La denominada *darknet*

Al hablar de las actividades islamistas radicales en la denominada red oscura o *darknet*, resulta necesario hacer una precisión terminológica entre dos conceptos que, en no pocas ocasiones, son utilizados indistintamente, aunque de forma equivocada ya que hacen referencia a dos realidades muy distintas. Así, por un lado, conviene hacer mención de lo que se conoce como red profunda, red oculta o *deep web*. En este caso se trata de aquella parte de internet que no se encuentra en la superficie o, lo que es lo mismo, a la que no se puede acceder de forma pública o a través de los motores de búsqueda estándar. Según los expertos informáticos, en la red profunda se alojan todas aquellas páginas que no son registradas por los buscadores más conocidos como Google o Bing. Para ello, uno debe imaginarse internet como una especie de iceberg: Google busca únicamente en la superficie o en la capa inmediatamente inferior, quedando una amplísima masa extramuros de las actividades cotidianas en internet por parte de la mayoría de los usuarios (Flade, Fuest, Nagel, & Schlesier, 2014). Hay que decir que la *deep web* no es sinónimo, en principio, de delito. De hecho, esta red profunda se pensó para aquellos internautas que preferían una navegación privada y, sobre todo, anónima, por cuestiones de persecución política o simple seguridad.

Por el contrario, la red oscura es aquella parte de la red profunda que reúne dos características específicas: a) solo se puede acceder mediante aplicaciones o programas informáticos específicos y b) sus contenidos reúnen en la mayoría de los casos un carácter delictivo.

De este modo, la red oscura o *darknet* constituye fundamentalmente un lugar de retiro para todos aquellos que, a la hora de navegar por internet, necesitan hacerlo de forma anónima; y ello, en la mayoría de los casos, para enmascarar actividades prohibidas. En la red oscura actúan tanto sicarios como traficantes de drogas, de armas, pedófilos y terroristas; pero también, en ocasiones, disidentes políticos que temen por su vida. Es allí donde únicamente pueden sentirse seguros.

Como se ha señalado anteriormente, las páginas web que se ubican en la red oscura únicamente pueden ser visualizadas tras haber descargado en el ordenador personal el correspondiente programa. El más conocido es la red TOR (*The Onion Router*). El navegador TOR está compuesto por una red de más de 5.000 servidores, los cuales se denominan “nodos”. La red TOR nació por la necesidad que ciertas personas tenían de que su contenido no fuera público ni fácilmente accesible. Si bien al principio tenía restringido su acceso por invitación, poco a poco se ha ido abriendo a cualquier persona que quiera entrar.

En la red TOR, la transmisión de datos se lleva a cabo desde un punto nodal a otro. Así, el ordenador de un usuario de TOR crea una conexión codificada hacia el primer servidor. Este reenvía a su vez los datos hacia un segundo punto nodal; el segundo a un tercero. Ahora bien: los distintos servidores únicamente conocen el punto nodal anterior y el inmediatamente posterior. Cuando un paquete de datos ha transitado por tres puntos nodales ya no puede rastrearse la dirección IP del emisor de ese paquete —a saber, el usuario—, ya que esta recibe una especie de manto invisible. Ello es debido a que los paquetes de datos son recodificados nuevamente entre punto nodal y punto nodal, recibiendo así una nueva dirección. A esto se le llama “enrutamiento de la cebolla”, porque va por capas, y de ahí el logo del servidor TOR. De esta forma, se hace imposible conocer quién está detrás de cada conexión en la web oscura, por lo que esta se convierte en un espacio perfecto para actividades delictivas como el terrorismo.

Tal y como se ha señalado anteriormente, para poder navegar por la red TOR, el usuario únicamente debe descargarse en su ordenador un pequeño programa que se denomina “TOR Browser Bundle” (www.torproject.org). Una vez descargado y puesto en marcha, el usuario puede navegar de forma anónima y visitar la cara oculta de internet.

Uno de los problemas principales que plantea la existencia de la web oscura es que la jurisdicción, que está basada en el territorio sobre el cual tiene competencia, no puede actuar en ella. Como no se sabe dónde eventualmente se cometen los delitos ni quién los comete, resulta prácticamente imposible actuar contra ellos.

Por otro lado, uno de los servicios más atractivos que proporciona la web oscura es el de la privacidad en las conversaciones. Por medio de un sistema conocido como PGP (acrónimo de *Pretty Good Privacy*), un usuario puede comunicarse con otra persona únicamente recibiendo un código otorgado por esta. Evidentemente, este sistema abre la puerta a la coordinación de organizaciones de forma confidencial a nivel mundial. En el sentido apuntado, las fuerzas de seguridad españolas encargadas de observar la presencia terrorista en internet tienen constancia de que en la web oscura están presentes organizaciones terroristas que la utilizan no solo para comunicarse entre ellos, sino también como medio para realizar tareas de propaganda y captación (Muñoz, 2015).

Dentro del contexto del terrorismo islamista, la web oscura es utilizada con asiduidad para transmitir mensajes encriptados u ocultos. Así, detrás de una imagen o texto de carácter inocuo, y una vez se han introducido una serie de palabras clave, aparecen contenidos de carácter neutro. Únicamente tras haber introducido varias contraseñas adicionales aparecen visibles los mensajes yihadistas. En este sentido, hay que citar el caso de Rajib Karim, un joven nacido en Bangladesh pero residente en el Reino Unido, experto en informática y trabajador de la compañía aérea British Airways, quien fue condenado en el 2011 por planear una serie de atentados terroristas mediante aviones comerciales. Al parecer, Karim utilizó la web oscura para contactar y conversar con el mismísimo Anwar al-Awlaki (Dodd, 2011; El Difraoui, 2012a, p. 14).

En definitiva, a pesar del uso de los foros públicos o semipúblicos, los extremistas todavía necesitan lugares seguros y privados para reunirse, comunicarse y coordinar sus actividades. En este sentido, resulta indudable que en las últimas fechas ha aumentado considerablemente el uso de la web profunda y, sobre todo, de la red oscura por parte de círculos yihadistas, siendo esta una de las áreas más difíciles de controlar. Por ello, es más probable que ya se haya producido un aumento en el uso de la arquitectura oculta de internet, con repositorios de archivos, sitios de almacenamiento o páginas de comunicación anónima entre usuarios, para con ello proteger las conversaciones de la infiltración y la vigilancia.

Conclusiones

En los últimos años, el terrorismo de base yihadista ha sido un entusiasta del medio de comunicación global por antonomasia: internet. Ello, desde luego, no deja de ser sorprendente si se tiene en cuenta que organizaciones terroristas como EI se caracterizan precisamente por luchar contra todo aquello que representa la modernidad o la civilización occidental.

De entre todas las utilidades que presenta internet a nivel de propaganda y comunicación, han sido sin duda las redes sociales y las plataformas audiovisuales las que están siendo más utilizadas por el terrorismo global. En este sentido, resulta destacable el protagonismo que han adquirido los seguidores y simpatizantes del islamismo radical, ya que son ellos precisamente los que, en mayor número, están llevando a cabo las tareas de captación, adoctrinamiento, adiestramiento e incluso reclutamiento. Por otro lado, los combatientes extranjeros situados en el primer frente de batalla están utilizando internet no solo para llevar a cabo labores de captación, sino también para transmitir una imagen bucólica, romántica y atractiva de la vida en el Califato; imagen que en modo alguno se corresponde con la realidad.

Por otro lado, internet le ha servido al terrorismo islamista para crear una comunidad virtual que se extiende por todo el globo, más allá de nacionalidades, etnias o de la situación socioeconómica de sus miembros. Especialmente la propaganda audiovisual transmitida de forma magistral por EI ha conseguido crear una subcultura virtual entre miembros, seguidores y simpatizantes, donde se comparten agravios, emociones, anhelos y objetivos. Esta subcultura yihadista, nacida a través de los nuevos medios de comunicación en el ciberespacio, presenta en principio unas características semejantes a otras subculturas presentes en Occidente desde la década de los setenta, aunque tiene un potencial destructivo preocupante si se tienen en cuenta los últimos atentados terroristas cometidos en Europa en fechas recientes.

Cuando se acaban de cumplir cinco años desde que Abu Bakr al Bagdadi proclamase a principios de julio del 2014 desde la Gran Mezquita de Mosul la creación del Califato islámico, la estrepitosa derrota de EI parece estar próxima a consumarse. Sin embargo,

su ideología de terror, diseminada en los últimos años por todo el globo gracias a una magistral campaña de propaganda difundida a través de internet, ha permitido que, al día de hoy, sean todavía miles los sujetos que siguen seducidos por la idea de participar en la construcción de un califato universal, para lo cual están dispuestos a utilizar la violencia más extrema en forma de atentados terroristas.

Al contrario de lo que sucedía en el caso de la organización Al Qaeda, el nuevo terrorismo yihadista personificado en EI no necesita la presencia de un líder destacado encargado de amenazar a Occidente, adoctrinar a sus adeptos y dirigir las operaciones. Más bien al contrario, los nuevos “soldados universales de Allah” no necesitan ninguna figura a la que seguir, sino que son ellos mismos los que, a través de internet y las redes sociales, consiguen que el mensaje y la propaganda alcance unos niveles de audiencia nunca antes imaginados. Por ello, hay que afirmar que la eventual desaparición de EI no va a afectar su ideología.

El peligro inherente al binomio “internet y propaganda yihadista” supone, sin duda, un reto muy serio para los servicios de inteligencia y las fuerzas de seguridad de los países occidentales. Tal y como se señaló en un trabajo anterior (Cano, 2019), el afrontar el problema de la violencia terrorista a través de internet implica aplicar dos enfoques antagónicos, aunque necesarios y, en cierta medida, complementarios. Así, en primer lugar, se requiere implementar una estrategia de signo represivo, cuyo objetivo debe ser no solo observar de forma intensiva la presencia yihadista en internet, sino también cerrar aquellas páginas web de contenido radical e identificar y anular a aquellos yihadistas más activos. Pero, por otro lado, también se necesita una estrategia de carácter profiláctico, dirigida a adoptar medidas más amplias, como la utilización de las denominadas “contranarrativas”, o bien, los programas de prevención de la radicalización. Estos últimos son los que, bien planteados e implementados, pueden lograr inhibir y contrarrestar procesos de radicalización o socialización en una violencia para la que sus promotores aducen supuestas justificaciones basadas en una lectura rigorista, intemporal y, sobre todo, irracional de los textos coránicos y de otras fuentes tradicionales del credo mahometano.

Declaración de divulgación

El autor declara que no existe ningún potencial conflicto de interés relacionado con el artículo. Este trabajo se enmarca en el proyecto de investigación “Criminología, evidencias empíricas y política criminal. Sobre la incorporación de datos científicos para la toma de decisiones en relación con la criminalización de conductas”. Agencia Estatal de Investigación (AEI) / Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades y la Unión Europea (Ref. DER2017-86204-R). Investigador principal: Fernando Miró Llinares.

Financiamiento

El proyecto de investigación arriba mencionado, del que se deriva este artículo, fue financiado por la Agencia Estatal de Investigación (AEI) / Ministerio de Ciencia, Innovación

y Universidades y la Unión Europea, a través del Fondo Europeo de Desarrollo Regional —Feder— (Ref. DER2017-86204-R).

Sobre el autor

Miguel Ángel Cano Paños es licenciado en Derecho por la Universidad de Barcelona (España) en el año 1994. Diplomado Superior en Criminología por la Universidad de Barcelona (España) en el año 1996. Ll. M. por la Westfälische Wilhelms-Universität Münster (Alemania) en el año 1998. Doctor en Derecho por la Universidad de Potsdam (Alemania) en el año 2003. Doctor en Criminología por la Universidad de Murcia (España) en el año 2015.

<https://orcid.org/0000-0001-5426-7227> - Contacto: macano@ugr.es

Referencias

- Al Awlaki, A. (s. f.). *44 Ways to Support Jihad*. Victorious Media. Recuperado de <http://bit.ly/2ZpxCtG>
- Cano Paños, M. (2013). El atentado de Boston. ¿Un cambio de paradigma en el contexto del terrorismo yihadista global? *El Criminologista Digital. Papeles de Criminología*, 1, 1-4.
- Cano Paños, M. A. (2019). La expansión, intensificación y seducción del terrorismo islamista a través de internet: análisis criminológico. *Revista Científica General José María Córdova*, 17(26), 271-287. <https://doi.org/10.21830/19006586.431>
- Ceberio, M., & Simón, F. (2012). Merah es uno solo, pero es un león que ha resistido más de 30 horas. *El País*. Recuperado de https://politica.elpais.com/politica/2012/03/27/actualidad/1332882355_963826.html.
- Collins, L. (2014). “Jihad Cool”: The young Americans lured to fight for ISIS militants with rap videos, adventurism and first hand accounts of the ‘fun’ of guerrilla war. *Daily Mail*. Recuperado de www.dailymail.co.uk/news/article-2661727/Jihad-Cool-The-young-Americans-lured-fight-ISIS-militants-rap-videos-adventurism-hand-accounts-fun-guerrilla-war.html
- Conway, M., & McInerney, L. (2008). Jihadi video & auto-radicalisation: Evidence from an exploratory YouTube study. *Proceedings of the 1st European Conference on Intelligence and Security Informatics*, Esbjerg, Denmark, 3-5 de diciembre, 108-118.
- Dodd, V. (2011). British Airways worker Rajib Karim convicted of terrorist plot. *The Guardian*. Recuperado de <http://www.theguardian.com/uk/2011/feb/28/british-airways-bomb-guilty-karim>
- El Difraoui, A. (2012a). *Jihad.de. Jihadistische Online-Propaganda: Empfehlungen für Gegenmaßnahmen in Deutschland*. Berlin: Stiftung Wissenschaft und Politik (SWP).
- El Difraoui, A. (2012b). Web 2.0 – mi tienem Klick im Medienjihad. En: G. Steinberg (Ed.), *Jihadismus und Internet: Eine deutsche Perspektive* (pp. 67-75). Berlin: Stiftung Wissenschaft und Politik (SWP).
- Erelle, A. (2015). *En la piel de una yihadista*. Madrid: Debate
- Finsnes, C. (2010). *What is audio-visual Jihadi propaganda? An overview of the content of FFI's Jihadi video database*. Recuperado de <http://rapporter.ffi.no/rapporter/2010/00960.pdf>
- Flade, F., Fuest, B., Nagel, L.-M., & Schlesier, V. (2014). Geheimdienste blasen zum Angriff auf das Darknet. *Die Welt*. Recuperado de <https://www.welt.de/wirtschaft/webwelt/article125181835/Geheimdienste-blasen-zum-Angriff-auf-das-Darknet.html>
- Frohneberg, R., & Steinberg, G. (2012). Videopropaganda und Radikalisierung. En G. Steinberg (Ed.), *Jihadismus und Internet: Eine deutsche Perspektive* (76-88), Berlin: Stiftung Wissenschaft und Politik (SWP).

- Hernández, I., & Carrión, F. (2015). Diez mil europeos a la yihad. *El Mundo*. Recuperado de <http://www.elmundo.es/internacional/2015/03/09/54fc9cae268e3ef12b8b4578.html>
- Holtmann, P. (2012). Virtual leadership: How Jihadists guide each other in cyberspace. En R. Lohlker (Ed.), *New approaches to the analysis of Jihadism. Online and offline* (pp. 63-124). Viena: Vienna University Press.
- Institute for Strategic Dialogue. (2011). *Radicalisation: The role of the Internet*. Recuperado de <https://bit.ly/2H9xQkn>
- Klausen, J., Tschaen Barbieri, E., Reichlin-Melnick, A., & Zelin, A. (2012). The YouTube Jihadists: A social network analysis of Al-Muhajiroun's propaganda campaign. *Perspectives on Terrorism*, 6(1), 36-53.
- Larráyo, D. (2014). Los Community Managers del terror: la propaganda online e ISIS y su ofensiva sobre Irak. *Instituto Español de Estudios Estratégicos, 82bis*, 1-25.
- Lesaca, J. (2017). *Armas de seducción masiva. La factoría audiovisual de Estado Islámico para fascinar a la generación millennial*. Barcelona: Península.
- Muñoz, A. (2015). Viaje al lado oscuro de internet. *El Mundo*. Recuperado de <https://www.elmundo.es/espana/2015/03/05/54f7513cca47413e0f8b4570.html>
- Ortega, P. (2015). El Estado Islámico tiene 46.000 cuentas en Twitter. *El País*. Recuperado de https://politica.elpais.com/politica/2015/07/24/actualidad/1437753480_585841.html
- Ortiz, A. (2015). *#Yihad. Cómo el Estado Islámico ha conquistado Internet y los medios de comunicación*. Barcelona: Editorial UOC.
- Peil, F. (2012). "Inspire": Das Jihad-Magazin für die Disapora. En G. Steinberg (Ed.), *Jihadismus und Internet: Eine deutsche Perspektive* (pp. 32-44). Berlin: Stiftung Wissenschaft und Politik (SWP).
- Ramsauer, P. (2015). *Die Dchihad Generation. Wie der Apokalyptische Kult des Islamischen Staates Europa bedroht*. Wien: Styria.
- Sageman, M. (2004). *Understanding Terror Networks*. Philadelphia: University of Philadelphia Press.
- Said, B. (2012). Hymns (*Nasheeds*): A contribution to the study of the *Jihadist* culture. *Studies in Conflict & Terrorism*, 35, 863-879. <https://doi.org/10.1080/1057610X.2012.720242>
- Schahbasi, A. (2009). Muslime in Europa. Radikalisierung und Rekrutierung. *SIAK-Journal, Zeitschrift für Polizeiwissenschaft und polizeiliche Praxis*, 1, 20-34.
- Steinberg, G. (2012). Jihadismus und Internet. Eine Einführung. En Autor (Ed.), *Jihadismus und Internet: Eine deutsche Perspektive* (pp. 7-22). Berlin: Stiftung Wissenschaft und Politik (SWP).
- Tapia, M. E. (2016). Análisis de la estrategia comunicativa del terrorismo yihadista: el papel de las redes sociales. *Instituto Español de Estudios Estratégicos - Documento de Opinión*, 2, 1-15.
- Torres, M. R. (2014). *Al Andalus 2.0*. Granada: Biblioteca GESI.
- We Are Social. (2018). *Global Digital Report 2018*. Recuperado de <https://digitalreport.wearesocial.com/>
- Weimann, G. (2010). Terrorist Facebook: Terrorists and online social networking. En M. Last, & A. Kandel (Eds.). *Web intelligence and security. Advances in data and text mining techniques for detecting and preventing terrorist activities on the web* (pp. 19-30). Amsterdam: IOS Press.