

El presente artículo analiza la evolución de la propaganda de los grupos terroristas islámicos, en los últimos cinco años, qué soportes utilizan, su lenguaje, entre otros. En la introducción se describen brevemente los antecedentes de los Cuerpos de Guardia Revolucionaria Islámica, luego se analiza la propaganda, características, soporte, servicios de mensajería, frases, símbolos, objetivos de los grupos terroristas islámicos y, para finalizar, se sintetizan las conclusiones desde la perspectiva de las operaciones psicológicas en el contexto de las operaciones de información.

ANÁLISIS DE LAS OPERACIONES PSICOLÓGICAS EVOLUCIÓN DE LA PROPAGANDA EN LOS GRUPOS TERRORISTAS ISLÁMICOS



This paper analyzes how the propaganda of Islamic terrorist groups has evolved in the past five years. It examines the platforms they use, their language, among other aspects. The introduction briefly describes the background of the Islamic Revolutionary Guard Corps, while the main body of this paper analyzes propaganda characteristics, platforms, messaging services, phrases, symbols, and the objectives of propaganda employed by Islamic terrorist groups. Finally, it concludes by summarizing the conclusions from the perspective of psychological operations within the context of information operations.



**Coronel FAP Oswal
Sigüeñas Alvarado**

ORCID 0000-0001-7228-5832

Magíster en Doctrina y Administración Aeroespacial por la Escuela Superior de Guerra Aérea, egresado del VI Programa de Comando y Estado Mayor Conjunto y el XI Programa de Inteligencia Estratégica Operacional. Ha sido jefe de la Sección de Operaciones de la Compañía Perú en Haití, jefe de la Sección de Estado Mayor de Operaciones Psicológicas e Información del Ala Aérea N° 3, subdirector de la Escuela de Comandos, subdirector de la Escuela de Supervivencia en la Selva y subdirector de la Escuela de Supervivencia en la Montaña (ESMON). Actualmente es el jefe de la Sección EMC Entrenamiento, Evaluación de la Fuerza, Lecciones Aprendidas y Doctrina del CE-VRAEM. Sirvió en la Misión de Estabilización de las Naciones Unidas en Haití (MINUSTAH) y fue jefe de patrulla en la operación "Roy" VRAEM 2010. Ha sido docente en la Escuela de Capacitación de la FAP en la cátedra de Planeamiento en Seguridad Militar (PLASEG).

Sigüeñas, O. (2023). Análisis de las operaciones psicológicas. Evolución de la propaganda en los grupos terroristas islámicos. Revista *Pensamiento Conjunto*, Año 11, pp. 56-69. ISSN° 2707-367X

Fecha de recepción: 24 de febrero de 2023

Fecha de aceptación: 12 de abril de 2023

Fecha de publicación: 12 de julio de 2023

*"Es mejor ganar en la mente del adversario que con la fuerza."
Sun Tzu, en el arte de la guerra*

INTRODUCCIÓN

Después de los hechos ocurridos el 11 de setiembre de 2001 en las torres gemelas del World Trade Center atribuidos a Al Qaeda, Estados Unidos de América fue engrosando su lista de organizaciones terroristas extranjeras (FTO por sus siglas en inglés), considerando en ella a los Cuerpos de Guardia Revolucionaria Islámica, ISIS, Al Qaeda, Hamas, Hezbollah, Al Shabab, entre otros, señalando que estos grupos son un riesgo para la seguridad y un peligro no solo para EE. UU. sino para todo el mundo.

Bentaouet (2018), define el islam como una religión monoteísta que surgió en el Siglo VII de la era cristiana, alrededor del año 570 después de cristo, cuando en la tribu árabe de Quraish (Meca, Arabia Saudí) nació el Profeta Muhammad, y de él, el Corán; que se expandió hacia los territorios colindantes con la Península Arábiga, hacia el norte, hacia el este y hacia el oeste, posteriormente llegó al este de Asia y a ciertas regiones del África central y meridional, a Europa y América, extendiéndose por toda la superficie de la tierra sin distinción de razas ni naciones, siendo actualmente la principal religión de cincuenta y siete (57) Estados. El islam estructura y organiza lo religioso y lo espiritual pero también lo hace a nivel político, social e incluso a nivel económico. Además de ser una religión, el islam es el Estado y la ley que organiza la vida de la sociedad, no distingue entre política y religión, Estado y fe, entre derecho secular y derecho religioso, entre civil y sacro. (págs. 107-122)

Con el paso de los años aparecieron movimientos de reforma y corrientes activistas y rebeldes del islam tradicional, siendo las ramas más relevantes del islam: la sunni y la chiita; asimismo, dentro de la rama sunni surgieron

PALABRAS CLAVE: ISLAM, YIHAD, PROPAGANDA, TERRORISMO, REDES SOCIALES.

KEYWORDS: ISLAM, JIHAD, PROPAGANDA, TERRORISM, SOCIAL NETWORKS.



cuatro escuelas jurídicas: La escuela “Hanafita” (699-765 D.C.), la “Malekita” (711-795 D.C.), la “Shafiita” (767- 820 D.C.) y la “Hanbalita” (780-855 D.C.), llamadas así por los nombres de sus fundadores, se diferencian entre ellas por las prácticas jurídicas para resolver un mismo problema.

De esas cuatro escuelas, la “Hanbalita” es la más rigurosa y puritana y la más opuesta al razonamiento humano, solo admite como únicas fuentes del derecho, el Corán y la sunna, su ideología ha servido de base al movimiento Salafi (palabra que significa “los ancestros”) que ha desembocado en lo que hoy es el Salafismo y el Wahabismo (Salafi Wahhabi), el primero aún con una visión abierta y dispuesta al diálogo con las diversas tendencias musulmanas y el segundo con una concepción más severa y feroz para imponer sus creencias de que la ley divina reine en la tierra acudiendo a la lucha violenta (yihad) y desde donde han surgido los grupos terroristas islámicos con tendencia radical que conocemos en la actualidad.

El yihadismo¹ es un vocablo utilizado para designar a las ramas violentas y radicales del islam político, caracterizadas por el uso del terrorismo, en nombre del yihad. El yihad tiene dos ámbitos: el “yihad interno” y el “yihad mundial”. El primero es aquel que tiene lugar en contra de regímenes musulmanes que se consideran usurpadores o ilegítimos. En el caso de la yihad mundial o global, se trata de una acción violenta que tiene como espacio todo el planeta, donde se busca combatir a los infieles, hasta la conversión total de la humanidad al islam. Al Qaeda es la organización yihadista más conocida, son los responsables de los atentados del 11 de septiembre de 2001, así como de los atentados perpetrados contra las embajadas estadounidenses de Nairobi en Kenia y Dar as Salam en Tanzania.

Max Abrahms, profesor de ciencia política de la Universidad de Northeastern (EE. UU.), asevera: “el terrorismo es por definición una estrategia de comunicación”. La importancia de analizar la propaganda radica en conocer el pensamiento del enemigo o ad-

versario; ya lo decía el general chino Sun Tzu: para vencer a tu enemigo, debes conocerle; en el libro el arte de la guerra.

No detallaré el accionar de cada grupo terrorista pero sí la capacidad comunicativa de estos grupos en su conjunto, la cual se ha visto incrementada gracias al internet y a las redes sociales en los últimos cinco años, ello les ha permitido controlar de forma directa el contenido, la distribución y la difusión de sus materiales, además de desarrollar una estrategia de propaganda y un lenguaje visual muy eficaz que se han ido infiltrando poco a poco en los países occidentales, conforme explicaré en las siguientes páginas.

La propaganda de los grupos terroristas islámicos, representado en el Anuario del Terrorismo Yihadista (2018); señala que las estrategias utilizadas por los grupos terroristas han variado lentamente en el transcurso del tiempo, pero las tácticas en comunicación, propaganda y marketing se encuentran en un continuo aprendizaje y adaptación a los nuevos medios. De esta forma, han conseguido trasladar el campo de batalla a las redes sociales e Internet; siendo este el soporte que actualmente usan.

Según Huici (2010), es obvio que la propaganda en el siglo XXI ha evolucionado y se ha adaptado, de modo que en apariencia no se parece demasiado a lo que hacían Goebbels y sus colegas. Pero, en el fondo, mantiene sus intenciones y objetivos, que no son otros que la búsqueda del poder a cualquier precio, el sometimiento de las masas a través del control de la comunicación y la obediencia sin contestación ni reflexión a los oscuros designios del político o mandatario.

CARACTERÍSTICAS DE LA PROPAGANDA DE LOS GRUPOS TERRORISTAS ISLÁMICOS

Sánchez, G (2010), el internet se ha convertido en un fenómeno social, cultural, económico y tecnológico que sirve para acercar a las personas y las

¹ El yihadismo como derivación del salafismo; se distinguen en dos contextos: interno y mundial o global. Este enfoque está liderado por Al Qaeda y Daesh. (Reinares, F., “Yihadismo global y amenaza terrorista: de al-Qaeda al Estado Islámico”, Real Instituto Elcano, 33/2015, 1 julio 2015).



instituciones, de una manera fácil, rápida, casi instantánea y barata (págs. 201-215). La Universidad de California en Berkeley concluyó que el contenido total de todas las webs de información accesible en el año 2000 incluía más de 7.500 terabytes de datos, lo que suponía más de 550 millones de documentos, además señaló que su superficie crecía a un ritmo de 7,3 millones de páginas por día (Tibbetts, 2002).

Para el doctor en Ciencias Políticas Abdellasiem el Difraoui (2014) gracias al uso de internet, los grupos terroristas islámicos han logrado hacer una distribución de su propaganda a una escala inédita y una cierta banalización de su brutalidad, siendo dos grupos los que particularmente se destacan en este aprovechamiento del progreso tecnológico: Al Qaeda y el Estado Islámico (EI). Según el citado especialista, las características de la propaganda en internet y las redes son las siguientes:

- La inmediatez de la información y de las imágenes: Podemos decir que la difusión de la propaganda islam ya no usa los sitios de internet clásicos y los foros cerrados o confidenciales en los que el usuario tenía que pasarse miles de horas para encontrar un video. Ahora, con un clic, se puede acceder a los videos, que están bien editados y son de corta duración.
- La multiplicación de las intervenciones en las redes sociales: Los grupos terroristas se han encargado aprovechar los espacios digitales para multiplicar exponencialmente su propaganda en los diversos medios digitales, el ciberterrorismo es su mejor arma para diversificar su actuación.
- El incremento de la comunicación directa entre ellos y los posibles simpatizantes en todo el mundo incluido en Occidente: Su estrategia es la comunicación de masas y para ello las redes sociales les sirven de plataforma perfecta, han adaptado su mensaje y lo sirven como propaganda audiovisual fácilmente consumible a la vez que procuran tener mayor número de seguidores que pueden compartir sus mensajes y material.

SOPORTE DE LA PROPAGANDA DE LOS GRUPOS TERRORISTAS ISLÁMICOS

Los grupos terroristas se han encargado apro-

vechar los espacios digitales para multiplicar exponencialmente su propaganda, así han pasado de la propaganda escrita a una digital casi en su totalidad, así tenemos:

- Los sitios oficiales o webs creadas y administradas directamente por miembros de la propia organización: Sánchez, G (2010), menciona que en sus primeras incursiones en el ciberespacio, los grupos terroristas crearon páginas web, ya que podían difundir de forma directa y simple toda su propaganda ideológica en diferentes formatos: videos, audios, documentos y otros materiales. Estas webs estaban gestionadas directamente por la organización terrorista y eran las principales fuentes para acceder a la difusión de su propaganda, se fueron mejorando para cambiar del idioma árabe al idioma en inglés; sin embargo, estaban monitorizadas por instituciones, gobiernos y servicios de inteligencia, lo que propició que, con cierta facilidad, eran perseguidas y censuradas, y los administradores de éstas, localizados y detenidos, por lo que fueron cayendo en desuso propiciando constantemente la migración de su contenido hacia otras plataformas. (págs. 201-215). Algunas webs que aún no han sido borradas son: www.hezbollah.org, <https://melayu.palinfo.com/>.
- Foros o salas de conversación (“chats rooms”): Son páginas web donde a diferencia de las webs oficiales o creadas para difundir fotos, videos y todo tipo de contenido propagandístico, en estas solo se consigna una pregunta, frase o un comunicado sobre un tema especial y se espera abrir un debate o “hilo” como se conoce en las redes. Otra diferencia entre los foros o salas con las web oficiales o creadas es que se necesita un usuario y contraseña para ingresar, es una forma de asegurarse que las personas que ingresan son miembros y no ingresan a interactuar para contradecir el mensaje yihadista; sin embargo, con el tiempo la seguridad se vio vulnerada con infiltrados de los servicios de inteligencia por lo que también fueron cayendo en desuso.
- Blogs: Fueron considerados una alternativa para expresar opiniones y distribuir contenidos y enlaces con otras páginas, les aseguraba un espacio de discusión más abierto a diferencia del foro, pero también los exponía a recibir críticas



de cualquier tipo, su finalidad era crear un feedback con los seguidores del blog para expandir su ideología, pero no obtuvieron el resultado esperado ni la resonancia en el público objetivo, de manera que apuntaron su mirada a la plataforma de las redes sociales. Dos blogs en idioma árabe que usaron y a los que aún se puede acceder son: <https://www.hafryat.com/ar/blog/> y <https://blogs.aljazeera.net/blogs/2020/3/12/>

- Redes sociales: Los mensajes que difunden estos grupos terroristas en las redes sociales no son los mismos en las redes de Facebook, Twitter e Instagram, conforme se menciona a continuación:
- En Facebook: La estrategia en esta red está destinada a mostrar su brutalidad contra infieles, chiítas y otras personalidades refuerza la radicalización de los militantes que llevan poco tiempo y a su vez, sirve de referente para animar a otros jóvenes a emprender el yihad, en ella se repiten los videos sangrientos de decapitaciones, masacres, ahogamientos y cuantos asesinatos cometen; con el fin de amedrentar a posibles enemigos y exaltar el poder del ejército del Estado mostrando su valentía. (Anónimo, 2016)

El año 2015 fue un año de sanguinarias producciones, el 4 de julio se ejecutaron a 25 soldados

sirios en un anfiteatro frente a civiles de todas las edades según se muestra en el video, el 23 de agosto se enjauló y ahogó lentamente a cuatro prisioneros en las aguas de un río, el 9 de noviembre se fusilaron a doscientos niños sirios, de igual forma en el 2016, en agosto se decapitaron a dos hombres acusados de espionaje, la decapitación es su forma preferida de matar, se estima que en el 2016 se decapitaron a 150 sirios, y en el 2017 en un video se muestra el asesinato de quince efectivos gubernamentales sirios a manos de los grupos terroristas, hay cientos de videos en las redes sobre estos asesinatos.

- En Twitter: En esta red destaca la gran cantidad de mensajes pro yihad mediante el empleo de "hashtags" como: #yihad #resistencia #ResistenciaHastaVictoria #CausaPalestina #prophetmuhammad #alhamdulillah #pakistan #muhammad.

Cabe traer a colación que en el Mundial de fútbol de Brasil 2014, la maquinaria propagandística de los grupos terroristas islámicos dirigió sus esfuerzos a la creación de una aplicación desde la que podían escribir un twit y este era publicado en las cuentas de todas las personas que tuvieran instalada dicha aplicación. Bajo el nom-

TABLA 1. PROPAGANDA ISLAM

	Mundo Occidental
	
<p>El Estado Islámico proclamó a su jefe Abu Bakr al Baghdadi como califa- ahora lo llamarán Califa Ibrahim- asegura que su dominio se extenderá desde el Alepo en el norte de Sirtia hasta la provincia de Duayala en el este de Irak. Fuente: Reuters.</p>	<p>Delincuentes en EE. UU. posan orgullosos levantando sus armas en mano.</p>

Fuente: Archivo fotográfico de un miliciano yihadista (14-02-2023)



FIGURA 1. INFLUENCERS MUNDIALES DEL ISLAM

	Barack Obama @BarackObama	102 M		Dalai Lama @DalaiLama	18,6 M
	Donald J. Trump @realDonaldTrump	53,6 M		أحمد الشقيري @shugairi	18 M
	Bill Gates @BillGates	45,5 M		Pope Francis @Pontifex	17,7 M
	Narendra Modi @narendramodi	43,4 M		Papa Francisco @Pontifex_es	16,7 M
	Office of the PM of India @PMOIndia	26,7 M		Paulo Coelho @paulocoelho	15,3 M
	President Trump @POTUS	23,7 M		President Obama @POTUS44	14,9 M
	د. محمد #العريفي @MohamadAlarefe	21,3 M		سلمان العودة @salman_alodah	14,2 M
	د. عائض القرني @Dr_alqarnee	19 M		مشاري راشد العفاسي @Alafasy	14 M

Fuente: <https://www.institutmontaigne.org/en/publications/islamist-factory>.

bre de “The Down of Gold Tidings” (en español “El amanecer de la buena nueva”), consiguieron que más de 40.000 cuentas publicaran simultáneamente un tuit que rezaba “We are coming, Baghdad” (“Estamos llegando, Bagdad”). (Anónimo, 2016)

- En Instagram: A través de esta red muestran imágenes de su día a día, es un adoctrinamiento online, practican el famoso “postureo” occidental y posan con todo tipo de armas, lingotes de oro o fajos de billetes, incluso enseñan su buena vida con imágenes de casas de las que se han apropiado, comida occidental o piscinas donde se relajan y usan un lenguaje de occidente para extender su fama y poder aleccionando a que otros jóvenes tengan el deseo de unirse a ellos. (Anónimo, 2016)

Algunos especialistas que analizan la propaganda de los grupos terroristas islámicos señalan que inclusive la manera de filmar a los hombres del “Califato” y mostrarlas las redes sociales sigue las últimas tendencias occidentales (se consigna la palabra califato entre comillas ya que el último califato que el mundo conoció fue el del Imperio Otomano, que

se convirtió en historia tras concluir la Primera Guerra Mundial). En el año 2015 el grupo Estado Islámico (EI), que antes era conocido como ISIS o Daesh, estableció unilateralmente un nuevo califato en las áreas que controla en Irak y Siria, varias imágenes se difundieron en el internet como una celebración de los islamitas alzando la bandera con una mano y la metralleta en la otra, al mejor estilo de los miembros de bandas delincuenciales de occidente.




Por otro lado, de acuerdo con el informe “La Fábrica del Islamismo”, elaborado por Hakim El Haroui del Instituto Montaigne (2018), el islamismo ha crecido exponencialmente en la última década y ello se evidencia plenamente en que dentro mayores “influencers mundiales” cinco de ellos sean figuras del islam, conforme se aprecia en la figura 1.

A julio de 2022 estos cinco personajes influyentes del islam mantienen un envidiable número de seguidores en las redes, como se muestra en la tabla 2.

Se puede afirmar que en lo que va del presente año el grueso de los seguidores de los cinco perso-



TABLA 2. PERSONAJES DEL ISLAM USUARIOS DE LAS REDES SOCIALES

Personaje del islam	Red social		
			
Mohamad Alarefe (Miembro de la Liga Musulmana y la Asociación de Eruditos Musulmanes y autor de libros)	20.046.354 seguidores	24 millones seguidores	46,9 mil seguidores
Dr_Alqarnee (Activista saudita islámico musulmán y autor de libros)	19.599.733 seguidores	16 millones seguidores	7406 seguidores
Shugairi (Activista saudita y figura de televisión)	18.263.601 seguidores	19 millones seguidores	6740 seguidores
Salman Alodah Salman Alodah (Clérigo saudita y miembro de la Unión Internacional para Eruditos musulmanes)	13.243.265 seguidores	7,1 seguidores	1,8 millones seguidores
Alafasy (Recitador, predicador y artista Nasheed del corán)	14.455.741 seguidores	19 millones seguidores	4,9 millones seguidores

Fuente: Elaboración propia con información de las redes sociales (26 julio 2022)

najes está en las redes Twitter y Facebook, tres de ellos ya tienen un gran número de seguidores en Instagram, previéndose su crecimiento sin duda alguna, pero coincidentemente esos tres han manifestado en las redes su posición en contra de la violencia de los grupos islámicos terroristas, los dos restantes alientan indirectamente un islamismo progresista pero perciben a occidente (EE.UU.) como un intruso en las tierras islamitas, inclusive rebotaron en sus redes las noticias de cadenas extranjeras como se muestra en la figura 2.

Este tipo de noticias ciertamente conlleva a que los grupos terroristas argumenten en su defensa que EEUU es el que siempre está hablando y planeando algo en contra del pueblo islámico.

SERVICIOS DE MENSAJERÍA DE LOS GRUPOS TERRORISTAS ISLÁMICOS

El canal Telegram: Es una aplicación de mensajería gratuita e instantánea, similar al WhatsApp, es la mensajería preferida de los grupos terroristas

FIGURA 2. NOTICIAS DE CADENAS EXTRANJERAS SOBRE EL ISLAM



Fuente: Elaboración propia con datos de portales web en internet



FIGURA 3. PROPAGANDA YIHADISTA EI “LLAMAS DE GUERRA”



Fuente: <http://youtube.com/watch?v=1OirPTy6s74>

porque las cuentas son anónimas, no se necesita un número de celular, y son casi imposibles de rastrear, cada usuario tiene una nube privada que le permite almacenar cualquier tipo de contenido ilimitadamente y las llamadas telefónicas están cifradas, por lo que esta red les da la seguridad y la capacidad que otras redes no tienen. Desde Telegram las agencias al servicio de los grupos terroristas (MOATA, NASHIR, o AMAQ, etc.) y otras agencias simpatizantes, ofrecen a los usuarios la suscripción por email a un boletín de noticias donde le proporcionan cada nueva publicación o canal de estos grupos e inclusive con esta suscripción reclutan traductores de árabe al español o del inglés al español para sus productos audiovisuales.

Como parte de su maquinaria propagandística, estos grupos terroristas exponen videos elaborados por la productora Al Hayat Media Center que contienen escenas aterradoras sobre prisioneros que luego son sometidos a ejecuciones al mismo estilo de las películas hechas en Hollywood, los videos no se encuentran completos en YouTube existen versiones cortas de ellos tipo tráiler que podemos visualizar para darnos una idea de todo el contenido, dos videos que los internautas han considerado los más sanguinarios son los titulados: “Llamas de guerra” (Flames of war - 2014) y su secuela “Llamas de guerra 2” (Flames of war II - 2017).

FIGURA 4. PROPAGANDA DEL ESTADO ISLÁMICO (EI) “LLAMAS DE GUERRA II”



Fuente: <https://www.infobae.com/america/mundo/2017/11/30/el-estado-islamico-difundio-su-video-mas-sanguinario-hasta-ahora-flames-of-war-ii/>

En los videos se exhiben imágenes en las que critican la política de los EEUU y a la coalición internacional, seguidas de encadenamientos, degollamientos, y calcinación de cuerpos, la música de fondo es islámica, no puede verse la cara completa de los verdugos, pero si la de los protagonistas que acaban muertos en sus manos. Considero que el mensaje es claro, degüellan como una forma de advertencia, matan conforme a la lógica radical del islam que según ellos les permite acudir a la violencia si es necesario para imponer el yihad, a fin de que la ley divina reine en la tierra.

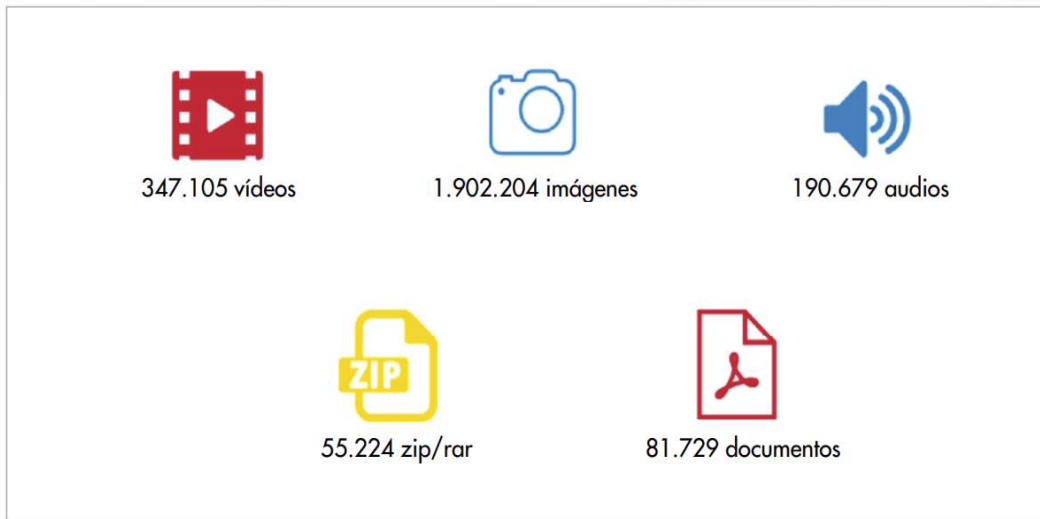
El escalofriante vídeo de la muerte del periodista estadounidense James Foley a manos de yihadistas del Estado Islámico (EI) representó el detonante de la guerra lanzada por estos extremistas en las redes sociales para sembrar el terror y reclutar nuevos combatientes.² Desgraciadamente la evolución de los medios de comunicación en la red, tienen su lado oscuro, y los grupos terroristas islámicos son estos momentos la máxima representación de que la crueldad y que la guerra cuenta con nuevas herramientas para trasladar su mensaje cargado de terror a nivel mundial.

Oliveras, E (2017), el adoctrinamiento en el odio religioso y su condena de la democracia y los valores occidentales como incompatibles con el islam es la base ideológica del autodenominado Estado Islámico.

² Diario El Tiempo (2014). Decapitaciones por internet, arma de terror de los yihadistas. <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-14413276>



FIGURA 5. NÚMERO DE ARCHIVOS MULTIMEDIA DISTRIBUIDOS EN TELEGRAM (2018)



Fuente: Carlos Seisdedos "Ciberterrorismo de perfil yihadista" (pág. 79)

co (antes ISIS), Al Qaeda y la mayor parte de estos grupos terroristas existentes, conforme lo muestran en sus videos.

Las producciones están elaboradas en distintas provincias del Califato, y dobladas en los idiomas árabe, francés, inglés, alemán y ruso. Sólo en el año 2018 los grupos terroristas islámicos lograron distri-

buir en Telegram 2.576,941 archivos multimedia de diferente tipo, conforme se muestra en la figura 5.

Sin duda Telegram es el canal por excelencia más utilizado por los grupos terroristas islámicos para compartir contenido, y se va afianzando en comparación con otros canales de comunicación, así lo demuestra la tabla 3.

TABLA 3. SERVICIOS DETECTADOS PARA LA COMPARTICIÓN DE CONTENIDO YIHADISTA EN LA NUBE

Canales utilizados para difusión y hosting de contenidos	%
telegram.me	39,13%
twitter.com	10,50%
bit.ly	4,92%
youtu.be	3,18%
archive.org	2,40%
facebook.com	2,09%
justpaste.it	1,56%
b-sy.net	1,53%
goo.gl	1,48%
7al.net	1,30%
whatsapp.com	1,79%
drive.google.com	1,04%
almasirah.net	0,89%
www.dropbox.com	0,77%

photos.app.goo.gl	0,74%
pastethis.at	0,69%
videopress.com	0,67%
up.top4top.net	0,61%
jpst.it	0,60%
m.facebook.com	0,59%
www.youtube.com	0,58%
pc.cd	0,54%
my.mail.ru	0,43%
vimeo.com	0,44%
ok.ru	0,10%
nedaa-sy.com	0,41%
s1.gulfupload.com	0,40%
www.amazon.com	0,39%

Fuente: Carlos Seisdedos "Ciberterrorismo de perfil yihadista" (pág. 81)

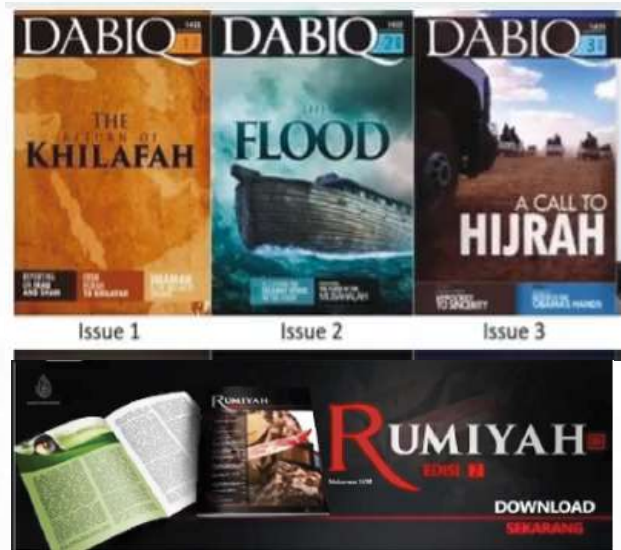


La mayoría de la actividad sobrevive en Telegram, a pesar de la clausura de sus cuentas, gracias a la facilidad de manejo que tiene esta herramienta, que les permite la creación de múltiples canales durmientes, a través de los cuales almacenan contenido propagandístico.

Amaq Agency y Alrawi: En el 2016 apareció Amaq Agency, la primera app propia que ISIS usó como red, era una herramienta desarrollada por una agrupación ligada a ellos, aunque no era una app de mensajería per-sé. Ésta proporcionaba un flujo de noticias y vídeos con propaganda de ISIS, incluyendo discursos, imágenes de las batallas e incluso ejecuciones. Amaq Agency operó bajo el nombre de Kilafahbook y sus servidores se alojaron en Egipto, pero la web que alojaba la app desapareció y con ello la posibilidad de descargarla. Posteriormente, apareció Alrawi, esta nueva aplicación funciona de manera muy similar a como lo hacía Amaq Agency incluyendo un sistema de comunicaciones encriptadas; es decir, funciona como una plataforma propia de mensajería instantánea.³ Está aún en funcionamiento hasta hoy. Martí A., 2017.

Revistas electrónicas: Es lo más novedoso que han efectuado estos grupos terroristas, existen oficialmente dos publicaciones: "Dabiq" y "Rumiyah", ambas son elaboradas por la productora Al Hayat Media Center y tienen un acabado de revista profesional y se editan en ocho idiomas para allegar a un público cada vez más amplio. Contienen varias secciones, un espacio dedicado a los videos propagandísticos en un top de videos más vistos y recomendados, entrevistas a quienes consideran héroes del califato, aclaraciones sobre el concepto del islam, temas teóricos y dogmáticos, y muestran la data sobre sus acciones ¿Cuántos prisioneros hay en sus cárceles? ¿Cuántos vehículos han destrozado? ¿Cuántos enemigos han abatido? entre otra información estadística. En ambas se idolatran a aquellos soldados que en nombre de Allah se han inmolado o han muerto en combate, por lo que su difusión es parte de la maquinaria propagandística en redes.

FIGURA 6. REVISTAS ELECTRÓNICAS YIHADISTA



Fuente: <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/112086?mode=full>

Emisoras de radio: Cuentan con un sistema radial en vivo denominado "Albayan radio" producido en Sidney - Australia, el cual permite escuchar una red de emisoras cuyos contenidos son generados por militantes del Estado Islámico, en sus programas presenta contenidos netamente religiosos en lecturas, enseñanzas, predicación, entre otros. La página de esta radio está en uso a la fecha y es la siguiente: <https://albayan.com.au/>

FRASES Y SÍMBOLOS DE LA PROPAGANDA DE LOS GRUPOS TERRORISTAS ISLÁMICOS

Algunas frases que a menudo se encuentran en la propaganda de los grupos terroristas islámicos son: No permitiremos a los cristianos insultar a nuestro profeta. Aprended a cortar cabezas para acercarse a Dios. Que Dios tome represalias contra vosotros. El shahíd renuncia a su vida porque realmente vive en Allah, y Allah es la Verdad. El islam dominará el mundo. Islam religión de paz. El islam es perfecto. Si luchas con nosotros, tendrás la salvación. No hay más dios que Alá y Mahoma es su profeta. Lucha por la libertad, hasta la última gota de sangre.

³ En XatakaMóvil (2016). El artículo "Ni Telegram, ni WhatsApp: ISIS desarrolla sus propias apps de mensajería"; el FBI sugiere que los gobiernos deberían pedir a WhatsApp y otros servicios similares que estableciesen "back doors" (accesos a la comunicación sin necesidad de permiso por parte del usuario); con el fin de interceptar las comunicaciones por parte de las organizaciones terroristas. <https://www.xatakamovil.com/aplicaciones/ni-telegram-ni-whatsapp-isis-desarrolla-sus-propias-apps-de-mensajeria>



FIGURA 7. FRASES Y SÍMBOLOS DE LA PROPAGANDA ISLAM



Fuente Izquierda a derecha: Reuters, <https://www.egyptindependent.com/uk-law-society-scrapping-sharia-advice-victory-women-ngo-says/> y diario Daily Mail.

Estas frases son usadas a menudo en sus artículos de merchandising que ofrecen en las redes y en los slogans de sus carteles cuando hacen manifestaciones. Los símbolos usados en su propaganda se identifican de inmediato por sus simpatizantes o seguidores en las redes (figura 7).

El sello del profeta sobre las banderas negras: Mahoma es para los musulmanes el “sello de los profetas”, si bien los musulmanes reconocen también a Abraham, Moisés y Jesús como profetas, Mahoma tiene una posición destacada porque para ellos después de él no habrá otros dado que en el Corán poshegórico hay una aleya, única, un hápax, que la tradición interpreta como que es el último de los enviados y el colofón de los profetas, inter-

pretado como que es el definitivo: “Mahoma es (...) el enviado de Dios y el sello de los profetas” (Corán 90/33,40).

Las fotografías de los jóvenes: En las fotos e imágenes que se difunden en el internet y las redes sociales los jóvenes yihadistas posan con gatos, supuestamente este felino es uno de los animales preferidos del profeta Mahoma.

El color de su indumentaria: Las personas que aparecen en las imágenes del islamismo radical llevan ropa o atuendos de color negro, ese color se supone es una señal de revuelta desde que estas organizaciones se declararon en defensa del islam ancestral.

FIGURA 8. EL SELLO DE LOS PROFETAS



Fuente: https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/12/151214_estado_islamico_fracaso_estategia_men

FIGURA 9. EL FELINO PREFERIDO DE MAHOMA



Fuente: Revista Dabiq, encontrado en <https://actualidad.rt.com/actualidad/215050-yihadistas-revista-estado-islamico-fotos-gatitos>.



FIGURA 10. VESTIMENTA NEGRA SÍMBOLO DE DEFENSA DEL ISLAM RADICAL



Fuente: Dan Kitwood—Getty Images, publicado en <https://time.com/3720073/isis-anjem-choudary/>

El “Tawhid” y la “Umma”: El índice levantado que señala hacia dios es el “Tawhid” y representa la unidad en dios, se comparan a menudo en occidente como el “like” o “me gusta” de Facebook, y la “Umma” significa la comunidad de los creyentes que profesan la religión islámica, es la identidad de los islamitas independientemente de su nacionalidad, origen, sexo o condición social.

Se pueden encontrar variedad de libros y videos en YouTube explicando qué es el Tawhid, inclusive hay libros para niños, a estos desde que prácticamente aprenden a hablar se les enseña lo que es el Tawhid iniciándose la alienación para prepararlo en su formación yihadista hasta que cumpla los dieciséis años y pueda unirse al ejército.

En cuanto al significado de pertenencia a la Umma, encontré un video corto en el que un islamita explica qué es para él ser parte de la comunidad del islam esté en el lugar en el que esté, se pude visualizar en el siguiente link: <https://www.youtube.com/watch?v=W4XzwrA9QHk>

OBJETIVO DE LA PROPAGANDA DE LOS GRUPOS TERRORISTAS ISLÁMICOS

Abdelasim el Difraoui (2014) considera que el objetivo de la propaganda de estos grupos terroristas es infectar a las futuras generaciones del relato del yihad y del martirio, porque sólo así pueden ganar más adeptos. Coinciden en esto Álvaro Rodrí-

FIGURA 11. EL TAWHID Y LA UMMA



Fuente: Herwin Bahar / Alamy Stock Photo.

guez y Francisco Gonzáles al señalar que los principales objetivos que persiguen estos grupos son dos: el primero, promover el terror, y segundo, llamar al yihad a nuevos combatientes.

Con la masificación de las redes sociales los grupos terroristas islámicos han dejado de tener como objetivo de su propaganda a la religión islam, conforme a la posición de Álvaro Rodríguez “la religión ya no es el motor de reclutamiento de nuevos soldados, es la idea de poder y control de toda la situación con la que pretenden reclutar a personas sean o no musulmanes radicales o europeos ajenos al islam”.

Sin embargo, también hay videos en internet que intentan mostrar otra cara de estos movimientos, se trata de reportajes que exhiben las “supuestas bondades del califato” haciendo una donación de fondos saudís para la financiación de mezquitas, centros coránicos, escuelas religiosas, residencias de ancianos, edificios de la policía, clínicas médicas, libros, viajes y becas de estudio en universidades, así como mostrándolos interesados en la prevención del absentismo en las mezquitas, el control de la calidad y precio de los productos de los mercados, beneficios de salud, seguros, y la atención médica para ciudadanos, así como para los beligerantes y sus familias. Cuesta creer que estos actos tan dadivosos sean reales proviniendo de personas que promueven políticas reaccionarias y el fundamentalismo religioso y donde la vida no vale nada a menos que se trate de morir como un mártir por la causa del islam.



Ello conlleva pensar que actualmente los grupos terroristas del islam en su propaganda no solo quieren mostrar la violencia con la que pueden ser capaces de actuar porque eso ya ha quedado claro y demostrado, sino que occidente aprecie que ellos también pueden generar desarrollo en sus países y que se aprecien las bondades del mundo ideal si existiera el islam que ellos practican como religión mundial.

Como dice Francisco Lorenzo “vencer a estos grupos en el terreno de las ideas es algo que ni siquiera los Estados parecen saber atajar” y tal parece que su efectiva propaganda en el internet y las redes está apuntando a difundir masivamente esas ideas.

CONCLUSIONES

La evolución de la propaganda de los grupos terroristas islámicos permite observar una clara estrategia enfocada hacia las redes sociales, con la intención de que la difusión por parte de sus seguidores logre influir lo suficiente para captar más adeptos.

Telegram es el canal más usado por los grupos terroristas islámicos por ofrecer mayor seguridad y facilidad para la difusión de sus contenidos.

Los influencers islámicos y la figura del hashtag de Twitter han ayudado a expandir la información del islam y a confundir la propaganda de los grupos radicales en la red social twitter como una tendencia más.

Las frases y símbolos usados en la propaganda de los grupos terroristas islámicos son fácilmente reconocidos por los internautas en las redes sociales.

El objetivo de la propaganda de los grupos terroristas islámicos ya no es la religión, es mostrar que el poder y control están al alcance de sus soldados y que podemos ser uno de ellos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Al-Ashari, Muhammad. Islam is The Target of Zionists and White Supremacists Propaganda. <https://www.researchgate.net/publication/335200981>

Abdelasiem el Difraoui. El yihad de la imagen. https://www.iemed.org/observatori/arees-danalisi/arxiu-adjunts/afkar/afkar-ideas-3/afkar43_Abdelasiem_Difraoui_Yihad_es.pdf

Autor Anónimo (2016). Memoria trabajo final de grado: La propaganda del Estado Islámico (ISIS Daesh). Reportaje: Propaganda mortal.

Benrahmoune, Dalila (2020). La propaganda y narrativa yihadista de los grupos de Sahel. Instituto Español de Estudios Estratégicos.

Bentaouet, Mohamed Saad (2018). El Pensamiento Político Islámico y la Propaganda Terrorista. En: Revista Internacional de Pensamiento Político – I Época - Vol. 13.

Caroline Mala Corbin (2017). Terrorists Are Always Muslim But Never White: At The Intersection Of Critical Race Theory And Propaganda. 86 Fordham L. Rev. 465 (2017). En: <https://ir.lawnet.fordham.edu/flr/vol86/iss2/5>

Covite (2018). Colectivo de Víctimas del terrorismo. Anuario del Terrorismo Yihadista.

Huici Módenes, Adrián (2010). Guerra y propaganda en el siglo XXI. Nuevos mensajes, viejas guerras. Editorial Alfar.

Infobae (2017). El Estado Islámico difundió su video más sanguinario (hasta ahora): “Flames of War II”. (25 junio 2023). <https://www.infobae.com/america/mundo/2017/11/30/el-estado-islamico-difundio-su-video-mas-sanguinario-hasta-ahora-flames-of-war-ii/>

León E. Patricia. Terrorismo 2.0: El Nuevo Arma de Estado Islámico. Pontificia Universidad Comillas (2014-2015). En: <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/397>

Lorenzo G., Francisco. La Propaganda del terror ISIS. https://www.researchgate.net/publication/321708427_La_propaganda_del_terror_ISIS

Oliveras, Eliseo (2017). Lo que calla Occidente sobre el terrorismo islámico. Sociología en la red de la UNJFSC. <https://sociologiaenlaunjfsc.wordpress.com/2017/07/14/lo-que-calla-occidente-sobre-el-terrorismo-islamico-por-eliseo-oliveras/>

Martí, Anna (2016). Ni Telegram, ni WhatsApp: ISIS desarrolla sus propias apps de mensajería. Xataka Móvil. <https://www.xatakamovil.com/aplicaciones/ni-telegram-ni-whatsapp-isis-desarro->



Ila-sus-propias-apps-de-mensajería

- Reinares, F (2015). Yihadismo global y amenaza terrorista: de al-Qaeda al Estado Islámico. Real Instituto Elcano, 33/2015.
- Robles S., Xavi. Análisis del aparato comunicativo de Estado Islámico. Universidad de Girona. https://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/14708/RoblesSanchezXavier_Treball.pdf?sequence=1
- Rodríguez D. Álvaro. Propaganda Mortal. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/48504/Reportaje%20Propaganda%20DAESH.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Sánchez M., Gema (2010). La nueva Estrategia comunicativa de los grupos terroristas. Universidad Complutense de Madrid. Vol. VIII Nº 12, 2010, 201-215.
- Universidad Del Pacifico (2016). El Estado Islámico Como Amenaza Global Consejo De Seguridad. Guía De Estudio 6ta Edición. http://www.upmun.org/wp-content/uploads/2016/08/CS_UPMUN_2016.pdf