



LA TIRANÍA DE LOS PEQUEÑOS NÚMEROS: EL FACTOR INDIVIDUAL EN LA PROPAGANDA YIHADISTA

Manuel R. Torres Soriano ¹
Universidad Pablo de Olavide

Resumen:

El propósito de este artículo es analizar el impacto del factor individual sobre la actividad propagandística del terrorismo, tomando como objeto de estudio los grupos de inspiración yihadista. Se mantiene la tesis de que la principal variable que influye en la acción comunicativa de estas organizaciones es la personalidad y habilidades de los individuos que desempeñan estas funciones. Este sesgo personal es fruto de las limitaciones estructurales del terrorismo, entre las que destaca el reducido número de personas que componen su militancia. Se analiza como la actividad propagandística se ve constreñida igualmente por la insuficiente cualificación de los propagandistas, su desconexión con el liderazgo del grupo, y la elevada rotación originada por la insatisfacción que producen estas tareas.

Palabras clave: Terrorismo, comunicación, propaganda, yihadismo, Al Qaeda, medios de comunicación, insurgencia.

Title in English: The tyranny of small numbers: individual factor in jihadist propaganda

Abstract:

The purpose of this article is to analyze the impact of individual factors on the terrorism's propaganda activity, using the subject of groups inspired by the jihadism. The thesis is that the main variable that influences the communicative action of these organizations is the personality and abilities of individuals performing these functions. This personal bias is the result of the terrorism's structural limitations, most notably the small number of people that make up its membership. This analyses how the propaganda activity is constrained by insufficient qualifications of propagandists, their disconnection with the leadership of the group, and the high rotating caused by the dissatisfaction that produced these tasks

Keywords: Terrorism, communication, propaganda, jihadism, Al Qaeda, mass media, insurgency.

Copyright © UNISCI, 2017.

Las opiniones expresadas en estos artículos son propias de sus autores, y no reflejan necesariamente la opinión de UNISCI. *The views expressed in these articles are those of the authors, and do not necessarily reflect the views of UNISCI.*

¹Manuel Ricardo Torres es Profesor Titular en el Área de Ciencia Política y de la Administración (Departamento de Derecho Público) de la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla

Email: mrtorsor@upo.es

DOI: <http://dx.doi.org/10.5209/RUNI.55779>



1. Introducción

El fenómeno de la violencia terrorista, como objeto de investigación académica, ha sido abordado desde muy diversas perspectivas², entre las que destacan dos grandes corrientes: la que lo entiende como una manifestación de carácter colectivo que debe ser tratada desde un enfoque macro, y aquella otra que centra su atención en la singularidad de los individuos implicados en estas actividades, lo que requiere una aproximación de nivel micro. Mientras que la primera³ ha estado más interesada en las ideologías legitimadoras de la violencia, los agravios colectivos, las estructuras sociales, y subculturas políticas que alimentan el activismo violento; la perspectiva individual ha apuntado principalmente al perfil psicológico de los activistas⁴, y a las singularidades de algunas de estas personas⁵, las cuales resultan claves en la creación de estos grupos, la determinación de sus objetivos o cómo evoluciona su estrategia. En esta última corriente, son habituales los análisis sobre las trayectorias biográficas⁶.

Partiendo de este segundo enfoque, el objetivo de este artículo es realizar una aportación a una de las facetas menos estudiadas de la dimensión individual de la violencia terrorista: su impacto sobre la actividad propagandística del terrorismo. La acción comunicativa de estos grupos suele percibirse como una manifestación de carácter colectivo, donde el factor individual queda desdibujado como consecuencia de las dinámicas grupales y el ejercicio de liderazgos muy fuertes. Sin embargo, como mantengo en este trabajo, lejos de ser el resultado de un proceso grupal, la principal variable que influye en la acción propagandística del terrorismo es el factor individual, el cual resulta determinante debido a las limitaciones organizativas propias de los grupos terroristas, entre las que destaca el reducido número de personas que componen su militancia.

Para llevar a cabo este estudio he optado por centrar mi atención en el fenómeno del terrorismo de inspiración yihadista, cuyos actores constituyen el ejemplo más destacado de la centralidad que ejerce la comunicación en la estrategia de estos grupos. En este estudio de caso se han incluido a todas las organizaciones que comparten los principios ideológicos del llamado movimiento yihadista global⁷: a) Justifican su lucha armada en clave islámica apelando a la tradición de la yihad armada b) Su grupo de referencia es la comunidad global de creyentes (*umma*) y la lucha se dirige contra los que se señala como enemigos de dicha comunidad. c) El objetivo último es el establecimiento de una entidad de carácter político-

² Reinares, Fernando (1998): *Terrorismo y antiterrorismo*, Barcelona, Paidós; Reinares, Fernando (2012), "Terrorism Studies is not a Sub-Discipline". *START. National Consortium for the Study of Terrorism and Responses to Terrorism* (October 31, 2012), en: <http://www.start.umd.edu/news/discussion-point-terrorism-studies-not-sub-discipline>; Schmid, Alex y Jongman, Albert (2008): *Political Terrorism: A New Guide To Actors, Authors, Concepts, Data Bases, Theories, And Literature*, New Brunswick, Transaction Publishers.

³ Oberschall, Anthony: "Explaining Terrorism: The Contribution of Collective Action Theory", *Sociological Theory*, vol. 22, nº. 1 (March 2004), pp. 26-37.

⁴ Crenshaw, Martha: "How Terrorist Think: What Psychology Can Contribute to Understanding Terrorism", en Howard, Lawrence (ed.) (1992): *Terrorism. Roots, Impact, Responses*, New York, Praeger; Post, Jerrold: "Terrorism psycho-logic: terrorism behavior as a product of psychological forces", en Reich, Walter (ed.) (1998): *Origins of Terrorism*, Baltimore, John Hopkins University Press; Horgan, John: "The Search for the Terrorist Personality", en Silke, Andrew (ed.) (2003): *Terrorists, Victims, and Society: Psychological Perspectives on Terrorism and Its Consequences*, Chichester, Wiley.

⁵ Alonso, Rogelio: "Individual motivations for joining terrorist organizations: a comparative qualitative study on members of ETA and IRA", en Victoroff, Jeff (ed.) (2006): *Tangled Roots: Social and Psychological Factors in the Genesis of Terrorism*, Amsterdam, IOS Press.

⁶ De la Corte, Luis (2006): *La lógica del terrorismo*, Madrid, Alianza Editorial.

⁷ De la Corte, Luis y Jordán, Javier (2007): *La yihad terrorista*, Madrid, Síntesis.



religioso que bajo la forma del Califato englobe a totalidad de la población musulmana del planeta.

El periodo temporal de esta investigación pretende abarcar la totalidad de la acción propagandística de los grupos que reúnen dichas características. Se toma, como punto de partida el anuncio en 1998 por parte de Osama Bin Laden de la creación del llamado Frente Islámico Global para la Yihad contra Cruzados y Judíos, el cual coincide con la búsqueda de un elevado perfil público por parte del grupo terrorista Al Qaeda⁸. Desde este momento, la actividad comunicativa del terrorismo yihadista global inició una línea ascendente en cuanto a intensidad y sofisticación de sus productos, hasta llegar a la etapa actual, donde el abrigo del conflicto sirio-iraquí, se han alcanzado sus mayores cotas. El análisis de casi tres décadas de propaganda terrorista generada por múltiples actores y en escenarios geográficos dispares, nos aporta una perspectiva suficiente para poder evaluar el impacto individual en estas actividades.

Metodológicamente, se plantea un análisis descriptivo que se nutre de la revisión bibliográfica y documental de literatura especializada, así como un análisis de contenido de muestras representativas de la propaganda elaborada por estas organizaciones.

2. Condicionantes numéricos y control organizacional

Las organizaciones cuya principal o única misión es la práctica de la violencia terrorista, tienen una tendencia natural a integrar en su estructura sólo a un número reducido de militantes⁹. Esta opción les permite operar con una mayor seguridad que las estructuras que movilizan a un número amplio de activistas, las cuales requieren una gestión burocratizada y procesos continuos de comunicación y control entre sus partes. Las exigencias de los grandes números que pueden resultar fatales para un colectivo que necesariamente debe moverse en la clandestinidad y el ocultamiento.

El condicionante numérico tiene un enorme impacto en la capacidad de estas organizaciones para poder desplegar una actividad de comunicación pública eficaz. El tamaño del grupo humano en el cual los líderes debe reclutar a los propagandistas es bastante reducido, lo que dificulta la posibilidad de ser selectivos, especialmente cuando el candidato debe reunir una serie de cualidades y competencias que no abundan en estos colectivos. Los aspirantes deben poseer cierta creatividad, así como unas notables competencias lingüísticas escritas y orales, algo que resulta especialmente difícil de lograr en escenarios con una elevada tasa de analfabetismo. A las capacidades de tipo intelectual, se suman las de tipo instrumental, las cuales no han dejado de crecer con el paso del tiempo. Así, por ejemplo, si en una primera etapa era fundamental estar familiarizado con el uso de los equipos analógicos de grabación en video y edición de sus productos, el nuevo entorno tecnológico fue añadiendo la necesidad de poseer conocimientos de diseño gráfico, maquetación, edición digital de video, y conocimientos informáticos suficientes como para gestionar de manera segura la presencia virtual de la organización en Internet, eliminando metadatos, anonimizando la navegación, etc.

⁸ Bergen, Peter (2006): *The Osama bin Laden I Know. An Oral History of al Qaeda's Leader*, New York, Free Press.

⁹ Laqueur, Walter (2001): *The New Terrorism. Fanaticism and the Arms of Mass Destruction*, London, Phoenix Press.



Las organizaciones terroristas tienen problemas para dotarse de estas habilidades, no sólo por la baja ratio entre activistas y puestos a ocupar, sino sobre todo porque el perfil predominante dentro de su militancia es el del “guerrero”, no el del “comunicador”. En el yihadismo se practica una glorificación de la violencia y la propia muerte como deber sagrado en defensa del Islam y sus gentes. El *ethos* del *muyahidín* casa mal con aquellos cometidos que se desarrollan en la retaguardia, lo cual reduce el atractivo que estas organizaciones ejercen sobre aquellas personas que están más cualificadas para la propaganda, que para el empleo de la violencia.

El efecto de estas limitaciones es el bajo rendimiento comunicativo de las organizaciones que son incapaces de dotarse de este talento. Es el caso, por ejemplo, de la organización argelina auspiciada por Al Qaeda en 1998: Grupo Salafista para la Predicación y el Combate (GSPC), el cual no fue capaz de producir su primer video propagandístico¹⁰ hasta un año después de su creación. Se trataba de una cinta en formato VHS, con imágenes de ínfima calidad, agravadas a por la escasa pericia del cámara, la cual provoca que el visionado sea estresante debido a una grabación temblorosa y llena de movimientos bruscos. El GSPC no volvería a repetir esta experiencia audiovisual hasta pasados cinco años, con un nuevo video difundido en septiembre de 2004 bajo el título de “El Infierno Apóstata”, el cual constituía una nueva evidencia de la incapacidad del grupo para poner en marcha una acción propagandística con un mínimo de profesionalidad. A diferencia de las casi dos horas de grabación de la primera cinta, esta segunda entrega era igualmente pobre en la calidad de las imágenes, pero sorprendentemente breve: tres minutos exactos. El origen de dicha concisión lejos de estar relacionado con una nueva estrategia comunicativa, tenía su origen en las deprimentes capacidades de los responsables del aparato propagandístico. El video había sido montado con la versión gratuita de un *software* de edición de imágenes, la cual estaba repleta de limitaciones. Una de ellas tenía que ver con la duración máxima de los videos que podían editarse empleando la versión demo del programa: tres minutos. Sin embargo, la limitación más embarazosa tenía que ver con el hecho de que el montaje del video se mostraba con la marca de agua de la empresa *Honestech*. Una circunstancia que no disuadió a los propagandistas del GSPC para lanzar el segundo video de la historia del grupo. Este pobre desempeño, resultaba embarazoso hasta para el responsable de propaganda, Abu Yasser Sayyaf, el cual trataba de justificarse apelando a que los *muyahidín* argelinos estaban escondidos en las montañas lejos de sus enemigos, lo cual dificultaba enormemente el trabajo mediático¹¹.

Algunos grupos trataron de suplir estas carencias, externalizando las tareas propagandísticas. Es el caso, del también argelino Grupo Islámico Armado (GIA), el cual se apoyó a principios de los noventa en un reducido grupo de veteranos de la yihad contra los soviéticos en Afganistán y predicadores radicales asentados principalmente en Londres¹². Desde la lejanía, editaron una revista propagandística conocida como *Al-Ansar* (“los partidarios”). Entre sus responsables figuraron importantísimos ideólogos del movimiento yihadista global como el influyente predicador radical Omar Othman Abu Omar, (Abu Qatada), o el autor de importantes obras sobre la estrategia de la yihad global: Mustafa Setmarián (Abu Musab Al Suri). Confiar estas tareas a personas situadas fuera de la disciplina

¹⁰ El video dividido en dos partes puede visionarse en estos dos enlaces: <http://www.archive.org/details/Algeria-War-S-o-T> y <http://www.archive.org/details/Algeria-War2-S-o-T>

¹¹ Torres, Manuel R.: “The Road to Media Jihad: The Propaganda Actions of Al Qaeda in the Islamic Maghreb”, *Terrorism and Political Violence*, vol. 3, nº.1 (2010), pp. 72-98.

¹² Lia, Brinjar y Kjøk, Ashild: “Islamist Insurgencies, Diasporic Support Networks, and their Host States: The Case of the Algerian GIA in Europe 1993-2000”, *FFI/RAPPORT*, nº 03789 (2001), en <http://rapporter.ffi.no/rapporter/2001/03789.pdf>



de la organización, permite contar con habilidades y recursos que el grupo no es capaz de generar, pero también plantea el problema de la falta de control sobre el mensaje, lo cual supone una importante vulnerabilidad que puede ser letal para su propia supervivencia. Así, por ejemplo, estos voluntarios, que habían sido decisivos a la hora de promover la legitimidad de la yihad en Argelia ante una audiencia internacional, fueron también los primeros en utilizar esos mismos canales de distribución para manifestar públicamente su ruptura con el grupo y denunciar su desviación, cuando consideraron que las matanzas indiscriminadas contra la población civil, ya no podían ser justificadas¹³. Al GIA le fue imposible confrontar de manera ágil ese mensaje disidente, ya que para ello, primero debía construir desde cero un aparato propagandístico capaz de alcanzar a esa misma audiencia internacional.

Lo habitual es que estos grupos no asuman el riesgo de externalizar en personas sobre las cuales se carece de un control efectivo, aunque eso suponga perder eficacia comunicativa. Una de las principales dificultades a las que debe enfrentarse una organización terrorista para consolidarse y perdurar en el tiempo es la de establecer un sistema efectivo de control y disciplina entre una militancia que habitualmente se encuentra dispersa y con lo que no es recomendable (por motivos de seguridad) establecer una comunicación fluida¹⁴. La propaganda constituye un instrumento esencial para asentar el liderazgo del grupo y que este pueda establecer un relato y una metodología común. Eso explica por qué mucha de la actividad comunicativa de estas organizaciones vaya dirigida al consumo interno de los propios miembros de la organización, a los cuales debe aleccionarse, insuflar moral o racionalizar determinadas decisiones que provocan controversias.

Este es el caso, por ejemplo, del incremento experimentado por la acción propagandística de Al Qaeda en el Magreb Islámico (AQMI). Según las declaraciones de desertores de su organización antecesora: el Grupo Salafista para la Predicación y el Combate, la decisión de integrarse a Al Qaeda se llevó a cabo sin mayores consultas con los líderes de la organización, lo que habría provocado un elevado malestar interno ante una decisión de una importancia trascendental¹⁵. A este conato de rebelión interna se añadieron otros problemas, como la débil moral de sus miembros, fuertemente afectada por las generosas ofertas de amnistía del gobierno argelino, así como por la adversa reacción de la opinión pública argelina ante la nueva estrategia de operaciones suicidas (alguna de ellas ejecutadas por adolescentes), que se habrían cobrado la vida de numerosos civiles¹⁶. En este sentido, el nuevo ímpetu comunicativo de AQMI tuvo como uno de sus objetivos prioritarios, asentar la autoridad de su líder, y mitigar los sentimientos derrotistas que habrían empujado a la desertión a cientos de miembros en los últimos años. El grupo magrebí, ha sido una de las organizaciones yihadistas más afectadas a lo largo de su historia por la falta de control sobre sus integrantes, las disensiones internas y la desertiones, procesos que se han reflejado en su propaganda, y quienes ejercían el control sobre la misma. Una cantidad significativa de su actividad comunicativa estuvo dedicada a negar la veracidad de determinados comunicados, o a negar la representatividad de algunos individuos que se presentaban como portavoces

¹³ Lia, Brinjar (2007): *Architect of Global Jihad: The Life of Al-Qaeda Strategist Abu Mus'ab Al-Suri*, London, Hurst.

¹⁴ Shapiro, Jacob (2013): *The Terrorist's Dilemma: Managing Violent Covert Organizations*, Princeton, Princeton University Press.

¹⁵ McGregor, Andrew (2007): "Leadership Disputes Plague Al-Qaeda in the Islamic Maghreb", *Terrorism Focus*, vol. 4, nº. 30 (September 25, 2007), en [http://www.jamestown.org/single/?tx_ttnews\[tt_news\]=4433&no_cache=1#.VwZBW3qBrBY](http://www.jamestown.org/single/?tx_ttnews[tt_news]=4433&no_cache=1#.VwZBW3qBrBY)

¹⁶ Kennedy Boudali, Lianne: "Jihadist Terrorism in North Africa and the Maghreb", en Schmid, Alex y Hindle, Garry (eds.) (2009): *After the War on Terror Regional and Multilateral Perspectives on Counter-Terrorism Strategy*, London, RUSI.



autorizados. AQMI se ha mostrado incapaz de centralizar y controlar todas las comunicaciones públicas provenientes de sus miembros, algunos de los cuales contactaron de manera independiente y sin autorización por parte del liderazgo con diferentes periodistas, lo que arrastró a la organización a asumir tácitamente algunos de los mensajes distribuidos por sus miembros más indisciplinados a través de canales distintos a los de su brazo propagandístico¹⁷.

Las dificultades de sus líderes para controlar la comunicación procedente del grupo también se hicieron extensivas a los foros yihadistas de Internet. Estas plataformas ejercen la función de filtro, publicando solamente los materiales que han sido remitidos en nombre de la organización por un “corresponsal” cuya credibilidad ha sido verificada. AQMI no ha podido disfrutar plenamente de este sistema de autenticación debido a que algunos cuadros de la organización han establecido contacto directo con los administradores de algunas de estas plataformas, a los cuales remitían directamente sus mensajes, sin que el brazo propagandístico fuese informado o participase en el proceso. El caso de más destacado de este “punteo” es el del veterano yihadista Mokhtar Belmokhtar. En un intercambio de correspondencia privada entre este controvertido líder y el consejo asesor del grupo, interceptado por las tropas francesas en Mali, quedaba de manifiesto el enfado del liderazgo del grupo, no sólo con su miembro más díscolo, sino también con los administradores de las páginas web que habían atendido sus peticiones, a los cuales llamaba “jóvenes ignorantes sobre cuya identidad nadie pueda estar seguro”¹⁸.

En el ámbito del yihadismo, encontramos numerosos ejemplos de cómo la incompetencia y falta de cualificación de sus militantes termina perjudicando su actividad propagandística. Incluso organizaciones plenamente concienciada de la importancia de la comunicación dentro de su estrategia, como es el caso de Al Qaeda, tuvieron serias dificultades en su etapa inicial para explotar mediáticamente algunas de sus principales acciones terroristas. Así, por ejemplo, en su primera gran acción contra Estados Unidos, (los atentados de 1998 contra sus embajadas en Kenia y Tanzania), no fue capaz de generar ni una sola imagen de los autores, los actos preparatorios, o la ejecución de los ataques. Cuando en el año 2000, decide elaborar un video reivindicativo del atentado suicida con un bote cargado de explosivos contra un destructor norteamericano fondeado en Yemen, fracasa a la hora de elaborar su propio metraje del momento del atentado, porque el encargado de grabar en video la explosión desde un monte cercano se quedó dormido¹⁹. Dos años después, el cerebro de los atentados del 11-S, Kalid Sheik Mohamed²⁰, ordenó grabarse en video decapitando al periodista norteamericano Daniel Pearl, el cual había sido secuestrado en Pakistán. Sin embargo, no consiguió elaborar un producto que mostrase explícitamente el macabro momento del asesinato, debido a que el cámara no activó correctamente la grabación. Puesto que el propósito de este asesinato era la explotación mediática de sus imágenes, decidieron unir los planos en los cuales el rehén es obligado a leer un texto a la cámara, con un montaje posterior a la decapitación, en el que vuelven a situar la cabeza seccionada sobre el cuello y simulan el acto de volver a decapitarlo con el propósito de que el espectador no se percate de que está visionando el asesinato de alguien que ya está muerto. El resultado final es un

¹⁷ Torres, Manuel R.: “The Caliphate is not a Tweet Away: the Social Media Experience of al Qaeda in the Islamic Maghreb”, *Studies in Conflict & Terrorism*, vol.39, nº 11 (2016), pp. 968-981.

¹⁸ Guidere, Mathieu: “The Timbuktu Letters: New Insights about AQIM”, *Res Militaris*, vol. 4, nº. 1 (Winter-Spring 2014), en

http://resmilitaris.net/ressources/10184/89/res_militaris_article_guid_re_new_insights_about_aqim.pdf

¹⁹ Bergen, Peter (2001): *Guerra Santa*, S.A, Barcelona, Grijalbo.

²⁰ Minitzer, Richard (2011): *Mastermind: the many faces of the 911 architect, Khalid Shaikh Mohammed*, New York, Sentinel.



producto confuso, que unido a la mala calidad de la imagen, alimentó todas las especulaciones y teorías conspirativas sobre lo que realmente había sucedido.

Con motivo de la explotación propagandística del primer aniversario de los atentados del 11 de septiembre de 2001, Kalid Sheik Mohamed volvería a sufrir un contratiempo motivado por la deslealtad de sus colaboradores. Al Qaeda contactó con el popular periodista de la cadena de televisión *Al Jazeera*: Yosri Fouda²¹, al cual le ofreció la posibilidad de realizar un programa sobre los atentados contra Estados Unidos donde el grupo le proporcionaría material exclusivo. Los miembros de Al Qaeda trasladaron a este reportero entre grandes medidas de seguridad a un apartamento de una ciudad pakistaní donde se le ofreció la posibilidad de grabar en video su encuentro con Khalid Shehik Mohammed y Ramzi Binalshinb, el cerebro y el coordinador de los atentados del 11-S respectivamente. Los entrevistados no permitieron que el periodista pudiese marcharse con las cintas originales de la grabación, asegurándole que se las harían llegar una vez hubiesen revisado su contenido y lo hubiesen editado. Sin embargo, unos días después el periodista recibió una llamada anónima donde le pedían un millón de dólares por las grabaciones, a lo cual se negó. Tiempo después conocería la razón de este extraño desenlace. Los dos miembros de Al Qaeda lejos de tratar de vender tan valioso material, estaban furiosos porque su plan propagandístico había quedado frustrado por la deslealtad de uno de los correos que debía hacer llegar la cinta al periodista. Fouda, que tenía previsto emitir un programa especial en *Al Jazeera* sobre el primer aniversario del 11S, no tuvo más remedio que ofrecer la exclusiva mundial de su entrevista con ambos miembros de Al Qaeda sin poder ofrecer las imágenes de su encuentro con los terroristas.

3. Sesgos personales y habilidades lingüísticas

El reducido número de personas que se encargan de las tareas propagandísticas genera otro efecto muy acusado: el sesgo personal que imprimen los responsables de propaganda en el formato y en el contenido del discurso oficial de la organización. Los mensajes que llegan a la opinión pública, lejos de ser el resultado de un proceso colectivo de elaboración y supervisión que abarca a todos los escalones del liderazgo, suele ser el producto de la acción de una única persona, o de un reducido número de intervinientes que transfieren de manera más o menos consciente su personalidad, sus ideas particulares de cómo enfocar la comunicación, así como todo un conjunto de prejuicios, filias y fobias. Si bien es cierto que la desaparición de estas personas no afecta necesariamente al volumen de la actividad propagandística²², sí que tiene un impacto directo sobre la calidad y el formato de la misma.

Este fenómeno se ve reforzado por la desconexión que por motivos de seguridad se produce entre los líderes y los encargados de trasladar a la opinión pública los mensajes del grupo. La difusión de propaganda puede convertirse en una tarea de alto riesgo para sus protagonistas, ya que de manera recurrente deben comprometer su anonimato, estableciendo contactos con periodistas, transfiriendo archivos en Internet o manteniendo comunicaciones con los encargados de trasladar físicamente estos materiales. Los servicios de inteligencia prestan una especial atención al proceso logístico de distribución debido a que su infiltración

²¹ Fouda, Yosri y Fielding, Nick (2003): *Mastermind of Terror. The Truth Behind the Most Devastating Terrorism Attack the World Has Ever Seen*, Edinburgh, Mainstream Publishing..

²² Smith, Megan y Walsh, James: "Do Drone Strikes Degrade Al Qaeda? Evidence from Propaganda Output", *Terrorism and Political Violence*, vol. 25, nº 2 (April 2013), pp. 311-327.



permite localizar a los líderes de las organizaciones²³. Esta es la razón por la que grupos como Al Qaeda, no sólo han separado físicamente a sus principales cuadros de los encargados de propagar el mensaje, sino que en el proceso de comunicación entre ambos extremos, se emplea una alambicada cadena de correos humanos, algo que termina restando agilidad a la capacidad del grupo para pronunciarse sobre asuntos de actualidad. Así, por ejemplo, a finales de 2010, durante la gestación de las llamadas “primaveras árabes”, los líderes de Al Qaeda apenas fueron capaces de hacer públicos sus posicionamientos debido a la rapidez con lo que se sucedían los acontecimientos en Túnez y Egipto, los cuales corrían a un ritmo muy superior a los 32 días que el grupo estaba empleando de media entre que las palabras de sus líderes era grabadas, y estas conseguían llegar a su público²⁴.

Las organizaciones terroristas no pueden permitir indefinidamente que sus necesidades de autoprotección lastren su capacidad de comunicarse. Esa es la razón, por la que dotan de una considerable autonomía a los responsables de propaganda, para que así puedan reaccionar de manera más ágil a la actualidad, aunque para ello deban tomar numerosas decisiones en nombre de la organización, sin la posibilidad de realizar consultas con los máximos responsables.

Por otro lado, es habitual analizar las novedades en la acción propagandística de una organización (especialmente cuando se abordan nuevos temas, o se introduce innovaciones en los formatos) como un indicador visible de los giros que ha podido experimentar su estrategia. Sin embargo, en un amplio número de casos, estas oscilaciones lejos de ser el síntoma de las transformaciones que ha podido experimentar el cauce de acción de un colectivo, suelen ser el resultado de las iniciativas individuales de los responsables de comunicación, o el efecto visible de la incorporación de nuevos militantes, los cuales traen consigo sus propias perspectivas sobre los objetivos y metodología del grupo.

Así, por ejemplo, a principios de 2001, Al Qaeda incluyó por primera vez subtítulos en inglés en un video propagandístico titulado “La destrucción del destructor *USS Cole*”. Esta novedad en una organización que hasta el momento sólo se había comunicado en árabe, fue interpretada como la apuesta de este grupo por persuadir y/o atemorizar a un público occidental. Sin embargo, lejos de ser el resultado del replanteamiento estratégico, fue el resultado de la incorporación accidental al grupo de un joven converso norteamericano llamado Adam Gadahn. Este californiano tras haberse radicalizado en su país, viajó a Afganistán por iniciativa propia para unirse a los *muyahidín*. Sin ninguna otra habilidad que ofrecer, se encargó desde un primer momento de poner al servicio del grupo su lengua nativa. Al Qaeda, por primera vez, tenía a su plena disposición un miembro con las competencias lingüísticas suficientes, no sólo para ejercer de traductor, sino también para elaborar subtítulos sin cometer errores gramaticales que perjudicasen la imagen del grupo.

Otro ejemplo de cómo la elección de los idiomas en los que el yihadismo se comunica, depende más bien de la disponibilidad, o no, de personas concretas, y no tanto de un cálculo estratégico, lo podemos encontrar en la filial magrebí de Al Qaeda. Durante la etapa previa a su adhesión formal a la organización de Osama Bin Laden, toda su propaganda fue elaborada exclusivamente en árabe. Desde que el grupo adopta la marca Al Qaeda en las Tierras del

²³ Morell, Michael (2015): *The Great War of Our Time. The CIA's Fight Against Terrorism - From al Qaeda to ISIS*, New York, Twelve.

²⁴ Cruickshank, Paul: "Analysis: Why Arab Spring could be Al Qaeda's Fall", *CNN.com*, (February 21, 2011), en: <http://edition.cnn.com/2011/WORLD/meast/02/21/arab.unrest.alQaida.analysis/index.html>



Magreb Islámico (2007) hasta el año 2013 utilizó el francés en 13 comunicados, algo que era congruente con el giro que experimentó su discurso²⁵ donde se señalaba a Francia como el principal enemigo del grupo. En cambio, desde 2013 en el cual el grupo abre por primera vez un perfil en la red social de Internet *Twitter* hasta finales de 2014, emplea el inglés por primera vez, recurriendo a este idioma en 19 ocasiones distintas, mientras que sólo emplea el francés en un único mensaje.

No es lógico pensar que en esta etapa se produce un giro estratégico y el grupo pierde interés en su audiencia francófona, sino que más bien su explicación se haya en la no disponibilidad temporal (a diferencia de los que sucedía con el inglés) de militantes con la capacidad para traducir de manera fehaciente textos en francés. A pesar de la abundante retórica de este grupo sobre la recuperación de Al Andalus, o el carácter de tierras islámica ocupada de Ceuta y Melilla²⁶, el uso por primera vez del idioma español se produce en un producto audiovisual de 2015 titulado “La incursión sagrada”, el cual también es fruto de un factor circunstancial como es la incorporación de un activista procedente de la ciudad de Melilla. En este video que documenta la emboscada a un convoy militar de la ONU en Mali, se añaden las declaraciones en español de uno de sus protagonistas apodado Abu al-Nur al-Andalusi el cual declara ante la cámara: “Mensaje a nuestros hermanos en España, especialmente en Melilla: Que se muevan y que se dirijan hacia cualquier sitio en el que haya yihad. Nosotros necesitamos que nuestros hermanos musulmanes nos ayuden, que vengan a combatir, que cojan sus armas y que se dejen de la compañía de sus mujeres y sus hijos”.

El sesgo personal puede apreciarse de manera más evidente en cómo el lenguaje del grupo se ve modulado en función de quien ostenta la portavocía. El primer converso en la filas de Al Qaeda, conseguiría escalar en las filas de la organización asumiendo responsabilidades en el brazo propagandístico. Adam Gadhan imprimió un nuevo estilo narrativo más acorde con los guiones cinematográficos y su experiencia como espectador estadounidense. Protagonizaría, igualmente, algunos de los mensajes de la organización bajo el pseudónimo de “Azzam el Americano”, en los cuales no dudaba en emplear expresiones provenientes de la cultura popular occidental, como su referencia al juego de mesa Monopoly: “Si tu mueres como infiel en la batalla contra los musulmanes, vas directamente al infierno, sin pasar por la Salida”²⁷.

Otro ejemplo del peso de las iniciativas personales es un curioso video²⁸ de finales de 2009 atribuido a Al Qaeda, donde podía contemplarse a un joven militante llamado Bekkay Harrach, apodado Abu Talha “el alemán”. El protagonista de este mensaje vestía traje y corbata, (algo inédito en los videos yihadistas), para situarse delante de una cortina de color rojo, e imitar el estilo y la indumentaria de un político occidental. Abu Talha amenazaba a su país de origen con una oleada de ataques terroristas si sus ciudadanos votaban en las próximas elecciones legislativas a un gobierno dispuesto a mantener la presencia militar en Afganistán. Esta amenaza era la segunda que Al Qaeda lanzaba expresamente contra Alemania en menos de un año, lo que provocó una severa alerta antiterrorista en el país. Aunque el grupo asumió como propio este producto, terminó expulsando fulminantemente del grupo a este activista, el

²⁵ Torres, Manuel R.: “The Evolution of the Discourse of Al-Qaeda in the Islamic Maghreb: Themes, Countries and Individuals”, *Mediterranean Politics*, vol. 16, nº 2 (July 2011), pp. 279-298.

²⁶ Torres, Manuel R. (2014): *Al Andalus 2.0. La ciber-yihad contra España*, Granada, Biblioteca GESI.

²⁷ Khatchadourian, Raffi: “Azzam the American. The making of an Al Qaeda homegrown”, *The New Yorker* (January 22, 2007), en <http://www.newyorker.com/magazine/2007/01/22/azzam-the-american>

²⁸ Disponible en este enlace: http://www.dailymotion.com/video/xf13ut_islamist-bekkay-harrach-droht-deutschlan_news



cual había grabado y difundido en nombre de la organización este mensaje amenazante sin consultar previamente a ningún superior²⁹.

El proceso de incorporación de nuevos efectivos a los aparatos de propaganda no siempre es fruto del esfuerzo de una organización por incrementar sus capacidades, identificando y reclutando nuevos “talentos”. Las nuevas incorporaciones pueden ser accidentales, lo que no impide que estos individuos pueden imprimir un cambio radical, no sólo a la comunicación, sino incluso a la estrategia de la organización.

El caso más significativo es el del dúo de ciudadanos estadounidenses compuesto por el clérigo de origen yemení, Anwar al-Awlaki, y el ciberactivista de origen pakistaní, Samir Khan. El primero recibió el sobrenombre de “el jeque de Internet” por su intenso uso de las nuevas tecnologías de la información, las cuales utilizó para propagar sus sermones en inglés y árabe, los cuales eran elaborados en un estilo mucho más accesible y atractivo que el de los predicadores de las generaciones anteriores³⁰. Tras los atentados del 11 de septiembre de 2001, Awlaki experimentó un proceso gradual de radicalización que le llevaría de ser considerado una de las principales voces del Islam moderado en Estados Unidos, a convertirse en uno de los más activos defensores del terrorismo contra este mismo país. Awlaki se sintió acosado por las autoridades estadounidenses, así como por lo que consideraba un insufrible ambiente de islamofobia, lo que le llevó a instalarse en Reino Unido, y finalmente en Yemen, el país de origen de su familia. Bajo los auspicios de Estados Unidos, sería encarcelado en este país, tras quedar en libertad contactó con la filial de Al Qaeda en este país árabe, convirtiéndose en uno de sus más activos propagandistas, y en una pieza clave de los complots de este grupo en Occidente. La incorporación de Awlaki a Al Qaeda en la Península Arábiga (AQAP) fue accidental, sin embargo, su llegada revolucionó el aparato de comunicación del grupo. En el salto de calidad que experimentaron sus productos también fue determinante la incorporación del joven Samir Khan, el cual se desplazó desde Estados Unidos a Yemen, para ponerse a las órdenes de su admirado Jeque Awlaki. Khan aportó al grupo su dilatado historial como ciber-activista de la yihad³¹, entre cuyos logros se encontraba la gestión del popular blog radical *Inshallah Shaheed*, el cual registró hasta su suspensión millones de visitas mensuales procedentes de todo el mundo, y la publicación de la primera revista yihadista en inglés titulada *Jihad Recollections*. Khan utilizó estas experiencias para poner en marcha, bajo el patrocinio de AQAP, una de las iniciativas más exitosas de la historia de la propaganda yihadista: la revista en inglés *Inspire*, cuyo diseño profesional podía competir con cualquier de las publicaciones internacionales más reputadas.

El duo Awlaki-Khan no se limitó a gestionar una influyente plataforma de propaganda, sino que sus aportaciones ejercieron un profundo impacto en la orientación estratégica del grupo. En las páginas de *Inspire* se alentó de manera permanente los actos de terrorismo individual por todo el mundo, una táctica que hasta el momento había recibido

²⁹ Flade, Florian: “The Day Al-Qaida Fired Bekkay Harrach”, *Jih@d. News of Terrorism, Jihadism & International Politics* (November 9, 2011), en <http://ojihad.wordpress.com/2011/09/11/the-day-al-qaida-fired-bekkay-harrach/>

³⁰ Meleagrou-Hitchens, Alexander: “As American as Apple Pie: How Anwar al-Awlaki Became the Face of Western Jihad”. *ICSR*. (September 11, 2011), en <http://icsr.info/2011/09/as-american-as-apple-pie-how-anwar-al-awlaki-became-the-face-of-western-jihad/>

³¹ Bergen, Peter (2016): *United States of Jihad: Investigating America's Homegrown Terrorists*, New York, Crown,



poca atención en el discurso de Al Qaeda. La figura del “lobo solitario”³², a instancia de estos dos propagandistas, empezó a ocupar un papel cada vez más relevante dentro de la estrategia del yihadismo contra Occidente.

4. Guerreros frustrados

Un buen número de los individuos cuya principal o única aportación al activismo yihadista se limita a las labores propagandísticas, terminan sintiéndose frustrados, ya que la comunicación no colma su identidad como *muyahidín*. Este es un proceso lógico, teniendo en cuenta el papel que juega la retórica de la guerra en este discurso. Los videos, audios y escritos elaborados por estas organizaciones llevan a cabo una continua labor de ensalzamiento de la figura del combatiente y del empleo de las armas. Según esta visión, los verdaderos musulmanes son aquellos que acuden a la defensa de sus hermanos atacados. Su propaganda describe el martirio y la muerte en combate como el grado más excelso de identificación con el Islam, y por tanto como una meta que debe ser perseguida por todos los creyentes³³. Los individuos que administran webs radicales, editan videos y facilitan su distribución, son también consumidores de este tipo de mensajes, lo que origina una disonancia cognitiva entre su identidad como guerreros islámicos y su estilo de vida alejado de la violencia y el riesgo inmediato. A pesar de la labor de alabanza y dignificación de la yihad mediática emprendida por algunos ideólogos radicales, un buen número de estos individuos necesitan resolver su frustración implicándose o facilitando la realización de nuevos ataques terroristas³⁴.

Ese es el caso del joven estudiante marroquí afincado en Londres Younis Tsouli, el cual a través de su apodo *Irhabi 007* (“terrorista 007”) se convirtió en una celebridad dentro de la subcultura yihadista en Internet debido a sus habilidades informáticas. Tsouli fue un eslabón fundamental dentro del aparato de distribución de propaganda de algunas de las principales organizaciones del momento, como Al Qaeda en Irak, la cual no dudó en contactar virtualmente con el misterioso Irhabi para que les ayudase a mantener su presencia en Internet frente a los múltiples ciber-ataques que sus publicaciones estaban recibiendo. A pesar del reconocimiento que obtuvo por parte de los *muyahidín* (Al Qaeda en Irak llegó a agradecer sus servicios en un comunicado público), se sentía cada vez más insatisfecho limitando su compromiso al uso de un ordenador desde su dormitorio, y empezó a tomar cada vez más en serio la posibilidad de involucrase directamente en la realización de atentados terroristas. Un día antes de los ataques del 7 de julio de 2005 en la capital británica, Younis escribió a sus compañeros: “La única cosa que me podría evitar que me uniese a los hermanos, es atacar a los bastardos aquí en Londres. Cuanto antes mejor”³⁵. Sería detenido poco tiempo después. Lejos de ser un hecho anecdótico podemos encontrar múltiples ejemplos de esta obsesión por dejar atrás la dimensión comunicativa de la yihad, y abrazar el activismo violento. Este es el caso, de Said Namouh, un marroquí afincado en Canadá, el cual fue un importante pilar en la propaganda en inglés de una organización clandestina llamada Global Islamic Media Front (GIMF), dedicada exclusivamente a apoyar la yihad terrorista a través de Internet. En una conversación de *chat* con otro miembro del grupo afincado en Austria reconocía que se encontraba frustrado porque él “simplemente me limito a transferir grabaciones en audio del

³² Toboso, Mario (2014): *Lobos de occidente. El terrorismo individual como elemento emergente y evolución táctica de Al-Qaida*, Madrid, IUGGM.

³³ Antón, Joan (ed.) (2015): *Islamismo Yihadista: Radicalización y Contraradicalización*, Valencia, Tirant lo Blanch.

³⁴ Torres, Manuel R.: “Between the Pen and the Sword: The Global Islamic Media Front in the West”, *Terrorism & Political Violence*, vol. 24 nº 5 (November 2012), pp. 769-786.

³⁵ O'Neill, Sean: “Terrorist 007 ‘was internet propagandist for al-Qaeda””, *The Times*, (April 26, 2007), en <http://www.thetimes.co.uk/tto/law/article2209570.ece>



jeque Osama a los servidores (...) estoy buscando otro trabajo que tenga el tufillo del terrorismo (...) mi gran sueño es ser un mártir a tu lado”³⁶. El destinatario de su mensaje, otro joven llamado Mohammed Mahmoud, también sería detenido en 2007 en Austria por su activismo dentro del GIMF, incluyendo la elaboración de mensajes amenazantes contra su país y Alemania por su participación en la misión internacional en Afganistán. Tras cumplir cuatro años de condena, Mohammed abandonaría Europa y se instalaría en varios países de mayoría musulmana, reapareciendo periódicamente en varios productos propagandísticos, hasta su debut como asesino en un video del llamado Estado Islámico, donde aparecía disparando con un fusil a un rehén maniatado³⁷.

Cuando la labor del propagandista se realiza desde países occidentales, o en países de mayoría musulmana donde el radicalismo yihadista carece de visibilidad social, suele ser habitual que estos militantes resuelvan su frustración tratando de viajar a escenarios donde estos grupos operan de manera visible como Afganistán, Irak, Siria, Somalia, etc. Este fue el caso, por ejemplo, de Faisal Errai, un joven marroquí que ejercía desde España la labor de administrador general del influyente foro yihadista de Internet *Ansar Al Mujahideen*. Faisal había alcanzado la máxima responsabilidad dentro de esta plataforma propagandística cubriendo el hueco que había dejado tras la marcha de su anterior responsable, un jordano apodado Abu Qandahar³⁸, el cual tras una exitosa trayectoria como propagandista en Internet, viajó en 2009 hacia Waziristán para unirse a los grupos armados que combaten a las tropas internacionales. Sólo un año después, Errai se encontraba hastiado y decidió iniciar el proceso de su sucesión en el foro, con el objeto de poder abandonar España y asumir otras funciones, un viaje que quedaría frustrado por su detención³⁹.

Esta dinámica puede apreciarse de manera muy destacada en la constelación de grupos asentados en Europa denominados *Sharia4*, un movimiento fundamentalista con escasa estructura pero un gran activismo político y mediático, dedicados a la “dawa” o predicación pública de su interpretación literalista y militante del Islam. Este tipo de grupos (especialmente sus facciones belgas y británicas) tuvieron un enorme activismo propagandístico, bordeando siempre el límite entre la libertad de expresión y la apología del terrorismo. Sus miembros, a pesar de ser contemplados inicialmente por las agencias de seguridad como meros “charlatanes” terminarían integrándose manera masiva en los contingentes de combatientes que emprendieron el viaje desde Europa hasta Siria o Irak para unirse a algunas de las múltiples organizaciones yihadistas que combatían al régimen del Bashar al-Assad⁴⁰.

³⁶ Montgomery, Sean: “Terror case laid out”, *The Gazette* (February 1, 2008).

³⁷ Salloum, Raniah: “IS-Drohungen an Deutschland: Der Brandstifter aus Wien“, *Spiegel Online* (6/8/2015), en: <http://www.spiegel.de/politik/ausland/islamischer-staat-mohamed-mahmoud-der-brandstifter-aus-wien-a-1046964.html>

³⁸ Flade, Florian: “Death of an Online-Jihadi – From Cyberspace to Battlefield”, *Jih@d. News of Terrorism, Jihadism & International Politics*, (December 21, 2010), en: <http://ojihad.wordpress.com/2010/12/21/death-of-a-online-jihadi-from-cyberspace-to-battlefield/>

³⁹ Torres, Manuel R.: “The Hidden Face of Jihadist Internet Forum Management: The case of Ansar Al Mujahideen”, *Terrorism and Political Violence*, vol. 28, nº 4 (2016), pp. 735-749.

⁴⁰ Vidino, Lorenzo: “Sharia4: From Confrontational Activism to Militancy”, *Perspectives on Terrorism*, vol. 9, nº 2 (April 2015), pp. 2-16., en <http://www.terrorismanalysts.com/pt/index.php/pot/article/view/415/825>



5. Conclusiones

El desempeño propagandístico de llamado Estado Islámico o DAESH (por sus siglas en árabe) aparentemente contradice la mayoría de las premisas expuestas en este artículo. Su volumen de producción propagandística en todo tipo de formatos no tiene parangón en la historia general del terrorismo. Así, por ejemplo, en una sola semana de abril de 2015, difundió 141 productos propagandísticos, de los cuales 24 eran videos⁴¹. En el periodo comprendido entre el 2000 y 2014, Al Qaeda difundió 628 videos⁴². Si Estado Islámico pervive el mismo tiempo, y mantiene su actual ritmo comunicativo, dentro de catorce años habrá producido casi 20.000 videos.

No obstante, su excepcionalidad no se limita al número, sino sobre todo a la calidad de sus productos, especialmente los de carácter audiovisual, los cuales están dotados de una estructura narrativa atractiva que combina magistralmente la escenografía y el simbolismo de las imágenes, junto a una edición plenamente profesional que incluye el retoque digital, la ingeniería de sonido, o el control de la iluminación.

El grupo ha mantenido ese volumen de actividad y unos elevados parámetros de calidad sin experimentar excesivas oscilaciones en los años de existencia de esta organización, lo que permite deducir la existencia de un amplio número de personas cualificadas, así como un alto grado de institucionalización que le ha permitido sobreponerse a la muerte o desaparición de sus integrantes. Un desertor del aparato propagandístico de Estado Islámico relataba a un medio de comunicación occidental como la unidad en la que estaba adscrito (encargada de elaborar *Dabiq*, la principal publicación en inglés de la organización) contaba con más de cien miembros, entre los que figuraban numerosos ingenieros y expertos en informática⁴³.

Sin embargo, la comparación con el Estado Islámico no resulta pertinente debido a que pesar de compartir ideología y proyecto, la naturaleza de este actor yihadista hace años que trascendió del ámbito del terrorismo, convirtiéndose en un movimiento insurgente con aspiraciones de estatalidad⁴⁴. Esto le ha permitido ejercer control político sobre amplias extensiones de territorio que se encuentran habitadas por cientos de miles de personas. Por lo tanto, no se encuentra afectado por las limitaciones estructurales que caracterizan a las organizaciones terroristas en cuanto a su capacidad de generar recursos materiales y humanos. El control sobre el territorio, del cual carecen las organizaciones terroristas, ha sido señalado como uno de los principales potenciadores de la actividad y capacidades de un grupo armado⁴⁵. Al acceso de fuentes de adicionales de financiación y armamento, se le añade la

⁴¹ Zelin, Aaron: "Picture Or It Didn't Happen: A Snapshot of the Islamic State's Official Media Output", *Perspectives on Terrorism*, vol. 9, nº 4 (August 2015), pp. 85-97, en <http://www.terrorismanalysts.com/pt/index.php/pot/article/view/445/876>

⁴² Intelcenter: "al-Qaeda's as-Sahab IntelCenter Database (ICD) Audio/Video Listing Report" (April 13, 2014) en, <http://intelcenter.com/reports/listing/aq-sahab/IntelCenter-AQ-Sahab-AudioVideo-13Apr2014.pdf>

⁴³ Miller, Greg y Mekhennet, Souad: "Inside the surreal world of the Islamic State's propaganda machine", *The Washington Post*, (November 20, 2015). En https://www.washingtonpost.com/world/national-security/inside-the-islamic-states-propaganda-machine/2015/11/20/051e997a-8ce6-11e5-acff-673ae92ddd2b_story.html

⁴⁴ García-Guindo, Miguel: "El concepto de insurgencia a debate: una aproximación teórica", *Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*, vol. 12, nº 1 (2013), pp. 211-224, en <http://www.usc.es/revistas/index.php/rips/article/view/1311>;

Jordán, Javier: "Delimitación teórica de la insurgencia: concepto, fines y medios", en Jordán, Javier; Pozo, Pilar y Baqués, Josep (eds.) (2011): *La seguridad más allá del Estado. Actores no estatales y seguridad internacional*, Madrid, Plaza y Valdés.

⁴⁵ De la Calle, Luis y Sánchez-Cuenca, Ignacio: "How Armed Groups Fight: Territorial Control and Violent Tactics", *Studies in Conflict & Terrorism*, vol. 38, nº 10 (2015), pp. 795-813.



relativa seguridad con la que puede moverse dentro del territorio bajo su control, lo que le permite acometer ofensivas de una envergadura mucho mayor que las que puede asumir un grupo cuyo principal preocupación es la autoprotección de sus miembros.

La ventaja territorial llevada al ámbito de la propaganda también le ha proporcionado el acceso a infraestructuras y equipos profesionales de comunicación, como los que es posible encontrar en los estudios de televisión y productoras audiovisuales que han caído bajo su control. Sin la presión de moverse continuamente para evitar ser detectados, Estado Islámico ha podido crear grupos de trabajo estables que pueden reunirse físicamente y coordinar sus actividades. Este acceso material, ha sido complementado con el dominio coactivo sobre la población. Al igual que ha obligado bajo amenaza a médicos, ingenieros, técnicos a seguir desempeñando sus funciones bajo su autoridad, es lógico pensar que también han enrolado de manera coactiva a técnicos de imagen, sonido, iluminación y cualquier otra función relacionada con el tratamiento profesional de la comunicación⁴⁶.

Por tanto, lejos de constituir una negación de la tesis expuestas anteriormente, supone una constatación de como las organizaciones terroristas, a diferencia de los movimientos violentos de carácter más amplio, se ven sometidos a un importantísimo sesgo personal que condiciona su actividad propagandística.

En conclusión, puede afirmarse que la dimensión individual es determinante para entender el desempeño propagandístico de las organizaciones terroristas, las cuales se ven constreñidas por el reducido número de sus miembros, la insuficiente cualificación de los mismos, la autonomía con la que cuentan los propagandistas por motivos de seguridad, y la elevada rotación que se produce en este colectivo debido a la insatisfacción que producen estas tareas.

Bibliografía

Alonso, Rogelio: "Individual motivations for joining terrorist organizations: a comparative qualitative study on members of ETA and IRA", en Victoroff, Jeff (ed.) (2006): *Tangled Roots: Social and Psychological Factors in the Genesis of Terrorism*, Amsterdam, IOS Press.

Antón, Joan (ed.) (2015): *Islamismo Yihadista: Radicalización y Contraradicalización*, Valencia, Tirant lo Blanch.

Bergen, Peter (2001): *Guerra Santa*, S.A, Barcelona, Grijalbo.

Bergen, Peter (2006): *The Osama bin Laden I Know. An Oral History of al Qaeda's Leader*, New York, Free Press.

Bergen, Peter (2016): *United States of Jihad: Investigating America's Homegrown Terrorists*, New York, Crown.

Crenshaw, Martha: "How Terrorist Think: What Psychology Can Contribute to Understanding Terrorism", en Howard, Lawrence (ed.) (1992): *Terrorism. Roots, Impact, Responses*, New York, Praeger.

⁴⁶ Torres, Manuel R.: "Cómo contener a un califato virtual", en Jordán, Javier. (coord.) (2016): *Estrategias para derrotar al Daesh y la reestabilización regional*, Madrid, Ministerio de Defensa.



Cruikshank, Paul: "Analysis: Why Arab Spring could be Al Qaida's Fall", *CNN.com*, (February 21, 2011), en: <http://edition.cnn.com/2011/WORLD/meast/02/21/arab.unrest.alQaida.analysis/index.html>

De la Calle, Luis y Sánchez-Cuenca, Ignacio: "How Armed Groups Fight: Territorial Control and Violent Tactics", *Studies in Conflict & Terrorism*, vol. 38, nº 10 (2015), pp. 795-813.

De la Corte, Luis (2006): *La lógica del terrorismo*, Madrid, Alianza Editorial.

De la Corte, Luis y Jordán, Javier (2007): *La yihad terrorista*, Madrid, Síntesis.

Flade, Florian: "Death of an Online-Jihadi – From Cyberspace to Battlefield", *Jih@d. News of Terrorism, Jihadism & International Politics*, (December 21, 2010), en <http://ojihad.wordpress.com/2010/12/21/death-of-a-online-jihadi-from-cyberspace-to-battlefield/>

Flade, Florian: "The Day Al-Qaida Fired Bekkay Harrach", *Jih@d. News of Terrorism, Jihadism & International Politics* (November 9, 2011), en <http://ojihad.wordpress.com/2011/09/11/the-day-al-qaida-fired-bekkay-harrach/>

Fouda, Yosri y Fielding, Nick (2003): *Mastermind of Terror. The Truth Behind the Most Devastating Terrorism Attack the World Has Ever Seen*, Edinburgh, Mainstream Publishing.
García-Guindo, Miguel: "El concepto de insurgencia a debate: una aproximación teórica", *Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*, vol. 12, nº 1 (2013), pp. 211-224, en <http://www.usc.es/revistas/index.php/rips/article/view/1311>

Guidere, Mathieu: "The Timbuktu Letters: New Insights about AQIM", *Res Militaris*, vol. 4, nº. 1 (Winter-Spring 2014), en http://resmilitaris.net/ressources/10184/89/res_militaris_article_guid_re_new_insights_about_aqim.pdf

Horgan, John: "The Search for the Terrorist Personality", en Silke, Andrew (ed.) (2003): *Terrorists, Victims, and Society: Psychological Perspectives on Terrorism and Its Consequences*, Chichester, Wiley.

Intelcenter: "al-Qaeda's as-Sahab IntelCenter Database (ICD) Audio/Video Listing Report" (April 13, 2014), en <http://intelcenter.com/reports/listing/aq-sahab/IntelCenter-AQ-Sahab-AudioVideo-13Apr2014.pdf>

Jordán, Javier: "Delimitación teórica de la insurgencia: concepto, fines y medios", en Jordán, Javier; Pozo, Pilar y Baqués, Josep (eds.) (2011): *La seguridad más allá del Estado. Actores no estatales y seguridad internacional*, Madrid, Plaza y Valdés.

Kennedy Boudali, Lianne: "Jihadist Terrorism in North Africa and the Maghreb", en Schmid, Alex y Hindle, Garry (eds.) (2009): *After the War on Terror Regional and Multilateral Perspectives on Counter-Terrorism Strategy*, London, RUSI.

Khatchadourian, Raffi: "Azzam the American. The making of an Al Qaeda homegrown", *The New Yorker* (January 22, 2007), en <http://www.newyorker.com/magazine/2007/01/22/azzam-the-american>



Laqueur, Walter (2001): *The New Terrorism. Fanaticism and the Arms of Mass Destruction*, London, Phoenix Press.

Lia, Brinjar (2007): *Architect of Global Jihad: The Life of Al-Qaeda Strategist Abu Mus'ab Al-Suri*, London, Hurst.

Lia, Brinjar y Kjøk, Ashild: "Islamist Insurgencies, Diasporic Support Networks, and their Host States: The Case of the Algerian GIA in Europe 1993-2000", *FFI/RAPPORT*, nº 03789 (2001), en <http://rapporteur.ffi.no/rapporteur/2001/03789.pdf>

McGregor, Andrew (2007): "Leadership Disputes Plague Al-Qaeda in the Islamic Maghreb", *Terrorism Focus*, vol. 4, nº. 30 (September 25, 2007) en [http://www.jamestown.org/single/?tx_ttnews\[tt_news\]=4433&no_cache=1#.VwZBW3qBrBY](http://www.jamestown.org/single/?tx_ttnews[tt_news]=4433&no_cache=1#.VwZBW3qBrBY)

Meleagrou-Hitchens, Alexander: "As American as Apple Pie: How Anwar al-Awlaki Became the Face of Western Jihad". *ICSR*. (September 11, 2011), en <http://icsr.info/2011/09/as-american-as-apple-pie-how-anwar-al-awlaki-became-the-face-of-western-jihad/>

Miller, Greg y Mekhennet, Souad: "Inside the surreal world of the Islamic State's propaganda machine", *The Washington Post*, (November 20, 2015), en https://www.washingtonpost.com/world/national-security/inside-the-islamic-states-propaganda-machine/2015/11/20/051e997a-8ce6-11e5-acff-673ae92ddd2b_story.html

Minter, Richard (2011): *Mastermind: the many faces of the 911 architect, Khalid Shaikh Mohammed*, New York, Sentinel.

Montgomery, Sean: "Terror case laid out", *The Gazette* (February 1, 2008).

Morell, Michael (2015): *The Great War of Our Time. The CIA's Fight Against Terrorism - From al Qaeda to ISIS*, New York, Twelve.

O'Neill, Sean: "Terrorist 007 'was internet propagandist for al-Qaeda'", *The Times*, (April 26, 2007), en <http://www.thetimes.co.uk/tto/law/article2209570.ece>

Oberschall, Anthony: "Explaining Terrorism: The Contribution of Collective Action Theory", *Sociological Theory*, vol. 22, nº. 1 (March 2004), pp. 26-37.

Post, Jerrold: "Terrorism psycho-logic: terrorism behavior as a product of psychological forces", en Reich, Walter (ed.) (1998): *Origins of Terrorism*, Baltimore, John Hopkins University Press.

Reinares, Fernando (1998): *Terrorismo y antiterrorismo*, Barcelona, Paidós.

Reinares, Fernando (2012), "Terrorism Studies is not a Sub-Discipline". *START. National Consortium for the Study of Terrorism and Responses to Terrorism* (October 31, 2012), en <http://www.start.umd.edu/news/discussion-point-terrorism-studies-not-sub-discipline;>

Salloum, Raniah: "IS-Drohungen an Deutschland: Der Brandstifter aus Wien", *Spiegel Online* (6/8/2015), en: <http://www.spiegel.de/politik/ausland/islamischer-staat-mohamed-mahmoud-der-brandstifter-aus-wien-a-1046964.html>



Schmid, Alex y Jongman, Albert (2008): *Political Terrorism: A New Guide To Actors, Authors, Concepts, Data Bases, Theories, And Literature*, New Brunswick, Transaction Publisers.

Shapiro, Jacob (2013): *The Terrorist's Dilemma: Managing Violent Covert Organizations*, Princeton, Princeton University Press.

Smith, Megan y Walsh, James: "Do Drone Strikes Degrade Al Qaeda? Evidence from Propaganda Output", *Terrorism and Political Violence*, vol. 25, nº 2 (April 2013), pp. 311-327.

Toboso, Mario (2014): *Lobos de occidente. El terrorismo individual como elemento emergente y evolución táctica de Al-Qaida*, Madrid, IUGGM.

Torres, Manuel R. (2014): *Al Andalus 2.0. La ciber-yihad contra España*, Granada, Biblioteca GESI.

Torres, Manuel R.: "Cómo contener a un califato virtual", en Jordán, Javier. (coord.) (2016): *Estrategias para derrotar al Daesh y la reestabilización regional*, Madrid, Ministerio de Defensa.

Torres, Manuel R.: "The Hidden Face of Jihadist Internet Forum Management: The case of Ansar Al Mujahideen", *Terrorism and Political Violence*, vol. 28, nº 4 (2016), pp. 735-749.

Torres, Manuel R.: "Between the Pen and the Sword: The Global Islamic Media Front in the West", *Terrorism & Political Violence*, vol. 24, nº 5 (November 2012), pp. 769-786.

Torres, Manuel R.: "The Caliphate is not a Tweet Away: the Social Media Experience of al Qaeda in the Islamic Maghreb", *Studies in Conflict & Terrorism*, vol.39, nº 11 (2016), pp. 968-981.

Torres, Manuel R.: "The Evolution of the Discourse of Al-Qaeda in the Islamic Maghreb: Themes, Countries and Individuals", *Mediterranean Politics*, vol. 16, nº 2 (July 2011), pp. 279-298.

Torres, Manuel R.: "The Road to Media Jihad: The Propaganda Actions of Al Qaeda in the Islamic Maghreb", *Terrorism and Political Violence*, vol. 3, nº.1 (2010), pp. 72-98.

Vidino, Lorenzo: "Sharia4: From Confrontational Activism to Militancy", *Perspectives on Terrorism*, vol. 9, nº 2 (April 2015), pp. 2-16, en <http://www.terrorismanalysts.com/pt/index.php/pot/article/view/415/825>

Zelin, Aaron: "Picture Or It Didn't Happen: A Snapshot of the Islamic State's Official Media Output", *Perspectives on Terrorism*, vol. 9, nº 4 (August 2015), pp. 85-97, en <http://www.terrorismanalysts.com/pt/index.php/pot/article/view/445/876>

