

El Estado Islámico es más 'sexy' que Al Qaeda

[Carlos Setas Vílchez](#)



Yihadista del Estado Islámico habla ante las cámaras después de un ataque. (AFP/Getty Images)

El EI supera con creces la capacidad de atracción de Al Qaeda. ¿A qué se debe?

La respuesta es simple: el Estado Islámico (EI) hace ahora lo que Al Qaeda sitúa en un futuro distante e indefinido. Gana victoria tras victoria. Cuenta con una sofisticada maquinaria de propaganda. En definitiva, el Estado Islámico es sexy.

La estrategia de Al Qaeda, así como de otros grupos terroristas de carácter *yihadista*, ha recaído primero en atraer a los musulmanes consiguiendo que su autoridad religiosa se viera reconocida mediante sus acciones. Esto conformaría las bases para el establecimiento de un poder territorial, un califato, que después llevaría la guerra a los infieles hasta el fin de los días.

Esta estrategia ha sido continuamente debatida en el seno de Al Qaeda y del *yihadismo*, siendo el principal punto de desencuentro identificar al enemigo al que enfrentarse primero: el cercano, es decir, los regímenes considerados apóstatas que gobiernan los países musulmanes, o el lejano, Occidente, particularmente EE UU, considerado responsable de todos los males que aquejan al mundo musulmán.

El Estado Islámico ignora estas sutilezas y debates ideológicos. Para empezar, ya se ha saltado varios pasos y acortado en varias décadas, o incluso siglos, la estrategia de Al Qaeda. El EI ya ha proclamado su califato y ha nombrado a su líder, Abu Bakr al Baghdadi, su califa. Se han hecho con un territorio físico de una extensión considerable en el norte de Irak y el norte y este de Siria. La justificación de su legitimidad es el derecho de conquista, su principal diferencia con Al Qaeda. El EI conquista y controla físicamente para, más tarde, establecer su

autoridad religiosa.

Y lo hace bien. Por el momento el EI ha dejado en evidencia al Ejército iraquí, cuya calamitosa retirada desde junio ha dejado en manos de los *yihadistas* una enorme cantidad de material bélico, en su mayor parte de fabricación estadounidense, y a los renombrados *peshmergas* kurdos, que se han visto en dificultades para hacer frente a las tropas del EI y a su armamento pesado.

Por otra parte, el EI desarrolla sus actividades en una región que constituye el corazón del mundo musulmán. Su califato se encuentra a no demasiada distancia de los tres lugares santos del islam: Meca, Medina y Jerusalén, cuyas capturas figuran entre sus objetivos. Esto sin duda tiene un mayor atractivo que el refugio del liderazgo de Al Qaeda en las montañas de la frontera afgano-pakistaní.

Al contrario que Al Qaeda, el EI no se considera un grupo terrorista. Actúa abiertamente como si de un Estado se tratase, sus oficinas de reclutamiento son públicas, al igual que sus actividades. Quien se une al EI puede actuar abiertamente y combatir en Siria e Irak o desarrollar cualquier otra actividad dentro de la administración del califato. Esto contrasta claramente con el secretismo de Al Qaeda. La gloria que se pueda alcanzar uniéndose al grupo de Ayman al Zawahiri no puede compararse con el inmediato reconocimiento obtenido al unirse al EI. Además, mientras que Al Qaeda siempre ha sido una organización con un marcado carácter elitista, el Estado Islámico está abierto a todos los musulmanes, siempre y cuando compartan su ideología, claro está.

Los aparentes éxitos, tanto militares como a la hora de establecer estructuras de gobierno en el califato, son hábilmente explotados mediante el aparato de propaganda de la organización. El *departamento de comunicación*, Al Hayat Media Center, podría ser una iniciativa de Abu Talha al Almani, un rapero alemán conocido como Deso Dogg, que abandonó Europa para combatir en Siria. En cualquier caso, la profusión y calidad de sus publicaciones, tanto en forma de vídeos que se difunden en Internet, con un extenso uso de las redes sociales, como en la de su revista mensual *Dabiq*, está al nivel de cualquier empresa de comunicación occidental. Más aún, prácticamente todos los productos de propaganda del EI son en inglés o están traducidos o subtítulos a esta lengua, una muestra de su interés en ampliar su reclutamiento en Occidente.

La comunicación de Al Qaeda a través de *Al Sahab*, en comparación, es de escasísima calidad, errática y con falta de continuidad, y se centra, por lo general, en las [declaraciones de sus líderes](#) o [los vídeos de combates en Afganistán](#), no siempre llevados a cabo por la organización. Su capacidad de atracción entre la juventud musulmana, particularmente la

occidental, es escasa en contraste con el EI, tanto por su formato como por sus contenidos.

La propaganda del Estado Islámico se esfuerza en transmitir dos imágenes. Por una parte, [muestra los territorios que controla como un lugar idílico](#), ajeno a la lucha, donde los *muyahidines* pueden emigrar con sus familias y establecerse en un Estado próspero y que va a perdurar. Se emplean profusamente las [declaraciones de yihadistas](#) de [muy diversas nacionalidades](#), así [como las imágenes de niños jugando](#) y de la [vida cotidiana en el califato](#).

Por otra parte, se presentan las fronteras del califato, en continua expansión, y el lugar donde se produce [la lucha contra los enemigos del islam](#). Aquí hay espacio para los relatos heroicos de los *muyahidines* y para las imágenes de actos de brutalidad, fundamentalmente ejecuciones, que tanta repercusión tienen en Occidente.

La brutalidad del Estado Islámico, independientemente de lo más o menos propensos a la misma que puedan ser de por sí los *yihadistas*, forma parte de una estrategia que no es ni mucho menos novedosa en la historia de los conflictos bélicos. Las imágenes de decapitaciones o de ejecuciones de prisioneros cumplen dos funciones principales: por un lado, atraer nuevos reclutas, enardecidos al comprobar que alguien hace algo contra los enemigos del islam. Por otro, desmoralizar y aterrorizar al enemigo. Gracias a la imagen de brutalidad que proyecta y al terror que inspira, el EI ha sido capaz de tomar localidades enteras sin necesidad de combatir, al huir los defensores ante su avance.

Los éxitos del Estado Islámico a la hora de atraer combatientes de todo el mundo son evidentes, como prueban tanto sus vídeos como las continuas detenciones de individuos que pretenden ir a luchar a Siria o Irak en Europa y otros lugares.

Un elemento *positivo* del EI, que lo debería hacer relativamente *atractivo* para Occidente en contraste con Al Qaeda, es que su planteamiento se basa en atraer *muyahidines* para luchar desde el califato en una guerra más o menos convencional, aunque se empleen métodos terroristas o de lucha de guerrillas. Por el momento, el EI no parece interesado en la estrategia de los seguidores de Bin Laden de llevar a cabo acciones terroristas en países occidentales.

En ese sentido, habría que plantearse si los *yihadistas* que retornan a sus países de origen o de adopción lo hacen para establecer redes de captación de combatientes o de fondos, y por lo tanto, representan una amenaza, o si se trata simplemente de individuos desencantados con el supuesto paraíso del califato.

Un riesgo que cabría esperar derivado del éxito del Estado Islámico es la reacción de Al Qaeda. Para que la organización de Al Zawahiri matuviera su posición, bastante tocada por otra parte,

como líder aparente del *yihadismo* global, debería hacer algo. Podría tratar, en vista de los precedentes, de llevar a cabo alguna acción espectacular y con gran repercusión mediática, es decir, algún ataque en Occidente, pero es dudoso que conserve la capacidad de hacerlo.

Como punto positivo de cara a restar atractivo al Estado Islámico, hay que tener en cuenta que toda su aura se debe, simplemente, a que gana. Cuando su serie de victorias se transformen en derrotas, como no puede ser de otra manera a medio plazo, su capacidad de atracción y su posición en el ideario *yihadista* global disminuirá considerablemente. Dejará de ser sexy.

Fecha de creación

18 septiembre, 2014