

Estado Islámico, guerra de corazones y conciencias en la Red

[Carlos Carnicero Urabayen](#)



Captura del vídeo "Flames of War"

He aquí las claves de cómo Internet podría ser un elemento determinante para combatir a los yihadistas.

Son una turba de fanáticos asesinos, pero son inteligentes y están cada vez mejor organizados. Han aprendido a manejar las redes sociales como un instrumento a la medida de su propaganda. Son especialistas en mostrar el efecto del terror como instrumento de desistimiento. Enseñan el crimen en sus versiones más directas y sofisticadas, responsabilizando a los gobiernos de los rehenes ejecutados de esas muertes por atacar al *yihadismo*.

Comienza a ser demasiado familiar: el Estado Islámico, el grupo terrorista que ambiciona la creación de un Califato y extiende sus dominios sobre crecientes partes de Siria e Irak, anuncia la decapitación de una de sus víctimas mediante la circulación en las redes sociales de un vídeo del asesinato. La Red, como mecanismo de difusión de imágenes y vídeos, forma una pieza clave de su estrategia global. No es nuevo el uso de Internet por parte de grupos terroristas, pero nunca antes uno había mostrado tal destreza en el uso de las redes sociales para fortalecer sus músculos.

Guerra en la Red

Se ha abierto un nuevo campo de batalla que requiere una respuesta de acuerdo a unos códigos propios.

Los vídeos circulados por el Estado Islámico en su versión completa y sin censura alguna no son agradables, pero conocerlos es un ejercicio necesario para hacer un análisis informado sobre los mismos. Es necesario un diagnóstico preciso sobre el uso de un arma moderna y cada vez más afilada, la Red y las imágenes que circulan por ella, para acertar en la manera de hacerle frente.

La mayoría de los [vídeos que circulan por Youtube barajan diversos tipos de teorías conspirativas](#) que aseguran que son un montaje y que en ellos no se produce la decapitación de las víctimas. Pero estas teorías se apoyan principalmente en que en el material original – es decir, sin censura – no se ve la decapitación de manera íntegra. Los vídeos completos se encuentran en Google, no en Youtube. El ritual es conocido: la víctima, vestida con un mono naranja y con el desierto como fondo, habla mirando a cámara, bajo la atenta mirada de su enmascarado verdugo. Tras culpar a EE UU y sus aliados de su mala fortuna, el verdugo, en inglés y con acento británico, reafirma esa idea y amenaza con seguir matando a occidentales. Justo cuando va a comenzar la decapitación, la pantalla se pone negra (efecto *fade out*) y, tras unos segundos, se ve el resultado, con la cabeza de la víctima sobre el tronco. La sutileza en evitar el momento preciso de la decapitación es significativa: quieren provocar horror pero evitan el momento más crudo, tratando, sin duda, de minimizar el rechazo.

Las imágenes son muy duras, pero no tanto como lo podrían ser. ¿Por qué los terroristas, puestos a mostrar con toda crudeza la visceralidad de su macabro ritual, optan por omitir la parte más salvaje: la matanza misma?

La razón más convincente es la de producir la dosis justa de terror para que su material sea comercial. El cine muestra miles de ejemplos de como sugerir algo, sin llegar a enfocarlo, produce un miedo similar o incluso mayor que mostrar una imagen espeluznante. Lo cuenta Brian de Palma en el *making of* del clásico *Scarface*, cuando en [una escena se puede ver la cara aterrorizada de Tony Montana](#) (Al Pacino) al presenciar la muerte de un hombre con una sierra eléctrica a escasos centímetros de él. De Palma explica que no es necesario mostrar la secuencia de la sierra, basta con enseñar la cara de la víctima que la presencia. En los vídeos de ISIS, la carnicería concreta es minimizada gracias a la edición, con la dosis justa de terror y contenido *gore*, de tal forma que pueda ser digerido por el público medio y circulado exponencialmente en la Red.

El Estado Islámico muestra un dominio inusual de las técnicas cinematográficas, de rodaje y producción, con buenas cámaras y las mejores herramientas. En algunos de sus vídeos utiliza

los efectos especiales como en las mejores películas de Hollywood. Uno de sus vídeos que mejor ilustran este estilo hollywoodiense es su clip de 52 segundos [Flames of War](#) ("Llamas de guerra"), que tras mostrar todo tipo de explosiones y atentados reales perpetrados contra soldados estadounidenses, culmina con el mensaje intimidador: "fighting has just begun" ("la lucha solo acaba de comenzar"). Este carácter comercial, sin imágenes demasiado duras y con la música y producción propia de la meca del cine, es revelador de la vocación global y de masas que tiene este grupo terrorista.

¿Qué hay detrás de esta macro estrategia del Estado Islámico de utilizar vídeos y redes sociales?

Las imágenes definen hoy más que nunca la naturaleza de los conflictos y se presentan como un arma clave para vencer en los mismos. El uso acertado del material multimedia, así como su adecuada difusión, se sitúan en el corazón de las grandes batallas por conquistar, el *hearts and minds* ("corazones y conciencias") de los públicos afectados por el conflicto en cuestión. Las nuevas batallas como la que ahora libran EE UU y sus aliados contra el Estado Islámico, tienen más que ver con el triunfo sobre el terreno de la legitimidad que con la victoria material misma sobre el enemigo. Como resumió hace algún tiempo Joseph P. Nye: "no se trata de qué Ejército gana sino de qué historia [entendida como narración] gana".

El mensaje central del vídeo de la decapitación del británico Alan Henning refleja perfectamente la centralidad de la batalla de la legitimidad. El verdugo declara: "Obama, has comenzado la campaña aérea contra los sirios, que continúa atacando a nuestra gente, lo que nos da derecho para que nosotros sigamos cortando el cuello de vuestros ciudadanos". Esta apelación a la legitimidad de la decapitación ("lo que nos da derecho") persigue conquistar las conciencias y corazones del mundo islámico, en Oriente Medio y más allá. De esta manera crece el apoyo del que goza el Estado Islámico para *defenderse*.

Las imágenes son un arma clave en los conflictos contemporáneos. Las redes sociales han contribuido a reforzar su papel central al posibilitar una interlocución directa entre los terroristas y su posible audiencia. Cuando los medios tradicionales tenían el monopolio de la retransmisión informativa se podían establecer códigos para limitar la difusión de ciertos contenidos. Hoy eso es más complicado y los terroristas están jugando sus cartas de manera magistral. La [reciente decisión de The Independent](#) de llevar en su portada la noticia de la decapitación de Henning sin una sola imagen y advirtiendo que lo hacen así para no hacer propaganda a los asesinos, refleja bien esta idea. El diario renuncia legítimamente a la difusión, pero en la Red no existen códigos de este tipo y cualquier internauta accede y se encuentra con normalidad con los vídeos.

La apelación a la legitimidad a través de los vídeos en Internet es vital para el EI en dos aspectos. Por un lado, cuantos más crean que su lucha es legítima más *yihadistas* estarán dispuestos a partir hacia Siria e Irak para luchar por su causa. En este sentido, su capacidad reclutadora está siendo formidable y no tiene precedentes, ni si quiera en la época de principios de la década de 2000 con las guerras de Afganistán e Irak. Más de 1.000 británicos, 400 belgas, otros 400 alemanes y 90 españoles (entre muchos otros y de diferentes latitudes) han dejado sus vidas para alistarse en las filas del Estado Islámico. Por otro lado, la Red está resultando clave también para la financiación del grupo.

Internet representa un nuevo campo de batalla que requiere una respuesta de acuerdo con sus reglas y códigos, independientemente de las acciones militares sobre el terreno y la diplomacia en Oriente Medio. Debe ser empleada por los gobiernos y la sociedad civil para anular los mensajes del Estado Islámico, en una partida en la que curiosamente los terroristas llevan clara ventaja sobre quienes han inventado Internet y las redes sociales.

El Departamento de Estado de EE UU lanzó en la Red hace algunas semanas el vídeo [Welcome to the Islamic State Land](#) (“Bienvenidos a la tierra del Califato Islámico), dentro de una campaña más amplia “Think again, turn away” (“Piénsalo bien, aléjate”). En él se caricaturiza a los terroristas, contraponiendo las imágenes de sus brutales crímenes (crucifixiones a musulmanes, atentados dentro de mezquitas, etcétera) con mensajes que se preguntan si eso representa los valores del islam. El material está narrado en árabe y contiene subtítulos en inglés. El esfuerzo es bienvenido, pero la mayoría de expertos en Washington coinciden en que esta estrategia llega tarde y no es lo suficientemente ambiciosa.

Los ministros de Interior de la Unión Europea y los altos funcionarios de la Comisión [mantuvieron una discreta cena en Luxemburgo con directivos de Google, Facebook, Twitter y Microsoft](#) para estudiar las formas posibles de contener la propagada *yihadista* en la Red. Pero, por ahora, no hay a la vista nueva legislación, ya que según piensa Cecilia Malmstrom, comisaria de Interior, hay instrumentos suficientes, como la “EU’s radicalisation awareness network (RAN)”, para hacer frente a la amenaza.

No sólo los gobiernos, sino también la sociedad civil debe jugar un papel importante en esta peculiar guerra virtual. En Reino Unido se libró, recientemente, una campaña [#notinmyname](#) (“no en mi nombre”) en la que tomaron el liderazgo mujeres musulmanas para denunciar la perversa utilización del islam por parte del Estado Islámico. Tristemente, la iniciativa, que fue alabada por Barack Obama en su pasado discurso ante la Asamblea General de Naciones Unidas, no evitó la decapitación de Alan Henning, pero marco un camino en el que es fundamental que los musulmanes tomen un papel activo en la lucha contra este fanatismo.

El frente más importante a el largo plazo para terminar con el Estado Islámico es el de desarticular la propagación de los mensajes fanáticos y vencer así en el terreno de la legitimidad. La estrategia militar – aunque necesaria – no ganará en la batalla de los corazones y las conciencias, que se libra fundamentalmente en la Red y los medios de comunicación, y determina, en último termino, la duración de los conflictos. No obstante, sería ingenuo ignorar que ambas están interconectadas. El uso de la fuerza debe ser proporcionado, consensuado con los países de la zona y contar con un plan para el día después, que propulse el desarrollo de la región y la calidad de vida de los ciudadanos. Internet, por sí sola, no hace milagros.

Fecha de creación

30 octubre, 2014