



Análisis del discurso yihadista

La comunicación estratégica: Un análisis del discurso yihadista a través de *Rumiyah*

Trabajo Fin de Grado Grado en Traducción e Interpretación

Universidad Pontificia Comillas.

Facultad de Ciencias Humanas y Sociales.

Doble Grado en Relaciones Internacionales y Traducción e Interpretación.

Curso 2017/2018.

Alumna: Marta Torres Campos.

Director: Arturo Peral.

Fecha y lugar de entrega: Madrid, 15 de junio de 2018.

ÍNDICE

Glosario.....	3
1. Introducción.....	4
2. Estado de la cuestión.....	6
2.1. El Estado Islámico.....	6
2.2. El discurso del Estado Islámico.....	8
2.3. El aparato comunicativo del Estado Islámico.....	10
2.4. <i>Rumiyah</i>	13
3. Marco teórico.....	16
3.1. Los elementos del acto comunicativo.....	16
3.2. Las funciones del lenguaje según Jakobson.....	16
3.3. El análisis crítico del discurso.....	18
4. Análisis y discusión.....	21
4.1. Los elementos del acto comunicativo.....	21
4.2. Las funciones del lenguaje según Jakobson.....	23
4.2.1. La función referencial.....	24
4.2.2. La función emotiva.....	24
4.2.3. La función conativa.....	25
4.2.4. La función poética.....	26
4.3. El análisis crítico del discurso.....	31
4.3.1. El <i>ideological square</i> de Van Dijk.....	31
4.3.2. Los cuatro pasos de Fairclough.....	34
5. Conclusión.....	38
6. Bibliografía.....	39
7. Anexos.....	45

GLOSARIO

<i>Dunya</i>	Vida terrenal que Alá no valora (Tobajas, 2017a).
<i>Hijrah</i>	Migración (Tobajas, 2017b).
<i>Jahiliyyah</i>	Ignorancia (Tobajas, 2017a).
<i>Jannah</i>	Paraíso (Tobajas, 2017a).
<i>Kuffar</i>	Infieles (Tobajas, 2017b).
<i>Muhajir</i>	Persona que migra (Tobajas, 2017b).
<i>Mujahid</i>	Guerrero (Tobajas, 2017b).
<i>Murtaddin</i>	Apóstata (Tobajas, 2017b).
<i>Mushrikin</i>	Politeísta y ateo (McAuliffe, J. D., 2001).
Muyahidín	Combatiente islámico fundamentalista (Diccionario panhispánico de dudas, 2018).
Sham	La Siria histórica que incluye territorios de Siria, Líbano, Jordania, Israel, Palestina y Turquía (Tobajas, 2017b).
<i>Sharía</i>	«Ley religiosa islámica reguladora de todos los aspectos públicos y privados de la vida, y cuyo seguimiento se considera que conduce a la salvación.» (Rae, 2018d).
<i>Shuhadah</i>	Mártires (Tobajas, 2017a).
Sunna	«Conjunto de preceptos que se atribuyen a Mahoma y a los primeros cuatro califas ortodoxos» (RAE, 2018a).
<i>Tawhid</i>	Alá es único (Tobajas, 2017a).
Umma	«Comunidad de los creyentes del islam» (RAE, 2018b).
Yihad	«Guerra santa de los musulmanes» (Rae, 2018c).

1. INTRODUCCIÓN

El Estado Islámico es un grupo terrorista que representa una de las mayores amenazas internacionales a las que se enfrenta la humanidad. Más allá de su poder militar y capacidad para organizar atentados en todo el mundo, cabe destacar su aparato comunicativo y propagandístico. El aparato comunicativo del grupo terrorista se ve conformado por numerosos elementos entre los que hay que destacar emisoras de radio, canales de televisión, redes sociales y revistas digitales. Todos ellos presentan una gran carga ideológica y fundamentalista con fines propagandísticos. A través de estos diferentes medios de comunicación el Estado Islámico no solo difunde su mensaje por todo el mundo, sino que, además, realiza una labor de adoctrinamiento, propaga el terror y recluta nuevos adeptos a sus filas. Un ejemplo de ello se puede observar a través de la revista digital *Rumiyah*, en la que se encuentran desde artículos relatando las enseñanzas de Alá, hasta artículos que detallan la forma óptima de llevar a cabo un ataque terrorista.

El tema principal de este Trabajo Fin de Grado es el autodeterminado Estado Islámico. Esta decisión se ha visto motivada por la trascendencia que el grupo terrorista ha adquirido en los últimos años en la esfera internacional. El Estado Islámico se ha convertido en objeto de estudio de múltiples disciplinas que van más allá de la seguridad internacional, como el análisis del discurso. De hecho, el presente trabajo pretende estudiar al Estado Islámico a través del prisma de su discurso, tomando como referencia la revista *Rumiyah* que el grupo terrorista publica en Internet.

El objetivo principal del presente trabajo es realizar un análisis discursivo del mensaje del Estado Islámico, con el fin de expandir nuestro conocimiento sobre el grupo terrorista y su aparato comunicativo, prestando especial atención a su discurso y mensaje. En este sentido, se pretenden evaluar sus características y funciones para determinar el poder que su palabra ejerce sobre los lectores.

Para ello, se comenzará con el estado de la cuestión que, a modo introductorio, servirá para sentar las bases del trabajo y situar al lector en el contexto que rodea al Estado Islámico. En este apartado se presentará al grupo terrorista, se describirán las principales características de su discurso y aparato comunicativo para finalmente introducir el objeto de estudio, *Rumiyah*. Una vez concluido el estado de la cuestión se dará paso al marco teórico en el que, desde una perspectiva más académica, se desarrollarán las herramientas

que se utilizarán para llevar a cabo el análisis del trabajo. Estas herramientas serán: los elementos del acto comunicativo, las funciones del lenguaje de Jakobson y la teoría del análisis crítico del discurso. Dichas herramientas serán puestas en práctica en el apartado analítico del trabajo para, finalmente, presentar las conclusiones extraídas de la investigación realizada.

2. ESTADO DE LA CUESTIÓN

En el siguiente apartado, se presenta a modo introductorio al Estado Islámico, se ofrece una descripción de su discurso, se plasman las características de su aparato comunicativo y, además, se expone la revista *Rumiyah*.

2.1. El Estado Islámico

Antes de comenzar la exposición sobre el Estado Islámico, se dará paso a una breve explicación del nombre adecuado que dicho grupo debe recibir. El nombre del grupo terrorista ha sido tema de controversia. En los medios de comunicación españoles se encuentran referencias al grupo terrorista como Dáesh, DAESH, Da'esh, ISIS, Daish, EIIL y EI, entre otros. No obstante, el nombre que le ha sido asignado es el de Estado Islámico de Iraq y el Levante. El nombre Estado Islámico de Iraq y Siria se desecha, ya que el nombre en árabe no hace referencia a la Siria actual, sino al territorio de la Siria histórica, tradicionalmente conocido en español como 'el Levante'. 'El Levante' es la traducción acuñada en español para el término en árabe 'al-Sham', que hace referencia a la región que se extiende desde Turquía, a través de Siria, hasta Egipto e incluye territorios de Palestina, Jordania y el Líbano (Sanchez, 2017). En este sentido, los acrónimos adecuados en español serían EIIL o EI, en caso de acortar el nombre a Estado Islámico. El acrónimo Dáesh, a partir del nombre en árabe *al-Dawla al-Islāmīya*, Estado Islámico de Iraq y el Levante, también es correcto (FundéuBBVA, 2014). No obstante, este último término, en función de la conjugación empleada en árabe, puede venir a significar «algo que siembra discordia; el que aplasta o pisotea» (Rooney, 2016, p. 51), acepción rechazada y castigada por el grupo terrorista. Países como Francia han comenzado a usar el término Dáesh, y otros como Turquía ya lo hacían desde un inicio. Por otro lado, países como Estados Unidos o Gran Bretaña se han decantado por las siglas ISIS, haciendo referencia al Estado Islámico de Iraq y Siria o ISIL, haciendo referencia al Estado Islámico de Iraq y el Levante (Rooney, 2016). No obstante, de ahora en adelante este trabajo se referirá al grupo terrorista como Estado Islámico (EI), ya que ha resultado ser la opción más extendida en los medios de difusión.

Tras haber realizado esta aclaración se realizará una presentación del EI. El autodeterminado EI es conocido en todo el mundo por ser una sangrienta organización suní de ideología salafista yihadista que representa una amenaza para todo el mundo (Reinares, 2015). Su rápida expansión ideológica, territorial y cibernética ha llamado la

atención de toda la comunidad internacional (Rooney, 2016). De hecho, como se observará a lo largo de este trabajo, el EI ha demostrado grandes habilidades estratégicas en todos sus frentes, especialmente en el ámbito de la comunicación y el discurso, objeto de estudio de este trabajo. No obstante, con el fin de comprender la naturaleza de este grupo terrorista, aspecto indispensable para entender su narrativa, se expone a continuación su surgimiento y objetivos.

El EI surge en un contexto de gobiernos ineficientes y un entorno de convulsión social en muchos países de Oriente Medio, como Libia y Egipto. Su fundador, Abu Mus'ab al Zarqawi, estuvo vinculado a lo largo de su trayectoria a Al-Qaeda, dirigiendo campos de adiestramiento del grupo terrorista en Afganistán. Fue en ese mismo país donde organizó a 300 individuos y formó el grupo Jund al-Sham, que más adelante pasó a llamarse Jamaat al Tawhid wa al-Jihad, Organización para el Monoteísmo y la Yihad. Durante la guerra de Afganistán, en 2001, el grupo se trasladó a Iraq, jurando lealtad a Osama bin Laden, y en 2004 se alió con Al-Qaeda convirtiéndose en Al-Qaeda en Iraq. Poco a poco, el grupo comenzó a ganar poder en la región y para 2006 ya controlaba la provincia de Anbar y barrios de la capital (Bagdad). En ese mismo año, el grupo terrorista experimentó el primer cambio de liderazgo tras la muerte de al Zarqawi, su nuevo líder, Abu Omar al-Baghdadi, empezó a desligarse de Al-Qaeda con la creación de la organización Mujahideen Shura Council. En 2010, Abu Omar al-Baghdadi es abatido por la coalición de las tropas iraquíes y estadounidenses, y con ello el EI experimenta su segunda transferencia de liderazgo, ahora en manos del Abu Bakr al Baghdadi. La guerra civil en Siria, como parte de la denominada Primavera Árabe, impulsó al grupo Al-Qaeda en Iraq. Con el nuevo foco de operaciones, y a causa de ciertas discrepancias con Al-Qaeda, el grupo pasó de Al-Qaeda en Iraq a Estado Islámico de Iraq y el Levante. Finalmente, en 2014, al Baghdadi declara el califato del Estado Islámico (Rooney, 2016).

Por otro lado, aparte de la historia, otra forma muy útil de comprender la razón de ser del EI es a través de sus objetivos y aspiraciones. El EI es un grupo terrorista que ansía convertirse en la hegemonía del yihadismo global y para ello se esfuerza por cumplir sus ambiciones. En la cúspide de los deseos del grupo terrorista se encuentra la instauración de un califato y la unidad político-religiosa, que representa la idea islámica y fundamentalista de Estado según el EI. Dicho califato debe estar basado en un sistema de gobierno que se rija acorde a la ley islámica, la *sharía*, a través de la imposición del islam

(Reinares, 2015). Con el objetivo de lograr su fin último, el grupo terrorista se esfuerza por consolidar su poder en los territorios ya conquistados, y al mismo tiempo busca acabar con las fronteras establecidas por el Tratado Sykes Picot¹, para lo que procura expandir su territorio más allá de Iraq y Siria, centrándose principalmente en aquellos países frágiles donde predomine el descontento popular, pero con aspiraciones a nivel mundial. Además, como parte de sus objetivos cabe destacar la reunión de la umma, la unidad de los musulmanes, que a ojos del EI se refiere a la unidad de los creyentes sunníes. Para lo que el grupo terrorista lleva a cabo una limpieza étnica en la que, no solo ataca a otras religiones como la cristiana, sino que además lucha contra otras ramas del islam como los yazidíes, minoría religiosa kurda contra la que el EI ha llevado a cabo un genocidio (Bruce, 2017). En definitiva, el EI busca una pureza étnica de supremacía suní. Por último, pero no por ello menos importante, cabe destacar entre los objetivos del EI el uso de la propaganda y la retórica para expandir su yihad y conseguir más adeptos y más recursos (Rooney, 2016).

El último punto mencionado, el uso de la propaganda y la retórica, será el centro de atención del presente trabajo, ya que a través de la revista *Rumiyah*, la cual se expondrá en las siguientes páginas, se realizará un breve análisis del discurso del EI, el cual se pasa a explicar a continuación.

2.2. El discurso del Estado Islámico

El discurso del EI se encarga de servir de apoyo a los objetivos de la organización terrorista; en otras palabras, es una de las muchas herramientas que el grupo posee para materializar aspiraciones, como la instauración del islam en el mundo. De hecho, su discurso gira en torno a la consolidación de una forma idealizada del califato. Dicha idea va más allá de las fronteras tradicionales de la umma. Por este motivo, el EI se centra en todos y cada uno de los conflictos o situaciones que afectan a la comunidad musulmana, bien para desacreditar al oponente, bien para mostrar su superioridad o bien para proporcionar su apoyo a la causa. Además, el discurso del grupo terrorista se basa en la clara diferencia entre el ‘nosotros’ y el ‘ellos’. La figura del ‘nosotros’ se asocia a

¹ Tratado de Sykes Picot (1916): Tratado tras la primera Guerra Mundial entre Francia y Gran Bretaña para el desmembramiento del Imperio Otomano. El presente tratado supuso la división de Turquía, Siria, Iraq, El Líbano y Palestina en diversas áreas administrativas de Francia y Gran Bretaña (Encyclopaedia Britannica, 2018).

fenómenos como la estabilidad, la verdad, los valores morales o la justicia, mientras que su antónimo es asociado al caos que representa Occidente. Dicha bipolarización de la realidad constituye uno de los pilares fundamentales de la ideología del EI (Rubio, 2017). No obstante, a diferencia de la posible creencia popular, el mensaje del EI no es exclusivamente violento, sino al contrario. Más allá de la retórica de terror que narra ejecuciones o atentados, el mensaje del grupo terrorista se esfuerza por defender el califato y demostrar que se trata de un auténtico paraíso, alejado de la decadencia y declive de Occidente (Gaviña, 2017).

Sin embargo, a pesar de que la ideología detrás del discurso del EI no es nueva, sí que ha suscitado muchos debates, ya que la capacidad del EI de establecer un califato similar a un Estado, su destreza a la hora de captar adeptos y su conocimiento de las nuevas tecnologías han marcado un antes y un después en el estudio del terrorismo (Rubio, 2017). Por este motivo, no es de extrañar que el abanico de teorías, análisis y estudios sobre el EI y, en concreto, sobre su retórica y estrategias comunicativas, sea tan amplio.

En lo relativo al discurso del EI, se encuentran estudios que, desde un enfoque más amplio, se centran en el análisis del discurso populista y totalitarista, relacionándolo con la narrativa del EI. Este sería el caso de, por ejemplo, el documento *El discurso del Estado Islámico: el populismo de Oriente Próximo* redactado por Daniel Roselló Rubio y publicado en el Instituto Español de Estudios Estratégicos.

Además, también se encuentran muchos autores como Matteo Vergani y Ana-María Bliuc (2015) o Miguel Ángel Ballesteros Martín (2017), que han centrado sus esfuerzos en analizar la revista *Dabiq* y su contenido, llegando a conclusiones sobre la afiliación, la cohesión y la identidad del grupo terrorista. Asimismo, dichos autores también enfatizaron en su estudio la habilidad del EI sobre el uso de las emociones y la jerga de Internet.

Por otro lado, desde el surgimiento de *Rumiyah* también se encuentran estudios comparativos de las dos revistas, como el artículo *A Mixed Methods Empirical Examination of Changes in Emphasis and Style in the Extremist Magazines Dabiq and Rumiyah* (2017), publicado en *Perspectives on Terrorism*. Dicho artículo trata la transición de la revista *Dabiq* a la revista *Rumiyah*, analizando sus diferencias y

exponiendo su continuidad. Dicho análisis examina el contenido de ambos documentos y no se limita a un examen de su argumento, sino que se adentra incluso en la interpretación de las imágenes que en ellas se encuentran.

No obstante, también se pueden encontrar trabajos que se centren de manera concreta en el análisis de *Rumiyah*, como aquellos publicados por Raquel Tobajas a través del Centro de Análisis y Prospectiva y Academia de Oficiales de la Guardia Civil (2017a y 2017b), que se encargan de analizar y desmembrar todos y cada uno de los volúmenes publicados por el EI. Es cierto que estos documentos no realizan un análisis del discurso del EI; sin embargo, se encargan de explicar el contenido de la revista, aclarando las referencias culturales, desmintiendo las informaciones y datos expuestos y enfocando la revista desde la perspectiva de Occidente.

Finalmente, cabe señalar aquellos estudios como *ISIS Rhetoric for the Creation of the Ummah* por Amaryllis Georges (2016) que, como el presente trabajo, analizan el discurso del EI desde un punto de vista más académico, siguiendo la teoría del análisis crítico del discurso.

2.3. El aparato comunicativo del Estado Islámico

En los últimos años, la comunicación ha experimentado grandes cambios. La evolución que ha sufrido la comunicación es el resultado de una crisis de credibilidad en los medios de comunicación y el sistema político, combinado con el rápido desarrollo de la tecnología. El monopolio que los gobiernos poseían sobre la configuración de la opinión pública se ha ido difuminando y, poco a poco, grupos como el EI han comenzado a comunicarse de manera directa con sus lectores y a influir en ellos de manera efectiva. En resumen, la revolución tecnológica ha introducido el fenómeno de la autocomunicación, en el que los usuarios son tanto emisores como receptores de la información, y ha dotado a grupos como el EI del poder para influir en el proceso de la creación de la opinión pública (Lesaca, 2017).

De acuerdo con Javier Lesaca (2017), el terrorismo que representa el EI está estrechamente relacionado con la evolución que ha experimentado la comunicación en los últimos años. En su libro *Armas de seducción masiva*, Lesaca explica cómo el terrorismo contemporáneo se ha adaptado «a los nuevos lenguajes, a los nuevos tiempos

y a los nuevos formatos que los medios utilizaban para transmitir mensajes hegemónicos y eficaces a la opinión pública» (Lesaca, 2017, p.29). En otras palabras, los medios tradicionales han perdido su dominio y han dado paso a la evolución tecnológica caracterizada por las redes sociales, la democratización de los denominados *smartphones* y los dispositivos de grabación y edición de imagen y video (Lesaca, 2017). Ante este cambio, el EI ha demostrado una efectividad absoluta a la hora de beneficiarse de esta nueva realidad, y es que Internet ha adquirido una gran importancia para el EI, porque es un medio de comunicación considerablemente más barato que los demás, está extendido a nivel mundial (por lo que proporciona una mayor difusión geográfica), complica la censura debido al exceso de información en la red y su inmediatez es un valor añadido (Robles, 2017).

La forma más común de expandir una ideología es a través de libros de texto y medios de masas (Van Dijk, 2011). El EI es consciente de ello y por eso, en respuesta al nuevo contexto comunicativo, ha adaptado su estrategia narrativa a las nuevas tecnologías, ya que entiende que se trata de la mejor arma para influir en su audiencia (Lesaca, 2017). No obstante, el EI no se limita a influir en su audiencia, sino que entre sus objetivos también se encuentra la guerra psicológica, la propaganda, la recaudación de fondos, el reclutamiento y la organización de proyectos entre otros (Gaviña, 2017). Con el fin de alcanzar sus propósitos, el EI cuenta con un gran aparato comunicativo. Según datos publicados por el propio grupo terrorista en 2017, el EI ha emitido alrededor de 41.230 mensajes desde el establecimiento del califato en junio de 2014. De los 41.230 mensajes emitidos, 1.670 son mensajes de audio, 2.880 son videos, 4.540 son comunicados escritos y 32.140 son reportajes fotográficos. Dicha actividad ha sido posible a través de las aproximadamente 46 agencias y productoras de información y los más de 1.000 puntos de distribución que el EI ha organizado (Martín, 2017). Las tres productoras más relevantes son Al-Hayat, Al-Furqan, y Al-Itisam y el grupo terrorista cuenta con productoras en Afganistán, África occidental, Arabia Saudí, Argelia, Egipto, Libia, el Cáucaso ruso y Túnez, todas ellas coordinadas y supervisadas por Al-Hayat Media Center para emitir un mensaje organizado y estratégico (Gaviña, 2017).

Salta a la vista que la estructura mediática del grupo terrorista es amplia, y es que, esta cuenta con revistas digitales como *Dabiq* o *Rumiyah*, emisoras de radio como La voz del Califato o cadenas de televisión como BEIN HD4 (Gaviña, 2017). Las revistas

digitales como *Rumiyah*, que es el objeto de estudio de este trabajo, publican de manera regular noticias del campo de batalla y cubren los ataques terroristas de todo el mundo. Además, dichas revistas incluyen ensayos ideológicos, descripciones de la vida cotidiana, e incluso publican ofertas de trabajo en el Estado Islámico. A diferencia de los materiales audiovisuales que a primera vista llaman más la atención, las revistas digitales sirven como material informativo e ideológico y no meramente propagandístico (Wilson, 2017). No obstante, esta cuestión será desarrollada más en detalle en los siguientes apartados.

En el caso del aparato propagandístico del EI, cabe destacar la destreza en las técnicas audiovisuales y de marketing (Tosas, 2017). El grupo terrorista cuenta con productoras muy sofisticadas formadas por directores y técnicos especializados que han recibido una alta formación. Dichas compañías cuentan con técnicas avanzadas de diseño informático que se ven reflejadas en los materiales que el EI publica frecuentemente. Además, el EI usa estrategias como la banalización de la violencia y el terror, convirtiéndolo en un fenómeno cultural (Gaviña, 2017). Entre sus trabajos destacan videos terroríficos que filman ejecuciones como si de una auténtica escena de miedo se tratase, imitando imágenes y escenas de películas occidentales como *Saw*, *Matrix*, *Los juegos del hambre*, *El francotirador* o *V de Vendetta*; reinterpretaciones de videojuegos mundialmente famosos como, por ejemplo, *Call of Duty* que fue adaptado como *Call of Jihad* (Figura 1); videos caseros y, periodismo ciudadano (Wilson, 2017). Dichos materiales están orientados al público clave del EI, los jóvenes de entre 15 y 20 años; y es que este sector de la sociedad está familiarizado con dichos materiales y no los perciben como ejecuciones o atentados reales (Gaviña, 2017). Como se observa, el abanico es amplio y es que el público objetivo también lo es, y el EI se esfuerza por llegar a todos los rincones de la sociedad.

El EI es considerado el único grupo terrorista que se ha esforzado en hablar en el mismo idioma que su audiencia (Tosas, 2017). De hecho, la capacidad del EI para adoptar un lenguaje global a través del uso de las redes sociales o su material audiovisual es innegable. El EI es el primer grupo terrorista que «de manera sistemática y con semejante magnitud, está utilizando todos los recursos audiovisuales» (Gaviña, 2017, párr. 1-14). Un claro ejemplo de ello es la destreza que el EI ha demostrado en el campo de las redes sociales, como Facebook, YouTube o Twitter. El EI no se limita a hacer uso de las redes sociales para expresar su mensaje, sino que se esfuerza por conocer a su público y, por

ejemplo, en el caso de Twitter ha hecho un uso extraordinario de los *hashtags*, enlazando su mensaje con los temas en tendencia, los llamados *trending topics*, de cada día, para así expandir su palabra (Wilson, 2017). Esta idea se puede ver reflejada en la Figura 2, en la que se observa como un *tweet* del EI fue enlazado con el *hashtag* #Justin Bieber, bien con el fin de camuflar su mensaje o bien con el propósito de ampliar su espectro.

En su conjunto, el éxito del EI en el ámbito de la comunicación es indiscutible. El grupo terrorista ha sabido adaptarse a las nuevas tecnologías, ha desarrollado un lenguaje global, ha generado un nuevo terreno en la lucha antiterrorista y ha conseguido captar a un gran número de individuos en todo el mundo (Gaviña, 2017). Cabe destacar que, como parte del éxito del aparato comunicativo del EI, la revista *Rumiyah* desempeña un papel fundamental, el cual se explicará en el siguiente apartado.

2.4. *Rumiyah*

El objeto de estudio de este trabajo es la revista *Rumiyah*, a través de la cual se llevará a cabo un análisis del discurso del EI. A continuación, se procederá a exponer y describir dicho documento.

La revista *Rumiyah*, término que en español significa Roma, es una revista profesional que el EI organiza y publica de manera digital a través de la productora Al-Hayat Media Centre (Wignell, Tan, O'Halloran y Lange, 2017). El EI hace uso de dicha revista como herramienta para presentar las enseñanzas del islam y exponer las historias, estrategias y noticias del grupo terrorista (Ghosh y Basnett, 2017). En otras palabras, el EI emplea *Rumiyah* como instrumento de propaganda para expandir su mensaje, propagar el terror en territorio enemigo y marcar la agenda política de Occidente (Franco, 2018). Con este fin, se esfuerza en que la revista tenga el mayor alcance posible, y por ello *Rumiyah* se publica en diversos idiomas, como el inglés, el francés, el alemán, el ruso, el indonesio y el uigur (Ghosh y Basnett, 2017). El variado número de idiomas es una muestra de la estrategia expansiva del grupo terrorista, y es que el EI busca ocupar el mayor espacio posible, estar presente en todos los contextos internacionales y que su mensaje llegue a todo el mundo (Rubio, 2017).

El primer volumen de *Rumiyah* se publicó el 6 de septiembre de 2016, y desde su estreno hasta el 9 de septiembre de 2017 se han difundido 13 volúmenes de la revista de

manera mensual. Cabe destacar que, desde el lanzamiento de *Rumiyah*, la otra célebre revista del EI, *Dabiq*, dejó de publicarse. Por este motivo, *Rumiyah* es considerada por los expertos como la sustituta de *Dabiq*, con la que comparte forma y contenido, y la perciben como la principal revista no-árabe de la organización terrorista (Ghosh y Basnett, 2017). Ciertamente es que, la transición de *Dabiq* a *Rumiyah* ha suscitado muchos debates. Por un lado, algunos lo consideran una señal de debilidad, ya que la desaparición de la revista *Dabiq* coincidió con la pérdida de la ciudad siria *Dabiq*, ciudad que inspiraba el nombre de la revista, por parte del EI. Dicha ciudad tiene un gran simbolismo para el EI, ya que, de acuerdo con el salafismo, será en *Dabiq* donde se libere la batalla final entre musulmanes e infieles (Reinares, 2016). No obstante, por otro lado, otros lo consideran un cambio de perspectiva, ya que teniendo en cuenta que *Rumiyah* hace referencia al Imperio Romano, considerado la cuna de Occidente, dicho cambio podría ser interpretado como un cambio de objetivo del califato físico al califato virtual y más extenso (Wignell et al., 2017). De hecho, al comienzo de cada volumen de *Rumiyah*, y como se puede observar en la Figura 3, se encuentra una breve cita de Abu Hamzah al-Muhajir, segundo líder del grupo terrorista, que dice «O muwahhidin, rejoice, for by Allah, we will not rest from our jihad except beneath the olives trees of Rumiyah (Rome)» (Ghosh y Basnett, 2017, p.16) y hace alusión a la destrucción de Occidente.

El contenido y las intenciones previamente expuestas se organizan de una forma muy específica en la revista. Los trece volúmenes presentan un alto nivel de homogeneidad entre ellos, a pesar de presentar ciertas variaciones en lo que a los apartados y el diseño se refiere. Las diferentes secciones de la revista son: «foreword», «feature», «exclusive», «articles», «interview», «sisters», «shuhada» y «news». Cada una de ellas cumple una función diferente: mientras que el «foreword» sirve a modo de introducción, otras secciones como «sisters» o «shuhada» tienen una intención muy específica; en el primer caso, captar la atención del público femenino y cautivarlo con los beneficios de unirse al EI y, en el segundo caso, alabar a aquellos individuos que han sacrificado su vida por la causa con el fin de motivar a sus lectores. Desde el punto de vista de las secciones «exclusive» y «articles» cabe destacar que estas tratan temas muy variados, desde *Paths towards Victory* (*Rumiyah* 2, p. 18)², donde se glorifica a Alá y se

² Para citar la revista *Rumiyah*, se usará la siguiente convención: se pondrá el número de volumen de la revista, en vez del año, seguido del número de página. Consideramos que esto facilitará la consulta.

explica que solo aquellos que sigan su camino hallarán la paz y la gloria, hasta *Terror Tactics* (*Rumiyah* 5, p. 8), donde se explica el uso adecuado de las armas y las formas óptimas de infligir dolor. Por último, al final de cada volumen se encuentra el apartado «news», donde se presenta la información del campo de batalla. En ella se describen, siguiendo un orden geográfico, todas las victorias conseguidas por el EI. En su último número, por ejemplo, *Rumiyah* narra con todo lujo de detalles el atentado cometido en España en agosto de 2017 y la derrota que supuso para los «infiel» (*Rumiyah* 1, p. 2) de Occidente (Figura 4).

En resumen, y como se ha podido observar, la revista *Rumiyah* es una herramienta muy completa que forma parte del entramado mediático y propagandístico del EI. Dicha revista presenta un amplio abanico de temas que pretende alabar al EI y sus hazañas, enseñar las lecciones del islam, adoctrinar a sus lectores, captar más seguidores, pisotear y menoscabar a Occidente y sembrar el miedo en el territorio de sus oponentes.

Una vez presentado el EI, comentado su pensamiento, expuesto su aparato comunicativo y descrito la revista *Rumiyah* se avanzará hacia el marco teórico del trabajo, donde se presentarán las herramientas con las que se realizará el análisis del discurso del EI a partir de *Rumiyah*.

3. MARCO TEÓRICO

En el siguiente apartado se exponen los elementos que se van a analizar en *Rumiyah*. Dichos elementos son: los elementos del acto comunicativo, las funciones del lenguaje de Jakobson y el análisis crítico del discurso.

3.1. Los elementos del acto comunicativo

El acto comunicativo hace referencia al conjunto de componentes (emisor, receptor, mensaje, código, canal, contexto y referente), que participan en la comunicación (Pérez y Merino, 2014). A continuación, se presenta una breve descripción del funcionamiento del acto comunicativo (Figura 5).

El origen del acto comunicativo reside en la figura del emisor, que representa a la persona o grupo de personas que tienen como objetivo comunicarse. Dicha figura personifica la fuente de información del acto comunicativo, ya que es el emisor el que inicia la comunicación (Berlo, 1969). La información que traslada el emisor se expresa en forma de mensaje, el cual se constituye como un conjunto de signos que representan un significado específico, también denominado código del acto comunicativo (Herrera, 2000). Dicho mensaje se dirige a un segundo componente, persona o grupo de personas que se sitúan al otro extremo del acto comunicativo y reciben la información, más conocido como el receptor de la comunicación. Para que el mensaje se transfiera del emisor al receptor es necesario un canal; es decir, un conducto que transporte la información desde la fuente (el emisor) al destino (el receptor). (Berlo, 1969). Cabe destacar que, para que el acto comunicativo sea satisfactorio, es necesario que ambos, emisor y receptor, compartan el mismo código, ya que, de no ser así, el mensaje no será comprendido. Todo este proceso, que constituye el acto comunicativo, tiene lugar en un contexto concreto. El contexto hace referencia al conjunto de circunstancias en las que tiene lugar el acto comunicativo y que, por lo tanto, influyen en la información y facilitan la comprensión del mensaje (Retóricas, 2018). Todos estos elementos son imprescindibles para conseguir una comunicación fructífera y serán analizados en el siguiente apartado (Jakobson, Gutiérrez-Cabello y Nebot, 1981). Una vez presentado y explicado el acto comunicativo se procederá a analizar las funciones del lenguaje que derivan de cada elemento de la comunicación.

3.2. Las funciones del lenguaje según Jakobson

Cuando se estudian las funciones del lenguaje es imprescindible hacer referencia a Karl Bühler y a Roman Jakobson. Karl Bühler, lingüista y psicólogo alemán, percibía el lenguaje como una herramienta, y por este motivo, en 1934, desarrolló el modelo del *Órganon* en su obra *Sprachtheorie*, en la que introduce las funciones del lenguaje. La palabra *órganon* procede del griego y significa herramienta. Como se ha mencionado, Bühler concebía el lenguaje como un instrumento que los seres humanos empleamos para diferentes usos, las denominadas funciones del lenguaje (Bustos, 2018). No obstante, a pesar de la relevancia del trabajo de Bühler sobre las funciones del lenguaje, el presente trabajo se centrará en el estudio realizado por el lingüista ruso Roman Jakobson, ya que este revisó y amplió el trabajo original de Bühler y es, hoy en día, la figura de referencia en lo que al estudio de las funciones del lenguaje se refiere.

Roman Jakobson presentó su modelo de la comunicación en su trabajo *Linguistics and Poetics* en 1960 (Bustos, 2017). En su obra, Jakobson amplía las tres funciones del lenguaje de Bühler, la función referencial, expresiva y conativa, a seis funciones del lenguaje, añadiendo la función fática, metalingüística y poética. Jakobson expresa que cada uno de los seis elementos del acto comunicativo, presentados en el apartado previo, definen una función del lenguaje diferente. Estas funciones no son exclusivas, sino que se combinan entre sí en el mensaje, marcando una diferencia en función de la predominancia y jerarquía de las funciones del lenguaje (Martínez, 1994). A continuación, se describen dichas funciones de acuerdo con la concepción que Jakobson tenía sobre ellas (Figura 5) (Jakobson et al., 1981):

- I. La función referencial: como su nombre indica se centra en el referente; es decir, en el contexto del acto comunicativo. De acuerdo con Jakobson, la función referencial es la más importante de todas, ya que, sin ella, la comunicación entre emisor y receptor sería inviable. Como se ha explicado en el apartado anterior, para lograr una comunicación satisfactoria es necesario que el contexto del evento comunicativo sea conocido tanto por emisor y receptor. Esta función tiene la labor de informar sobre la realidad.
- II. La función emotiva: se centra en la figura del emisor y del mensaje que está transmitiendo. A través de esta función, el emisor muestra sus sentimientos y actitud sobre el mensaje que está expresando. Dicha emoción puede ser real o fingida, pero causa una impresión y marca la subjetividad del emisor.

- III. La función conativa: se centra en la figura del receptor. Dicha función se expresa a través del uso del vocativo e imperativo, con el objetivo de ordenar y persuadir al interlocutor. A través de esta función, el emisor trata de influir en el receptor.
- IV. La función fática: se centra en el canal del acto comunicativo y regula la comunicación, ya sea iniciando o concluyendo el acto comunicativo. Además, a través de la función fática también se comprueba el buen funcionamiento del canal para asegurar la buena comunicación.
- V. La función metalingüística: centra su atención en el código del acto comunicativo. Consiste en describir y analizar el propio lenguaje mediante el lenguaje.
- VI. La función poética: se centra en el propio mensaje que el emisor expresa al receptor, pero más en la forma del mensaje que en su fondo. Forma en el sentido del uso de recursos estilísticos para embellecer el lenguaje.

Las mencionadas funciones del lenguaje serán utilizadas como herramienta para realizar el análisis del discurso del EI a través de *Rumiyah*.

3.3. El análisis crítico del discurso

Antes de dar paso al análisis crítico del discurso (ACD) conviene describir los términos ‘discurso’ y ‘crítico’. Por un lado, el ‘discurso’, categoría analítica que describe la gama de recursos que existen para la creación de significado, es concebido por el ACD como una práctica social; es decir, como la relación dialéctica entre un evento discursivo en concreto y todos los elementos de la situación, instituciones y construcciones sociales que las enmarcan. Además, cabe destacar la influencia que el ‘discurso’ posee en la configuración social del mundo. Nosotros no nombramos simplemente a las cosas, sino que las conceptualizamos. Por este motivo, las prácticas discursivas tienen efectos ideológicos; es decir, pueden contribuir a producir y reproducir relaciones desiguales de poder entre clases sociales, hombre y mujer o grupos étnicos a través de la manera en que representan las cosas y posicionan a las personas. Por otro lado, el concepto ‘crítico’ es un término con una larga tradición en Occidente, que se remonta a la antigua Grecia y que hoy en día es utilizado a diario haciendo referencia al uso del pensamiento racional para cuestionarse argumentos o ideas dominantes (Van Dijk, 2011).

Teniendo en cuenta lo expuesto en el párrafo anterior, se procederá con la explicación específica del ACD. El ACD es una investigación multidisciplinar que se

centra en el análisis discursivo. El ACD es un análisis crítico de problemáticas sociales y presenta las siguientes características principales (Fairclough y Wodak, 1997):

- Las relaciones de poder son discursivas.
- El discurso constituye sociedad y cultura.
- El discurso tiene implicaciones ideológicas.
- El discurso es histórico.
- La relación entre texto y sociedad es mediada.
- El análisis discurso es interpretativo y explicativo.
- El discurso es una forma de acción social.

Dicha investigación analiza «la forma en la que el abuso de poder y la desigualdad social se representan, reproducen, legitiman y resisten en el texto y el habla en contextos sociales y políticos» (Van Dijk, 2016, p. 204). No se trata de un análisis exclusivo de las estructuras discursivas, sino que el ACD va más allá y presta atención a los problemas sociales y las cuestiones políticas con el propósito de explicar las estructuras discursivas en función de sus propiedades de interacción y estructura social (Van Dijk, 2016). De hecho, el ACD asegura que la mayoría de los procesos y movimientos sociales y políticos tienen un carácter lingüístico-discursivo, ya que los cambios sociales y políticos conllevan generalmente a un elemento sustancial de cambio cultural e ideológico.

No obstante, hay que tener en cuenta que el ACD no cuenta con una actitud teórica y metodológica establecida. La elección de los métodos de análisis varía en función de la investigación, lo que implica que el estudio del ACD posee una diversidad de enfoques que dependen de las diversas técnicas y teorías analíticas lingüísticas (Van Dijk, 2011). En lo relativo al ACD, el presente trabajo se centrará en dos de los autores más recurrentes de este campo, Teun van Dijk y Norman Fairclough.

Por un lado, Van Dijk estudia, a través del ACD, la capacidad que poseen los discursos para modificar actitudes sobre cuestiones o problemas sociales. En su opinión, gran parte de los problemas sociales tienen una dimensión discursiva, y es que el poder que ejercen las palabras sobre la mente de las personas es inmenso. En palabras de Van Dijk, ningún discurso es inocente y la manipulación a través del uso de la palabra está a la orden del día en nuestra sociedad (Van Dijk, 2013). El autor desarrolló una herramienta conceptual llamada *ideological square*, que se caracteriza por la autorepresentación

positiva de uno mismo y la representación negativa del otro, fenómeno que se observa a través de la dimensión lingüística del texto. Esta herramienta enfatiza lo positivo del ‘nosotros’ y mitiga lo positivo de ‘ellos’; de manera similar, enfatiza lo negativo de ‘ellos’ y mitiga lo negativo de ‘nosotros’. Para analizar este fenómeno se recomienda centrarse en las siguientes estrategias propuestas por Van Dijk (2011):

- I. *Referential strategy*: identificar la forma en que se nombra a las personas.
- II. *Predicational strategy*: identificar la forma en que son descritas las personas, describir las cualidades y características que se les atribuye.
- III. *Argumentative strategy*: identificar los argumentos, implícitos o explícitos, que se emplean para apoyar y justificar la caracterización positiva o negativa.
- IV. *Perspectivation strategy*: identificar quién crea y expresa las descripciones y desde qué perspectiva lo hace.
- V. *Intensification/Mitigation strategy*: identificar si la información se expone de manera explícita o implícita.

Por otro lado, Fairclough (2003) propone cuatro pasos para realizar el estudio del ACD. Dichos cuatro pasos se exponen a continuación y serán examinados en el siguiente apartado de este trabajo:

- I. Identificar el problema social.
- II. Establecer los obstáculos que impiden que el problema social se solucione a través de la observación de la estructura social, a partir del análisis textual para comprender el origen y la raíz del problema.
- III. Reconocer si el problema está inherente en el orden social. Es decir, valorar si el orden social necesita el problema identificado y si, aquellos que más se benefician de la manera en que la vida social se organiza, tienen interés en que el problema no se resuelva.
- IV. Determinar qué formas de superar los obstáculos existen.

Ambas propuestas, el *ideological square* de Van Dijk y los cuatro pasos de Fairclough, serán llevadas a cabo en el apartado analítico del presente trabajo, con el fin de desmembrar el discurso del EI plasmado en *Rumiyah* y corroborar si, de acuerdo a las propuestas de estos dos autores, se trata o no de un discurso al servicio de una ideología que busca manipular a la sociedad.

4. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

El presente apartado comenzará con el análisis de los aspectos expuestos en el marco teórico. El material que se va a analizar es la sección «foreword» de cada volumen de *Rumiyah*. De esta manera se acota el objeto de estudio y se pueden analizar más detenidamente las características de la revista a lo largo de todos y cada uno de los volúmenes. A modo introductorio se comenzará con los elementos del acto comunicativo, a continuación, se desarrollarán las funciones del lenguaje de Jakobson predominantes en *Rumiyah* y, por último, se procederá al análisis crítico del discurso siguiendo las propuestas de Van Dijk y Fairclough explicadas en el apartado previo.

4.1. Los elementos del acto comunicativo

El acto comunicativo comienza con la figura del emisor, aquel que tiene la intención de comunicarse y es percibido como la fuente de información de la situación comunicativa. En el caso de *Rumiyah*, a pesar de que la revista no presente ningún autor concreto, ya que carece de firma, su autoría es de dominio público. El autor que está detrás de cada volumen de *Rumiyah* y, por tanto, el emisor del acto comunicativo es el EI. No obstante, siendo más específicos, cabe mencionar que cada publicación aparece con el sello de la productora Al Hayat Media Center. Dicha productora, como se explicó en el estado de la cuestión del presente trabajo, actúa como altavoz del grupo terrorista, pues se encarga de difundir su mensaje en varios idiomas alrededor del mundo. Además, hay que destacar que, de acuerdo con el octavo volumen de *Rumiyah*, la figura más relevante relacionada con la revista es Shaykh Abu Sulayman Ash-Shami, quien en su afán por expandir el mensaje del EI creó en un primer momento *Dabiq* y es ahora el director y supervisor de *Rumiyah*.

El objetivo de dicho emisor es el de comunicarse y, en el caso de *Rumiyah*, el EI tiene el objetivo de divulgar un mensaje muy concreto. Con el propósito de que su mensaje viaje lo más lejos posible, el EI decidió publicar *Rumiyah* en muchos idiomas; en este caso en concreto, el código seleccionado del mensaje es el inglés, una de las lenguas más habladas del mundo. Tras haber analizado los trece volúmenes de *Rumiyah*, el mensaje que el EI se esfuerza por difundir a través de la revista se podría resumir en los siguientes puntos:

- Los muyahidines son héroes y hay que alabarlos por sacrificar sus vidas por la religión, la verdad, *jannah* y nuestro señor. Alá se siente orgulloso de ellos (*Rumiyah* 11, pp. 4-5). El EI y sus muyahidines no temen a la muerte y ninguna muerte tiene el poder de perjudicar la palabra de Alá (*Rumiyah* 1, pp. 2-3). Para los muyahidines la muerte en la batalla no es una posibilidad, sino un deseo que les permitirá acercarse a Alá, señor de los cielos y la tierra (*Rumiyah* 13, pp. 4-5).
- Los apóstatas y enemigos del islam deben ser aniquilados (*Rumiyah* 3, pp. 2-3). Su final ya ha sido fijado por Alá (*Rumiyah* 1, pp. 2-3).
- La *hijrah* y la *yihad* son una obligación y aquel que la rechace no solo perderá el favor de Alá, sino que sufrirá su castigo (*Rumiyah* 2, pp. 2-3). La *hijrah* asegura la entrada en *jannah* y la *yihad* es una forma de servir a Alá y absolver los pecados (*Rumiyah* 4, pp. 2-3).
- Alá está lleno de sabiduría y hay que tener fe y confianza en él (*Rumiyah* 2, pp. 2-3). Su perfección le convierte en el único capaz de elaborar leyes y, por lo tanto, la ley islámica es la única y verdadera ley a la que hay que atenerse (*Rumiyah* 5, pp. 2-5).
- Estrechar lazos con otro estado que no sea el de Alá u otra religión que no sea el islam convierte al individuo en apóstata. El único aliado que existe es Alá (*Rumiyah* 6, pp. 4-7).
- La coalición internacional en contra del EI no busca acabar con el terrorismo. Los enemigos del EI buscan acabar con el islam e instaurar la *jahiliyyah* y las leyes creadas por el hombre (*Rumiyah* 7, pp. 4-5).
- El EI se expandirá hacia el Sham, el Sinaí, Khurasán y muchas otras regiones alrededor del mundo, donde los muyahidines tomarán el control e instaurarán la ley de Alá y nadie podrá evitarlo (*Rumiyah* 10, pp. 4-5).

Estos puntos son una pequeña y breve representación del mensaje que el EI presenta en *Rumiyah*. Como se puede observar, el mensaje del EI busca alabar el trabajo del grupo terrorista, dotar de sentido y lógica su actividad y criticar, rechazar y condenar todo pensamiento o movimiento ajeno a su causa.

Como se comentó en el estado de la cuestión, entre los objetivos del EI destaca el reclutamiento de más seguidores a sus filas y la propagación del terror en territorio enemigo. Teniendo esto en cuenta, no es de extrañar que los receptores de dicho mensaje

sean tanto aquellos simpatizantes o posibles simpatizantes de su causa, como aquellos que la rechazan por completo. De hecho, los expertos recalcan el esfuerzo que el EI hace por llegar a todos los rincones de la sociedad. Un claro indicador de ello es el gran abanico de idiomas en el que se publica la revista, desde el uigur hasta el inglés (Ghosh y Basnett, 2017). Es cierto que el público objetivo es inmenso. No obstante, del mensaje y la disposición de *Rumiyah* se deduce que dicha revista y, en general el aparato comunicativo del EI está orientado a jóvenes manipulables de entre 15 y 20 años (Gaviña, 2017).

Asimismo, otro indicador de la intención del EI de llegar a todos los rincones del mundo es el uso de Internet como canal de su mensaje. Como se comentó en el estado de la cuestión, los beneficios de Internet son inmensos, pero sin duda la difusión geográfica que ofrece es uno de sus beneficios más preciados para el grupo terrorista. Evitar la censura y filtrar su mensaje a través de la Red en un intervalo de tiempo tan pequeño que permite relatar situaciones prácticamente a tiempo real supone una gran ventaja para el EI. Un ejemplo de ello es la facilidad con la que se han encontrado los números de la revista en Internet para realizar el análisis del discurso del EI.

Todos estos elementos del acto comunicativo tienen lugar en un contexto concreto que enmarca, en este caso, la publicación de *Rumiyah* y la dota de sentido. El contexto en el que surge *Rumiyah* es la guerra en Iraq y Siria, en la que actores estatales y no estatales compiten por el control del territorio (Fernández, 2017). Una vez expuestos los elementos del acto comunicativo, se procederá a analizar las funciones del lenguaje que predominan en la situación comunicativa que nos concierne y se ofrecerán ejemplos de cada una de ellas.

4.2. Las funciones del lenguaje según Jakobson

Las seis funciones del lenguaje, de acuerdo con Jakobson, son la función referencial, que tiende a centrarse en el contexto; la función emotiva, que se asocia con el emisor; la función conativa, que se centra en la figura del receptor; la función fática, que se suele asociar al canal del acto comunicativo; la función metalingüística, que se corresponde con el código; y la función poética, que se tiende a asociar al mensaje (Jakobson et al., 1981). No obstante, en este apartado sólo se comentarán las funciones predominantes, que son la función referencial, emotiva, conativa y poética.

4.2.1. La función referencial

La función referencial, que tiene el objetivo de informar sobre la realidad, se encuentra prácticamente en todos los volúmenes de *Rumiyah* cuando el EI hace referencia a batallas o ataques concretos que están sucediendo. No obstante, por la naturaleza de la revista es difícil encontrar apartados libres de subjetividad u opinión personal sobre el contexto que se describe en *Rumiyah*. La revista está plagada de críticas y ofensas contra los que el EI describe como sus enemigos. Como se comprobará a lo largo de este apartado, la información que se expone está manipulada y sirve a los objetivos del grupo terrorista; por lo que la representación imparcial y neutral de la realidad se ve distorsionada y sesgada por las inclinaciones e ideología del EI (Núñez, 2017). Sin embargo, a continuación, se presentan algunos ejemplos en los que destaca el uso de la función referencial como una forma de representar el contexto:

«In Spain, a group of Islamic State soldiers conducted two operations in two separate cities on the 25th of Dhul-Qa'dah, with the main massacre dealing a blow to the tourism sector – which makes up the largest part of Spain's economy – as the mujahidin killed 16 and wounded more than 130 [...]. » (*Rumiyah* 13, p. 5).

«A soldier of the Khilafah had carried out a Just Terror operation, striking Manchester Arena at the conclusion of a concert by an American singer. » (*Rumiyah* 10, p. 5).

4.2.2. La función emotiva

La función emotiva, caracterizada por plasmar las emociones y actitud del autor con respecto al mensaje que está expresando, es la responsable de, como se ha explicado en el párrafo anterior, distorsionar, en este caso en concreto, la función referencial. Dicha función se encuentra en todo el discurso, ya que es la encargada de mostrar la opinión del EI sobre las cuestiones que trata en *Rumiyah*. Además, cabe destacar que el EI se involucra en el mensaje que expresa, ya que describe y defiende su causa y las hazañas que lleva a cabo. A continuación, se ofrecen varios ejemplos en los que la función emotiva se puede apreciar:

«The **people of falsehood** constantly attempt to make the deaths of **righteous men** and their slayings by the **enemies of Islam** – the mushrikin and the apostates – into a sign foretelling the breaking of the muwahiddin. » (*Rumiyah* 1, p. 2).

«Erdogan and his **vile state** attempted to keep their war on the Islamic State “under wraps,” hiding behind the murtadd factions that were formed under their watchful eyes and nourished by their support and financing. » (*Rumiyah* 3, p. 2).

«Such was the case on “11 September 2016,” when three muwahhid sisters carried out a **daring attack** on a police station in Mombasa, Kenya, targeting the security forces of a Crusader nation, and doing so in support of the Islamic State after declaring bay’ah to the Khalifah. » (*Rumiyah* 2, p. 3).

Ya en el comienzo de la revista, en la primera frase del primer párrafo del primer apartado de su primera publicación, se detecta el uso de la función emotiva cuando el EI deja clara su postura con respecto a lo que se va a desarrollar posteriormente. En el primer ejemplo, se observa claramente la opinión del EI, describiendo como «people of falsehood» o «enemies of Islam» a aquellos que no siguen a Alá y como «righteous men» a aquellos que defienden su causa (*Rumiyah* 1, p.2). En el segundo ejemplo, la función emotiva es muy evidente, ya que el autor describe al Estado de Erdogan, presidente de Turquía, como «vile» (*Rumiyah* 3, p.2). El hecho de describir un Estado como «malvado» muestra el rechazo que, en este caso, el EI siente hacia dicho sujeto. En el caso del tercer ejemplo, se podría considerar como representante de la función referencial, ya que narra un ataque terrorista; no obstante, términos como «daring attack» (*Rumiyah* 2, p.3) rompen la objetividad y muestran la opinión del autor con respecto al suceso, característica de la función emotiva.

4.2.3. La función conativa

Ahora se dará paso al análisis de la función conativa, la cual busca persuadir e influir en el receptor, con el fin de que este haga lo que el emisor le está ordenando, bien de manera indirecta o bien de manera explícita. Esta función del lenguaje es una de las predominantes en *Rumiyah*, ya que entre los objetivos de la revista se encuentran la captación de nuevos miembros, el adoctrinamiento y la propagación del terror (Rooney, 2016). En el primer caso, *Rumiyah* es empleada como una herramienta de persuasión; en el segundo, como un manual de instrucciones; y, en el tercero, como un instrumento de intimidación. A continuación, se ofrecen ejemplos de los tres usos:

«In abandoning jihad, such men have placed themselves in the ranks of those described by Allah as **fasiqin**, and have been **threatened with losing Allah’s guidance and receiving His punishment** in its place. » (*Rumiyah* 2, p. 3).

«**Attack** the police, judges, and military. Attack the scholars of the taghut and the supporters of Erdogan’s political party (AKP) as well as other murtadd parties allied to him. And in the midst of your war against these people, do not forget to kill. » (*Rumiyah* 3, p. 3).

«Know that the **Islamic State soldiers are everywhere** and by Allah, **we will take revenge**. Even if it takes a while, we will take revenge. » (*Rumiyah* 2, p. 3).

En el primer ejemplo, salta a la vista que el EI hace uso de la función conativa con la intención de persuadir al lector sobre qué es lo correcto y qué es incorrecto, dando a entender que aquel que abandone el camino de Alá no solo perderá su favor, sino que, además, sufrirá su castigo. Con este mensaje, el emisor trata de intimidar y coaccionar al receptor. En el segundo ejemplo, se observa claramente el carácter apelativo del mensaje y es que el EI está ordenando de manera directa al lector que tome las armas y ataque el sistema establecido. Por último, en el tercer ejemplo, la tendencia es más hacia un mensaje de intimidación. En este caso, el emisor cambia de receptor y se enfoca en su enemigo lanzando una clara provocación al amenazar con venganza.

4.2.4. La función poética

Todas las funciones del lenguaje expuestas se ven complementadas por la función poética, que está presente en todo momento. La función poética se centra en el propio mensaje; es decir, en la forma en la que el emisor expresa el mensaje a través de recursos estilísticos que enriquecen la comunicación. Dichos recursos se utilizan de manera deliberada y causan efectos muy distintos. A continuación, se expondrán dichos recursos y se aportarán ejemplos de cada uno de ellos extraídos de *Rumiyah*:

1. La aliteración

Este primer recurso estilístico consiste en la repetición de la primera consonante al principio de dos palabras consecutivas o muy poco separadas (Pérez y Merino, 2008). En otras palabras, se trata de la repetición de términos con sonidos semejantes, por lo que también se caracteriza por ser un recurso fonético que causa musicalidad y sonoridad. En

los siguientes ejemplos se puede apreciar este recurso, que puede haber sido utilizado para captar la atención del lector no solo a través del sentido de la vista, sino estimulando el sentido del oído.

«They wage jihad for His cause and do not fear the **blame of any blamer** [...] »
(*Rumiyah* 1, p. 2).

«Rather, it only led to the Islamic State **regrouping, redoubling its efforts, rekindling the flames of war, recapturing every inch of territory it had lost, and expanding into Sham,** [...] » (*Rumiyah* 10, p. 5).

2. La anáfora

La anáfora es un recurso estilístico que consiste en la repetición de una o más palabras. Si es utilizada de manera adecuada en momentos clave, puede ser una herramienta muy efectiva para resaltar ideas (DefiniciónABC, 2018). En el ejemplo que se ofrece a continuación se observa cómo este recurso ha sido empleado y cómo consigue acentuar el mensaje. En cierta forma se podría decir que la anáfora bien utilizada puede generar fluidez en el mensaje y contribuir a la retención de la información.

«**If he comes closer to Me** by a hand span, **I will come closer to him** by an arm's length. And **if he comes closer to Me** by an arm's length, **I will come closer to him** the span of two arms outstretched. And if he comes to Me walking, I will come to him running»
(*Rumiyah* 4, p. 3).

« [...]and they mustered for it soldiers **the likes of which they had never done before,** and the Crusaders presented them with support **the likes of which they had never done before,** and the Crusader leadership [...] » (*Rumiyah* 11, p. 5).

3. La comparación

La comparación, el siguiente recurso que nos atañe, consiste en la relación entre dos conceptos que se asocian a realidades semejantes o diferentes (Retóricas, 2018). En los ejemplos concretos del presente apartado la comparación es utilizada para subrayar la negatividad de los términos. En el primer caso se compara la alianza internacional contra el EI con una telaraña que, de acuerdo con *Rumiyah*, es muy frágil. En el segundo caso, se compara la vida terrenal con una prisión, y es que la *dunya* carece de valor para Alá y es rechazada por el profeta, quien la considera una debilidad y un peligro, ya que la única

vida que hay que adorar es la vida junto al creador. El hecho de utilizar una comparación para expresar ambas ideas no solo va en favor de la creación de asociaciones mentales, sino que además construye una imagen que contribuye a la comprensión y retención del mensaje.

«The example of those who take allies other than Allah is **like** that of the spider who takes a home. And indeed, the weakest of homes is the home of the spider, if they only knew. » (*Rumiyah* 5, p. 2).

«The believer sees the **dunya as a prison** and instead looks for relief in obedience towards Allah, and in the Battle of Mosul many of our brothers and sisters were liberated from this prison. » (*Rumiyah* 12, p. 4).

4. El uso de la mayúscula

A lo largo de toda la revista el EI se refiere a Alá usando la mayúscula, y no solo cuando expresa su nombre de manera explícita, sino que cuando se refiere a él a través de los pronombres en inglés *He*, *His* y *Him*. Este fenómeno se repite a lo largo de toda la revista y se utiliza para marcar la diferencia entre la figura de Alá, la cual está en la más alta posición, y el resto de los sujetos que aparecen en la revista. El uso de la mayúscula marca la importancia y la relevancia de la figura de Alá que, en este contexto, es utilizado como un símbolo de lo correcto. Al emplear la mayúscula se consigue atraer la atención a dicha figura y subrayar su trascendencia.

«Those fools do not realize that Allah preserves **His** religion however **He** wills, and this religion will remain established [...] » (*Rumiyah* 1, p. 2).

«As for the learned who revere Allah as **He** should be revered, worshiping **Him** as **He** should be worshiped, when one of the righteous from among them die, they remind their brothers [...] » (*Rumiyah* 1, p. 2).

5. La metáfora

El siguiente recurso estilístico es la metáfora, la cual aporta un sentido figurado al mensaje y tiene un gran poder poético al ampliar el significado convencional de los términos empelados (Pérez y Gardey, 2008). En el primer caso «holding the banner of tawhid» (*Rumiyah* 1, p.3) no se refiere a ninguna bandera o cartel en sentido literal, sino más bien a unirse a ese movimiento y compartir esa creencia. En el segundo caso, aún

más evidente, la expresión «last drop of blood» (*Rumiyah* 12, p.4) hace referencia, de una forma poética, a la muerte. El uso de la metáfora es una forma de embellecer el mensaje y penetrar en la mente del lector en forma de imagen, generando una emoción que difícilmente se va a olvidar.

«This is the way of the muwahhidin in every time and place. Whenever a generation of them passes, another generation follows, **holding the banner of tawhid** overhead while plunging anew into the battle for Islam, which continues to be waged against shirk and its people. » (*Rumiyah* 1, p. 3).

«Yes, the soldiers of the Islamic State – without exception – are all prepared to fight in the cause of Allah down to their **last drop of blood.** » (*Rumiyah* 12, p. 4).

6. La personificación

Este recurso se refiere al acto de personificar, es decir, de atribuir características o propiedades comunes de las personas a seres vivos u objetos inanimados (Pérez y Gardey, 2009). Un ejemplo de ello es el que podemos ver a continuación, donde el EI habla de cómo el Gobierno turco, como consecuencia de sus acciones, se degollará con su propio cuchillo, se rebanará las venas con sus propias manos y se colgará con sus propias cuerdas. Todas estas acciones no pueden ser llevadas a cabo por un gobierno, que es una idea abstracta e intangible. De hecho, el EI no se plantea estas acciones de manera literal, sino que, a través de la personificación con matices metafóricos, el grupo terrorista lanza una amenaza contra el Estado turco, advirtiéndole de que sus actos tendrán horribles consecuencias.

«The Turkish government today, by entering into an open war with the Islamic State, is only **cutting its own throat with its own knife, slicing its own veins with its own hand, hanging itself with its own ropes, and wrecking its own house.** » (*Rumiyah* 3, p. 3).

7. La pregunta retórica

A través del uso de preguntas retóricas el EI introduce cuestiones que quiere desarrollar y que, además, quiere que su lector se plantee. Las preguntas retóricas son un recurso muy utilizado para invitar al lector a la reflexión, con el objetivo de que cambie de parecer u adopte la opinión que defiende el emisor. A pesar de que las preguntas retóricas por definición no esperan una respuesta, las preguntas retóricas empleadas como recurso

estilístico esperan generar una reacción en el receptor del mensaje (Pérez y Gardey, 2012).

A continuación, se observa un ejemplo de cómo el EI usa este recurso:

«Why, then, do so many men continue to neglect their duty? Why have they laid down their swords and armed themselves instead with one excuse after another for not fulfilling their obligation? Why have they dismounted their steeds of war and boarded the bandwagon of qa'idin busy chasing after the Dunya? » (*Rumiyah* 2, p. 3).

8. Las referencias al Corán

Las referencias constantes al Corán, bien a través de las imágenes con texto en árabe (Figura 6) o bien a través de las referencias a pasajes del Corán, como se puede observar en los siguientes ejemplos, aportan legitimidad al mensaje. El hecho de citar una fuente tan respetada para la comunidad musulmana como lo es el Corán muestra que el EI trata de respaldar y justificar su mensaje a través de las mismísimas enseñanzas de Alá. Al relacionar su mensaje con el de Alá, el EI apela a la religiosidad de sus lectores: si estos son fieles a Alá, también deben serlo a la causa del EI. Se trata de una forma muy inteligente de ganar credibilidad y respaldar su movimiento.

« (Al-Maidah 54) » (*Rumiyah* 1, p. 2).

« (Reported by al-Bukhari and Muslim) » (*Rumiyah* 2, p. 2).

« (Al-Maidah 56). » (*Rumiyah* 11, p. 5).

9. Identificación con el lector

Como se puede comprobar en los siguientes ejemplos, el uso deliberado de la palabra en inglés *brothers* a lo largo de todos los volúmenes de *Rumiyah* se puede entender como una manera de asociación, de hacer sentir a los lectores que forman parte de un movimiento, de una familia a la que deben proteger y ayudar. A través de esta estrategia, el emisor estrecha lazos y crea un vínculo con el receptor, que se siente parte importante del mensaje y se identifica con él.

« [...] Stand and die upon that for which your **brothers** in faith before you have died. » (*Rumiyah* 1, p. 3).

«To our **brothers** in din: Get ready and march forth towards Jannah as wide as the heavens and earth. » (*Rumiyah* 2, pp. 2-3).

Como se puede observar, la función poética es una de las funciones predominantes del discurso, junto con la función referencial, la función emotiva y la función conativa. Todas ellas se complementan entre sí con el propósito de crear un mensaje que sirva a los objetivos de la organización terrorista. Cabe destacar que *Rumiyah* está repleta de muchísimos más ejemplos que representan las funciones expuestas. El abanico de recursos que el EI utiliza en su revista es amplio; no obstante, con el fin de arrojar un poco de luz sobre esta cuestión se decidió hacer una selección de aquellos más llamativos con el fin de ilustrar las estrategias y la habilidad del grupo terrorista en cuanto a su mensaje y su comunicación. Una vez analizadas las funciones del lenguaje según Jakobson se dará paso al análisis crítico del discurso según Van Dijk y Fairclough.

4.3. El análisis crítico del discurso

Como bien se explicó en el marco teórico, el ACD es un análisis crítico de problemáticas sociales que se centra en la forma en que el discurso legitima el abuso de poder y la desigualdad (Van Dijk, 2016). Este fenómeno se pretende analizar a través de la herramienta *ideological square* desarrollada por Van Dijk y los cuatro pasos propuestos por Fairclough.

4.3.1. El *ideological square* de Van Dijk

Van Dijk (2011) opina que las palabras ejercen un poder inmenso sobre la mente de las personas y que, por lo tanto, ningún discurso es inocente, ni está libre de manipulación. En este apartado se pretende analizar hasta qué punto el *ideological square* de Van Dijk se ve representado en *Rumiyah*. De esta manera se determinará si se trata de una herramienta crítica para analizar el discurso del EI. Para ello se prestará especial atención a la autorepresentación positiva del ‘nosotros’, la representación negativa del ‘ellos’, la mitigación de los aspectos negativos del ‘nosotros’ y la mitigación de los aspectos positivos del ‘ellos’ a través de las cinco estrategias que ofrece el autor: *referential strategy*; *predicational strategy*; *argumentative strategy*; *perspectivation strategy* y *intensification/mitigation strategy*.

La primera estrategia, la *referential strategy*, consiste en identificar la forma en que se nombra a las personas en el mensaje. En el caso concreto de *Rumiyah* se identifica una clara diferencia entre el ‘nosotros’ que se refiere al EI y todo lo que este representa como la comunidad musulmana o los muyahidines, y el ‘ellos’ que hace referencia a la

oposición del EI como los países que luchan contra el grupo terrorista o los propios musulmanes que rechazan y condenan la actividad del EI. El EI se refiere a sí mismo y a aquellos que forman parte de su causa con términos como «righteous men», «believers», «righteous slaves» o «brothers in faith» (*Rumiyah* 1, pp. 2-3). Del mismo modo, en *Rumiyah* se pueden identificar diversas formas que el EI emplea para referirse a sus enemigos. Entre ellas destacan: «the people of falsehood», «the mushrikin», «enemies of Islam», «fools», «disbelievers», «tyrants», «apostates», «murtaddin» y «Crusaders» (*Rumiyah* 1, pp.2-3 y *Rumiyah* 2, p. 2).

La segunda estrategia, la *predicational strategy*, consiste en identificar la forma en que se describen las diferentes figuras del mensaje. Continuando con la diferencia y división identificada a través de la *referential strategy*, se distinguen descripciones asociadas tanto a la figura del ‘nosotros’ como del ‘ellos’.

Por un lado, para desarrollar esta estrategia se ha decidido dividir la descripción de la figura del ‘nosotros’ entre el concepto de yihad, Alá y muyahidín. En el primer caso, la yihad del EI se describe como «obligation», «noble commandment» (*Rumiyah* 2, p. 2), «Allah’s cause» (*Rumiyah* 4, p. 3), «one of the hardest and largest battles in history» y «battle [that] will not be easy, and that it won’t be ended any time soon» (*Rumiyah* 11, p. 5). En el segundo caso, la figura de Alá se describe como «Lord», «Mighty», «Wise», «Powerful King» (*Rumiyah* 4, p. 3), «Master», «Patron», «Owner of everything» (*Rumiyah* 5, p. 3), «good ally and supporter» (*Rumiyah* 5, p. 3), «your only ally» (*Rumiyah* 6, p. 6), «Lord of the creation» (*Rumiyah* 11, p. 5) y «Powerful and Exalted in Might» (*Rumiyah* 11, p. 5). En el tercer caso, los muyahidines son descritos en *Rumiyah* como «elite of His creation» (*Rumiyah* 1, p. 3), «dignified and honored» (*Rumiyah* 4, p. 3), «those who emerged as fighters for Allah’s cause [...]» (*Rumiyah* 1, p. 3), «an example of steadfastness that is difficult to find in time of ours», «heroism in fighting» (*Rumiyah* 11, p. 5) y «heroic» (*Rumiyah* 13, p. 5). Por otro lado, la figura del ‘ellos’ se describe como individuos egoístas que solo se preocupan por «[...] their personal and factional interests» (*Rumiyah* 5, p. 2). También se encuentran descripciones asociadas a la figura del ‘ellos’ como «Allies of Shaytan» (*Rumiyah* 7, p. 5), «Disbelieving Crusaders» (*Rumiyah* 10, p. 5), «Enemies of Islam» (*Rumiyah* 7, p. 5) y «wrongdoing people» (*Rumiyah* 5, p. 3).

La tercera estrategia, la *argumentative strategy*, consiste en identificar los argumentos que defienden o justifican las caracterizaciones del mensaje. Como argumentos a favor de la descripción de los elementos asociados al EI se encuentran, entre otros, los siguientes ejemplos:

«His **infinite wisdom** instead of relying upon their limited knowledge. But perhaps you dislike a thing and it is good for you; and perhaps you love a thing and it is bad for you. And Allah knows, while you know not» (*Rumiyah 2*, p. 2).

« [...] if it were not for jihad, the world would be filled with **corruption**. » (*Rumiyah 2*, p. 2).

Por otro lado, como argumentos a favor de la descripción negativa de la figura del ‘ellos’ se encuentran los siguientes ejemplos:

« [...] especially as the Crusaders continue to wage **war against Islam** and the Muslims, never hesitating to **commit more atrocities** against the men, women, and children of the Khilafah. » (*Rumiyah 2*, p. 3).

« [...] fabricated a **false religion of apostasy** from elements of democracy, nationalism, liberalism pacifism, and pluralism, doing so in servitude of their Crusader masters. » (*Rumiyah 2*, p. 3).

« [...] **you kill us** and **fill your prisons** with our brothers and sisters. » (*Rumiyah 3*, p. 2).

« [...] they **usurped** Muslim lands. » (*Rumiyah 3*, p. 2).

« [...] Crusaders [...] **alter** the tenets and teachings of Islam so that it would become harmonious with the **jahili** American vision for the world, [...]. » (*Rumiyah 3*, p. 2).

« [Erdogan] following the path of democracy and **accepting secularism**. » (*Rumiyah 3*, p. 2).

«Indeed, the land of the Shari’ah is better for him than a terrain ruled by manmade laws and customs. » (*Rumiyah 5*, p. 4).

« [...] their disbelief in Allah the AlMighty, and their waging war against His religion. » (*Rumiyah 11*, p. 5).

Una vez desarrolladas las tres primeras estrategias de Van Dijk cabe mencionar la *perspectivation strategy*, ya que el punto de vista desde el que se describe toda esta información es muy relevante a la hora de entender la exposición del ‘nosotros’ y del ‘ellos’. Como se mencionó en el apartado sobre los elementos del acto comunicativo, el autor de *Rumiyah* y, por tanto, el emisor de este mensaje es el EI. Teniendo esto en cuenta no es de extrañar que, como se ha podido comprobar en los ejemplos previos, se acentúen las virtudes positivas del EI calificando la yihad como una misión honorable y a los muyahidines como los héroes que luchan por la protección de la palabra de Alá, descrito como la única figura todopoderosa que existe. De igual manera, teniendo en cuenta que es el EI el que está detrás de cada publicación de *Rumiyah*, resulta evidente que, al representar a su enemigo, la figura del ‘ellos’, se haga ensalzando sus defectos y minimizando sus virtudes.

Por último y en función a lo previamente expuesto en este apartado, cabe mencionar la última estrategia de Van Dijk, la *intensification/ mitigation strategy*, que consiste en determinar si la información expuesta y, en definitiva, las caracterizaciones del ‘nosotros’ y el ‘ellos’ se ha realizado de manera explícita o implícita. De acuerdo con los ejemplos ofrecidos para las tres primeras estrategias, se ha determinado que las descripciones de ambas figuras se han realizado de manera explícita. En *Rumiyah* se aprecia claramente la presencia del *ideological square* y cómo el emisor del mensaje se esfuerza por autorepresentarse como sinónimo de lo correcto, lo perfecto, lo justo y lo seguro, mientras critica, juzga, culpa y ridiculiza a su antagonista. En ningún momento señala ningún aspecto positivo de su adversario, al igual que no describe posibles errores cometidos por su organización. En definitiva, se ha llegado a la conclusión de que se trata de un mensaje sesgado e imparcial que tiene el objetivo de penetrar en la mentalidad de sus lectores para, a través de numerosas estrategias, como los recursos estilísticos, presentarles una versión distorsionada de la realidad y manipularles.

4.3.2. Los cuatro pasos de Fairclough

Una vez desarrollada la teoría del *ideological square* de Van Dijk, se continuará con la exposición de los cuatro pasos de Fairclough que representan las pautas a seguir para llevar a cabo el ACD de la revista *Rumiyah*. El primer paso es la identificación del problema social; el segundo paso consiste en identificar los obstáculos que impiden que

dicho problema se solucione; el tercer paso se refiere a reconocer si el problema es inherente en el orden social y, por último; el cuarto paso consiste en determinar las posibles soluciones que existen (Fairclough, 2003).

Tras haber analizado *Rumiyah* a fondo se puede determinar que, desde el punto de vista del emisor, en términos generales, el problema que existe es que el EI quiere respetar las instrucciones de Alá e instaurar el islam en el mundo y todo lo que ello implica. Las sociedades y países alejados u opuestos al islam y a Alá están condenadas a la destrucción y al declive. Por este motivo, el EI se esfuerza por evitar esta catástrofe. En el ejemplo que se ofrece a continuación se observa cómo, desde el punto de vista del EI, la vida alejada del islam es una vida corrupta. Para el EI la verdad absoluta y el único ser perfecto es Alá, lo que le convierte en el único con la capacidad y responsabilidad de establecer el orden mundial y las leyes. Por este motivo y como se puede contemplar en el segundo ejemplo, el EI también percibe a las sociedades demócratas y seculares como un gran problema que perjudica a toda la población y obstaculiza la labor de la organización. De acuerdo con el primer paso de Fairclough, el problema al que se enfrenta el EI es el de reinstaurar el orden en el mundo a través del islam y la yihad.

«He further taught them that if it were not for jihad, the world would be filled with **corruption**. » (*Rumiyah* 2, p. 2).

« [...] *Erdogan*, for the student had far surpassed his apostate teacher in following the path of democracy and **accepting secularism**. » (*Rumiyah* 3, p. 2).

Continuando con el segundo paso de Fairclough, de acuerdo con el EI existen diversos obstáculos que impiden que el plan del grupo terrorista se lleve a cabo. En su opinión, y tal como se expresa en *Rumiyah*, países como Turquía, Rusia y las potencias occidentales representan un impedimento para la realización de sus objetivos. A sus ojos, dichas naciones, las denominadas «enemies of Islam» (*Rumiyah* 1, p. 2) o «Crusader nations» (*Rumiyah* 2, p. 3) pretenden acabar con el islam y continuar viviendo en la absoluta ignorancia, rechazando a Alá. Como se puede observar en los siguientes ejemplos, el EI acusa a sus enemigos de ser viles asesinos que buscan acabar con la *sharía* y la religión musulmana.

« [...] the real goal behind their attacks against the Islamic State. That is, the **removal of Allah's rule** from the earth and the return of those lands under its governance to the **rule**

of Jahiliyyah, by way of shirki courts of **man-made** legislation in their various forms and names and with their different jahili laws that support them. » (*Rumiyah* 7, p. 4).

« [...] what has been hidden from many people is the reality that on their way to achieving that objective, they are prepared to **destroy everything** and **kill every person** in those lands. This includes killing those residents whom they claim to be striving to liberate from the obligations of the religion and the lawfulness of the Shari'ah. » (*Rumiyah* 7, p. 4).

« [...] you **kill us** and fill your prisons with our brothers and sisters. » (*Rumiyah* 3, p. 2).

Con respecto al tercer paso de Fairclough sobre si el problema es necesario para el orden social o si está inherente en la sociedad, el EI defiende en *Rumiyah* que dicha situación es una desgracia que debe ser solventada. En ningún caso expresan beneficiarse de ella ni de que el orden social necesite dicho conflicto, ya que para el EI se trata de una auténtica aberración que en cualquier caso solo beneficia a los infieles.

En relación al cuarto y último paso propuesto por Fairclough en el discurso del EI plasmado en *Rumiyah* se identifican diversas soluciones planteadas por el grupo terrorista. Como se puede comprobar a partir de los siguientes ejemplos extraídos de la revista entre las soluciones destacan la lucha en favor de la palabra de Alá, la instauración de la *sharí*a, la expansión de territorio y la aniquilación del enemigo.

« [...] establishing the **religion** and implementing the **Shari'ah**. » (*Rumiyah* 3, p. 2).

« O soldiers of the Khilafah in Turkey! [...] You **must** strike the Turkish taghut and his murtad followers. "Fight them" » (*Rumiyah* 3, p. 3).

«**Attack** the police, judges, and military. Attack the scholars of the taghut and the supporters of Erdogan's political party (AKP) as well as other murtadd parties allied to him. And in the midst of your war against these people, do not forget to kill. » (*Rumiyah* 3, p. 3).

« Indeed, the **land of the Shari'ah is better** for him than a terrain ruled by manmade laws and customs. » (*Rumiyah* 5, p. 4).

« [...] **expanding** into Sham, Sinai, Khurasan, and multiple other regions around the world, regions where no one would have expected that the mujahidin would take **control** and establish the **rule of Allah**. » (*Rumiyah* 10, p. 5).

« Cast **terror** into their hearts in their own strongholds in the West. » (*Rumiyah* 10, p. 5).

« [...] there is no end to this battle except that one of us will **annihilate** the other. » (*Rumiyah* 11, p. 5).

«Yet despite the command to **wage jihad**, despite Allah's assurance of the immense good it contains for us [...] » (*Rumiyah* 2, p. 2).

El EI justifica todo este discurso con la máxima de que es Alá el que desea que sus seguidores y fieles discípulos defiendan su palabra y se unan a la causa. De hecho, el EI añade que incluso aunque no se comprenda la situación ni los motivos detrás de dicho llamamiento a la yihad, se debe aceptar y ejecutar, ya que nosotros, los seres humanos, somos seres imperfectos, y solo Alá goza de la sabiduría suficiente como para saber qué es lo correcto. Por ese mismo motivo hay que acatar sus enseñanzas, difundirlas y castigar a aquellos que las rechacen.

« [...] He then reminded the believers to place their trust in Him, by deferring to His infinite wisdom instead of relying upon their limited knowledge. “But perhaps you dislike a thing and it is good for you; and perhaps you love a thing and it is bad for you. And Allah knows, while you know not [...]» (*Rumiyah* 2, p. 2).

En resumen, a raíz del análisis se determina que el discurso del EI no es inocente. El discurso del EI plasmado en *Rumiyah* sirve a un propósito muy concreto, que es el de describir la realidad tal y como el grupo terrorista la percibe, con el objetivo de desprestigiar a sus enemigos y alzarse como los elegidos para difundir la palabra de Alá y expandir la ley islámica. Entre las características principales del mensaje cabe destacar que la revista se escribe desde la perspectiva del EI, por lo que el mensaje es sesgado y es imparcial. Existe una clara diferenciación entre las dos figuras principales del mensaje (el ‘nosotros’ y el ‘ellos’), alabando al ‘nosotros’ y desprestigiando al ‘ellos’: Se encuentran numerosas referencias al Corán con el objetivo de ganar autoridad y legitimidad, y todo ello adornado con numerosos recursos estilísticos que embellecen el mensaje y contribuyen a que las ideas se asienten en la mente de sus lectores.

5. CONCLUSIÓN

En conclusión, el autodeterminado EI es un grupo terrorista con un poderoso aparato comunicativo y propagandístico. El dominio que el grupo terrorista ejerce sobre las nuevas tecnologías, le ha facilitado el desarrollo y evolución de su aparato comunicativo, caracterizado por contar con medios de comunicación como la revista digital *Rumiyah*. La revista y en general, todos los medios de difusión del EI son muy efectivos a la hora de contribuir a la causa del yihadismo. No obstante, a través de Internet, la revista se hace aún más potente, ya que es capaz de viajar aún más lejos en un tiempo mucho menor evitando la censura. Es cierto que, a pesar de que el mensaje de la revista es aterrador y espantoso, *Rumiyah* es digno objeto de estudio, ya que las habilidades comunicativas y de *marketing* del EI son innegables y, de hecho, realmente asombrosas y profesionales.

Se concluye que su mensaje no es casual, sino que, al contrario, está muy bien estudiado, el EI sabe quién es su público objetivo y sabe cómo dirigirse a él. Dicho mensaje forma parte fundamental de su estrategia para crear el califato, instaurar la *sharía* y expandir el islam. A raíz del análisis, realizado a través de las herramientas propuestas por Van Dijk y Fairclough, se resuelve que ambas propuestas son de gran utilidad para el análisis y examen del discurso del EI. Dichas propuestas muestran que se trata de un discurso que el EI publica con el objetivo de alcanzar el mayor número de audiencia posible, bien para conectar con sus simpatizantes, bien para atemorizar a sus enemigos. Se trata de un discurso fundamentalista y extremista cargado de información subjetiva que no describe una realidad imparcial, sino que, al contrario, presenta los niveles más altos de manipulación. Dicha manipulación ha resultado ser efectiva, ya que el número de individuos que se desplazan para unirse a las filas del EI o cometen atentados terroristas en sus países de origen, es inmenso. El éxito de este fenómeno se debe, entre otras tácticas, al uso de recursos estilísticos en el mensaje. Dichos recursos embellecen el discurso y juegan con la mente del lector creando, creando asociaciones e imágenes en su subconsciente.

Finalmente, cabe mencionar que, el análisis discursivo del mensaje del EI ha resultado ser muy fructífero y los resultados obtenidos bastante ilustrativos.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Berlo, D. K. (1969). *El Proceso de la COMUNICACIÓN, INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA Y LA PRÁCTICA*. Buenos Aires: El Ateneo.
- Bruce, F. [BBC News] (07 de marzo de 2017). Amal Clooney: 'Yazidis in Iraq are IS genocide victims'. [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.bbc.com/news/av/world-middle-east-39198623/amal-clooney-yazidis-in-iraq-are-is-genocide-victims> [última consulta: 14/06/2018]
- Bustos, A. [Blog de Lengua] (17 de enero de 2018). Las funciones del lenguaje de Bühler [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=bbnPQRTOyq0> [última consulta: 14/06/2018]
- Bustos, A. [Blog de Lengua] (25 de octubre de 2017). Las funciones del lenguaje de Jakobson [Archivo de video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=_7sIvY80YPM [última consulta: 14/06/2018]
- DefiniciónABC. (2018). Definición Anáfora. Recuperado de <https://www.definicionabc.com/general/anafora.php> [última consulta: 14/06/2018]
- Encyclopaedia Britannica (2018). Sykes-Picot Agreement. Inglaterra. Encyclopaedia Britannica. Recuperado de <https://www.britannica.com/event/Sykes-Picot-Agreement> [última consulta: 14/06/2018]
- Estado Islámico. (2016-2017). Foreword. *Rumiyah*, vols. 1-13.
- Fairclough, N. (2003). *Analysing discourse: Textual analysis for social research*. Psychology Press.
- Fairclough, N. & Wodak, R. (1997). Critical discourse analysis. In: T. Van Dijk (Hg.): *Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction*. Vol. 2. Londres: Sage.
- Fernández, F. J. (25 de octubre de 2017). Análisis de la acción terrorista y convencional del autodenominado Estado Islámico en el marco del conflicto híbrido. *GESI Grupo de Estudio en Seguridad Internacional*. Recuperado de <http://www.seguridadinternacional.es/?q=es/content/an%C3%A1lisis-de-la-acci%C3%B3n-terrorista-y-convencional-del-autodenominado-estado-isl%C3%A1mico-en-el> [última consulta: 14/06/2018]

- Franco, A. A. (27 de marzo de 2018). Las menciones a los países occidentales en 'Dabiq y 'Rumiyah'. *Instituto Español de Estudios Estratégicos*. Recuperado de http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_opinion/2018/DIEEEE034-2018_Menciones_Paises_Occidentales_Dabiq_y_Rumiyah_AlbaAguilar.pdf [última consulta: 14/06/2018]
- FundéuBBVA. (21 de enero de 2014). Estado Islámico, nombre y siglas. Madrid: FundéuBBVA. Recuperado de <https://www.fundeu.es/recomendacion/estado-islamico-de-irak-y-el-levante/> [última consulta: 14/06/2018]
- Gaviña, S. (25 de septiembre de 2017). «Producciones Daesh», la máquina propagandística del terror. *ABC Internacional*. Recuperado de http://www.abc.es/internacional/abci-producciones-daesh-maquina-propagandistica-terror-201601241221_noticia.html [última consulta: 14/06/2018]
- Georges, A. M. (2016). ISIS Rhetoric for the Creation of the Ummah. In D. Orwenjo, O. Oketch, & A. Tunde (Eds.), *Political Discourse in Emergent, Fragile, and Failed Democracies* (pp. 178-198).
- Ghosh, T., & Basnett, P. (julio de 2017). Analysis of Rumiyah Magazine. *Journal Of Humanities And Social Science*, 22(7), 16-22.
- Herrera, T. P. (2000). La educación y los elementos del proceso comunicativo. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (15), 123-126.
- Infoamérica*. (2018). Roman Osipovich Jakobson (1896-1982). Málaga: Infoamérica. Recuperado de <https://www.infoamerica.org/teoria/jacobson1.htm> [última consulta: 14/06/2018]
- Jakobson, R., Gutiérrez-Cabello, A. M., & Nebot, F. A. (1981). *Lingüística y poética*. Cátedra.
- Lesaca, J. (2017). *Armas de seducción masiva*. Barcelona: Península Atalaya.
- Martín, M. Á. (13 de septiembre de 2017). La Estrategia del Daesh a través de su revista Dabiq. *Instituto Español de Estudios Estratégicos*. Recuperado de http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_analisis/2017/DIEEEA51-

2017 Estrategia Daesh Revista Dabiq MABM.pdf [última consulta: 14/06/2018]

Martínez, J. A. (1994). *Propuesta de Gramática Funcional*. Madrid: ISTMO.

McAuliffe, J. D. (2001). Mushrikin. En la Encyclopaedia of the Qur'an. (Vol. 3. J-O). Leiden: Brill.

Muyahidín. (2018) *Diccionario panhispánico de dudas*. Recuperado de <http://lema.rae.es/dpd/?key=muyahid%C3%ADn>

Núñez, A. S. (2017). *Análisis de la propaganda de Estado Islámico en la revista Rumiya*. Valladolid: Universidad de Valladolid.

Pérez, P. J. y Gardey, A. (2012). Definición de pregunta retórica. Definición.de. Recuperado de <https://definicion.de/pregunta-retorica/> [última consulta: 14/06/2018]

Pérez, P. J. y Gardey, A. (2009). Definición de personificación. Definición.de. Recuperado de <https://definicion.de/personificacion/> [última consulta: 14/06/2018]

Pérez, P. J. y Gardey, A. (2008). Definición de metáfora. Definición.de. Recuperado de <https://definicion.de/metafora/> [última consulta: 14/06/2018]

Pérez, P. J. y Merino, M. (2018). Definición de aliteración. Definición.de. Recuperado de <https://definicion.de/aliteracion/> [última consulta: 14/06/2018]

Pérez P. J. y Merino, M. (2014). *Definición.de*. Recuperado el 14 de junio de 2018, de Definición de situación comunicativa: <https://definicion.de/situacion-comunicativa/>

Reinares, F. (10 de noviembre de 2016). De Dabiq a Roma: Estado Islámico muta y eso concierne a la UE. *Real Instituto Elcano*. Recuperado de http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano_es/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/comentario-reinares-de-dabiq-a-roma-estado-islamico-muta-y-concierne-ue [última consulta: 14/06/2018]

Reinares, F. (01 de julio de 2015a). Yihadismo global y amenaza terrorista: de al-Qaeda al Estado Islámico. *Real Instituto Elcano*. Recuperado de http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano_es/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/comentario-reinares-de-yihadismo-global-y-amenaza-terrorista

BAL CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/terrorismo+internacional/ari33-2015-reinares-yihadismo-global-y-amenaza-terrorista-de-al-qaeda-al-estado-islamico [última consulta: 14/06/2018]

Reinares, F. (25 de febrero de 2015b). ¿Qué hacer contra el Estado Islámico? *Real Instituto Elcano*. Recuperado de http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano_es/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/terrorismo+internacional/reinares-que-hacer-contra-el-estado-islamico [última consulta: 14/06/2018]

Retóricas. (2018). Ejemplos de Comparación. Recuperado de <https://www.retoricas.com/2009/06/3-ejemplos-de-comparacion.html> [última consulta: 14/06/2018]

Retóricas. (13 de abril de 2017). El Contexto en Comunicación. *Retóricas*. Recuperado de <https://www.retoricas.com/2009/05/el-contexto-en-comunicacion.html> [última consulta: 14/06/2018]

Robles, X. (2017). *Análisis del aparato comunicativo de Estado Islámico*. Girona: Universitat Girona.

Rooney, M. (2016). El «Estado Islámico»: la ruta a la autoproclamación de un califato contemporáneo. *Agenda Internacional*, 23(34), 49-76.

Rubio, D. R. (18 de abril de 2017). El discurso del Estado Islamico: el populismo de Oriente Próximo. *Instituto Español de Estudios Estratégicos*. Recuperado de http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_opinion/2017/DIEEEE042-2017_Discurso_EstadoIslamico_OrienteMedio_Rosello.pdf [última consulta: 14/06/2018]

Sanchez, R. (25 de octubre de 2017). ISIL, ISIS or the Islamic State? *CNN*. Recuperado de <https://edition.cnn.com/2014/09/09/world/meast/isis-isil-islamic-state/index.html> [última consulta: 14/06/2018]

Sharía. (Rae, 2018d). Diccionario de la Real Academia Española. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=Xm5Z9Ad>

- Sunna. (2018a) Diccionario de la Real Academia Española. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=YiJW9Fd>
- Tobajas, R. (23 de marzo de 2017a) Análisis de Rumiya 7. Centro de Análisis y Prospectiva Gabinete Tecnológico de la Guardia Civil. Recuperado de https://intranet.bibliotecasgc.bage.es/intranet-tmpl/prog/local_repository/documents/19315.pdf [última consulta: 14/06/2018]
- Tobajas, R. (31 de enero de 2017b) Análisis de Rumiya 4. Centro de Análisis y Prospectiva Gabinete Tecnológico de la Guardia Civil. Recuperado de https://intranet.bibliotecasgc.bage.es/intranet-tmpl/prog/local_repository/documents/18989.pdf [última consulta: 14/06/2018]
- Tosas, G. (09 de julio de 2017). Javier Lesaca: “Los tutoriales de Youtube son la nueva inspiración de los ataques de Estado Islámico”. *La Vanguardia Internacional*. Recuperado de <http://www.lavanguardia.com/internacional/20170709/423937950050/javier-lesaca-tutoriales-youtube-ataques-estado-islamico.html> [última consulta: 14/06/2018]
- Umma. (2018b) Diccionario de la Real Academia Española. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=b3utYY9>
- Van Dijk, T. (2016). Análisis Crítico del Discurso. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 203-222.
- Van Dijk, T. [Connectats]. (16 de marzo de 2013). Entrevista a Teun Van Dijk: el análisis crítico del discurso. [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=koVs3B2Clew> [última consulta: 14/06/2018]
- Van Dijk, T. A. (Ed.). (2011). *Discourse studies: A multidisciplinary introduction*. Sage.
- Vergani, M., & Bliuc, A. (2015). The evolution of the ISIS' language: a quantitative analysis of the language of the first year of Dabiq magazine.
- Wignell, P., Tan, S., O'Halloran, K., & Lange, R. (2017). A Mixed Methods Empirical Examination of Changes in Emphasis and Style in the Extremist Magazines Dabiq and Rumiya. *Perspectives on Terrorism*, 11(2). Recuperado de

from <http://www.terrorismanalysts.com/pt/index.php/pot/article/view/592/1169>

[última consulta: 14/06/2018]

Wilson, L. (2017). Understanding the Appeal of ISIS. *New England Journal of Public Policy*, 29(1), 1-10.

Yihad. (2018c) Diccionario de la Real Academia Española. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=cC2RuNr>

8. ANEXOS

Figura 1



Fuente: (Wilson, 2017).

Figura 2



Fuente: (Wilson, 2017).

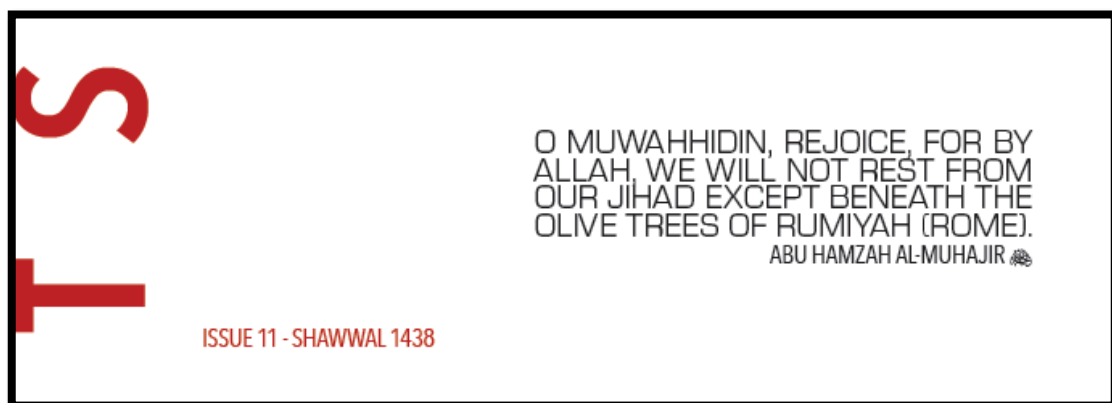
Figura 3



Fuente (*Rumiyah* 1, p.1).



Fuente: (*Rumiyah* 5, p.1).



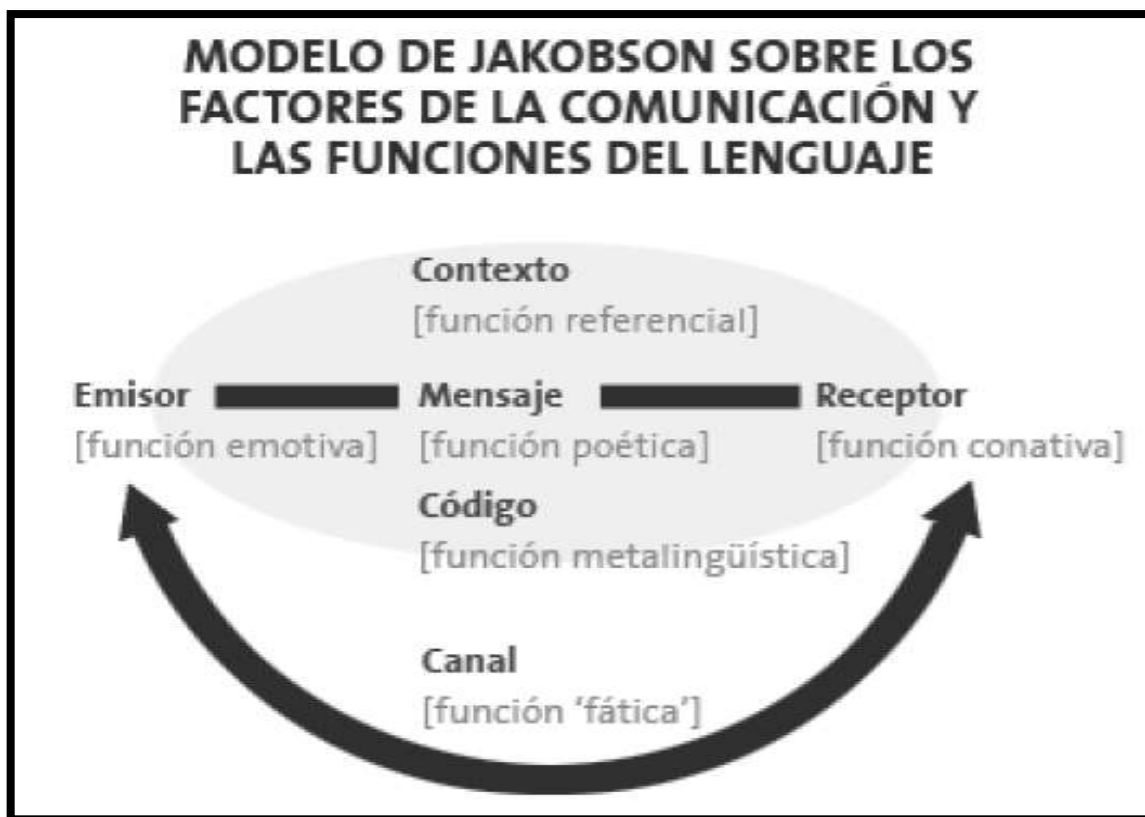
Fuente: (*Rumiyah* 11, p. 1).

Figura 4




Fuente: (*Rumiyah* 13, p. 41).





Figura 5




Fuente: (Infoamérica, 2018).



Figura 6

brothers of what Abu Bakr as-Siddiq  said to his companions, "Whoever worshiped Muhammad, then verily Muhammad has died. And whoever worshiped Allah, then verily Allah is alive and does not die" (Reported by al-Bukhari from 'Aishah and Ibn 'Abbas).



As for the mujahidin in Allah's cause – and they are the elite of His creation, those of His slaves whom He has chosen to become martyrs and whom He subjects to favorable tests – then the death of their leaders and commanders who stormed ahead of them into battle, running head first into hardships for their religion, only increases their firmness and determination in fighting the enemies of Allah. The words of the mujahidin are like those of Anas Ibn an-Nadhr  to the Companions of Allah's Messenger , when he found them, on the Day of Uhud, encumbered by hearing the mushrikin claiming to have killed the Messenger of Allah . He said, "Why do you sit?" They said, "Allah's Messenger has been killed!" He said, "So what will you do in this life after him? Stand and die upon that for which Allah's Messenger  has died!" Then he faced the enemy and fought until he was killed (Sirat Ibn Hisham).




Fuente: (*Rumiyah* 1, p. 2).

The killing of our persevering brothers who preceded us, like Shaykh Abu Muhammad al-'Adnani , will not harm Islam at all, as it is preserved by Allah , just as it will never harm our brothers. We consider them to be those who emerged as fighters for Allah's cause, seeking shahadah without turning back. Allah said about them, "And do not consider those who were killed for Allah's cause as dead – rather, they are alive. They are provided for with their Lord, rejoicing in what Allah has bestowed upon them of His bounty, being cheerful of those who have yet to join them, that they shall have no fear, nor shall they grieve; cheerful of a blessing and grace from Allah

By Allah's permission, their slaying will not harm the Islamic State as long as it proceeds upon Tawhid and the Sunnah. Men shall continue to be employed by Allah to frustrate the kuffar, thereby healing the hearts of a believing people, just as Allah employed those who established its foundations and raised its bases, until it reached, by Allah's grace, what it has reached today of dignity and empowerment.

When the mushrikin and murtaddin rejoiced over the killing of Shaykh Abu Mus'ab az-Zarqawi , the thought did not enter their minds that Allah would employ from the soldiers and brothers of the Shaykh those who would rub their noses into the ground and infuriate their hearts, just as He employed Shaykh Abu Muhammad al-'Adnani .



Fuente: (*Rumiyah* 1, p. 2).