



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

Facultad de Ciencias Humanas y Sociales
Grado en Comunicación Internacional

Estudiando el terror:

Análisis de las redes sociales del

Estado Islámico

Mario Esteban Murillo

Zelai González Avo

Madrid, junio de 2024

“Un gran poder conlleva una gran responsabilidad. El internet tiene un inmenso potencial para hacer el bien, pero también puede ser una fuente de peligro si se utiliza mal.”

- **Elon Musk**

Índice

1	Introducción.....	3
1.1	Justificación del tema	4
1.2	Finalidad del trabajo	5
1.3	Metodología	5
2	Marco teórico	7
2.1	Comunicación audiovisual y su papel en la sociedad	7
2.2	Fundamentos del <i>Agenda Setting</i>	9
2.3	Fundamentos de la Teoría del Enmarcado (<i>Framing Theory</i>)	10
2.4	Metodología del análisis de <i>Agenda Setting</i>	11
2.5	Metodología del análisis de la teoría del enmarcado.....	12
2.6	Resumen de la metodología del análisis	12
3	ISIS: orígenes y características	14
3.1	Historia y surgimiento de ISIS	14
3.2	Estructura organizativa y objetivos	15
3.3	Ideología y narrativa propagandística	16
4	Uso de la comunicación audiovisual por ISIS	18
4.1	Propaganda audiovisual: vídeos, imágenes etc.....	18
4.2	Herramientas y plataformas utilizadas en redes sociales.....	19
4.3	<i>Agenda Setting</i>	20
4.3.1	Narrativas utilizadas.....	21
4.3.2	Lenguaje utilizado	22

4.3.3	Emociones y valores invocados	23
4.4	Análisis cuantitativo.....	24
4.4.1	Recolección de datos y metodología.....	24
4.4.2	Frecuencia de menciones.....	24
4.4.3	Métricas de Interacción.....	26
5	Análisis de un caso:.....	27
5.1	Análisis del video " <i>Flames of War</i> " usando la Teoría del Enmarcado	27
5.2	Identificación de marcos narrativos	28
5.3	Análisis de técnicas de enmarcado.....	30
6	Efectividad e impacto	32
6.1	Alcance y actividad en Twitter.....	32
6.2	Impacto en la percepción pública.....	33
6.3	Efectividad de las Estrategias de ISIS en Twitter	34
7	Conclusión.....	36
8	Bibliografía	38

1 Introducción

En un mundo cada vez más interconectado por la tecnología digital, el Internet ha revolucionado innumerables aspectos de la vida cotidiana. La comunicación audiovisual ha trascendido las barreras tradicionales, reconfigurando como percibimos todos los sectores de la sociedad, desde el entretenimiento hasta la educación, influenciando de manera significativa tanto la cultura como la política global. Sin embargo, su impacto no se limita a usos constructivos o educativos.

Entre los grupos que han explotado esta revolución con mayor eficacia se encuentran los grupos terroristas, que han encontrado en las tecnologías audiovisuales un poderoso aliado para sus fines de radicalización y reclutamiento. Se podría decir que el Estado Islámico (ISIS) es un ejemplo a seguir, perfeccionando el arte de la comunicación terrorista mediante el uso estratégico de imágenes y vídeos. Este grupo destacado por su crueldad e ideología extrema, y con estos materiales distribuidos a través de redes sociales, no solo busca impactar y aterrorizar a la audiencia global, sino también atraer a potenciales simpatizantes seduciéndolos con una narrativa que mezcla brutalidad y destrucción con la promesa de una supuesta utopía califal.

Esta dualidad en la comunicación audiovisual de ISIS ofrece una visión esencial para comprender como funciona tanto la dinámica interna del grupo como las respuestas de la sociedad. El estudio y análisis de las tácticas empleadas, tácticas y teorías de comunicación que llevan años vigentes, proporciona información valiosa sobre la eficacia de las estrategias de la comunicación en la era moderna y plantea preguntas muy importantes.

1.1 **Justificación del tema**

En un contexto global donde el impacto de la tecnología en la comunicación ha transformado drásticamente las interacciones humanas, el estudio del uso de la comunicación audiovisual por parte de grupos terroristas como ISIS se convierte en una cuestión de urgencia y relevancia estratégica. Con este trabajo de fin de grado propongo investigar cómo ISIS utiliza las redes sociales no solo como plataformas de difusión, sino como herramientas sofisticadas de reclutamiento y radicalización a través de contenidos audiovisuales. Dado el alcance global y el acceso inmediato que proporcionan estas plataformas, entender estos mecanismos es fundamental para la seguridad internacional.

El impacto global de ISIS y su capacidad para radicalizar y reclutar individuos a través de contenidos audiovisuales en redes sociales es un fenómeno que ha transformado el terrorismo moderno. La capacidad de ISIS para crear contenidos audiovisuales que mezclan narrativas convincentes con imágenes impactantes ha demostrado ser un método extremadamente eficaz para captar la atención y fomentar un compromiso emocional con muchos espectadores. Comprender las estrategias detrás de su comunicación audiovisual es esencial para desarrollar contramedidas efectivas que puedan prevenir la radicalización y el reclutamiento de nuevos miembros.

La elección de este tema también responde a una necesidad urgente de analizar cómo las imágenes son utilizadas para crear narrativas que ofrecen nuevas perspectivas sobre la manipulación mediática. Aunque existen estudios sobre el uso de redes sociales por parte de grupos terroristas, también es muy importante centrarse en la investigación específicamente en los componentes audiovisuales de la propaganda de ISIS.

Al fin y al cabo, este estudio es importante ya que ofrece una visión que puede beneficiar a múltiples partes involucradas en la lucha contra el terrorismo, por eso mismo me parece un tema muy importante e interesante. Por un lado, tenemos a las agencias de seguridad, que para estos

grupos este análisis es importante ya que entender las estrategias de comunicación audiovisual de ISIS puede mejorar las estrategias de vigilancia y respuesta. Por otra parte, es un tema muy importante para los profesionales de la comunicación. Esta investigación proporciona un caso de estudio sobre el poder de los medios digitales y porque es importante la educación mediática para contrarrestar estos mensajes destructivos.

1.2 Finalidad del trabajo

La finalidad de este trabajo es múltiple y abarca varios objetivos clave. En primer lugar, se propone realizar un análisis de un caso concreto de la comunicación audiovisual de ISIS en redes sociales y de sus redes sociales en general. Con esto se analizarán elementos visuales y narrativos empleados en su propaganda para captar la atención y persuadir a su audiencia, proporcionando una comprensión detallada de las técnicas utilizadas por el grupo.

En segundo lugar, el trabajo pretende evaluar la efectividad de las estrategias de comunicación de ISIS y su impacto en la audiencia. Esto incluye la medición del alcance y la influencia de sus contenidos audiovisuales en línea, así como la identificación de los elementos que resultan más impactantes y efectivos en el proceso de radicalización y reclutamiento. Al comprender mejor estos aspectos, se podrán desarrollar contramedidas más precisas y eficaces.

1.3 Metodología

Antes de adentrarnos en el análisis detallado de los contenidos y las estrategias comunicativas de ISIS, es crucial proporcionar un contexto que permita entender mejor la naturaleza y las tácticas de esta organización. Entender el contexto en el que opera ISIS y su enfoque en la propaganda digital es fundamental para analizar cómo este grupo establece su agenda y enmarca sus mensajes para influir en la percepción pública y movilizar a sus seguidores.

Después de dar un contexto sobre la organización, se seguirá con un análisis general de los contenidos de ISIS que tiene como objetivo entender cómo esta organización utiliza las redes sociales y los contenidos audiovisuales para establecer su agenda y dirigir la percepción pública sobre temas clave relacionados con su ideología y acciones. Para este análisis, se seleccionarán publicaciones en Twitter, Facebook, YouTube y Telegram de cuentas asociadas con ISIS. Los criterios de análisis incluirán la identificación de temas principales, como la legitimidad del califato y la injusticia contra los musulmanes, y la medición de la frecuencia y prominencia de estos temas en las publicaciones y vídeos. Estos videos han sido borrados y censurados por estas aplicaciones, por lo que el procedimiento de análisis involucrará la recolección de datos de las redes sociales y vídeos seleccionados de páginas ajenas a las redes sociales, la clasificación de los contenidos según los temas identificados y un análisis cualitativo para medir la prominencia y frecuencia de cada tema.

Se proseguirá con un análisis específico de un ejemplo de vídeo propagandístico. El análisis específico se centrará en desentrañar las estrategias de enmarcado utilizadas en un vídeo particular de ISIS llamado *Flames of War*. Los criterios de análisis de enmarcado incluirán el análisis de la narrativa del vídeo, la evaluación de las imágenes, símbolos y lenguaje utilizado, y la identificación de los marcos dominantes y cómo se emplean para persuadir a la audiencia.

Al finalizar los contenidos en sí, se evaluará la efectividad e impacto. El análisis de efectividad e impacto tiene como objetivo medir el alcance y la influencia de los contenidos audiovisuales de ISIS en línea y evaluar su efectividad en el proceso de radicalización y reclutamiento. Para este análisis, se utilizarán métricas de interacción de Twitter, como retweets, likes, comentarios y alcance de publicaciones. Los criterios de evaluación incluirán la medición del número de interacciones y alcance de las publicaciones, así como la identificación de patrones de interacción y compromiso de la audiencia. Esto se logrará gracias a un trabajo de investigación escrito por J.M. Berger y Jonathon Morgan (2015) que define y describe a los simpatizantes de ISIS en Twitter.

2 Marco teórico

El marco teórico es una parte fundamental de cualquier investigación académica, ya que proporciona las bases conceptuales y teóricas necesarias para entender y analizar el tema de estudio. En esta investigación, el marco teórico es crucial para comprender cómo la comunicación audiovisual es utilizada por ISIS en las redes sociales con fines de propaganda, radicalización y reclutamiento.

Este apartado explorará diversas teorías de la comunicación que son esenciales para analizar la forma en que ISIS diseña y difunde sus mensajes a través de plataformas digitales. Comprender estas teorías permite contextualizar y desentrañar las estrategias comunicativas de ISIS, proporcionando una base sólida para el análisis posterior de sus actividades en redes sociales. Solo a través de un entendimiento profundo de estas teorías se puede evaluar eficazmente el impacto y la efectividad de la propaganda audiovisual de ISIS, así como desarrollar contramedidas adecuadas.

La capacidad de grupos terroristas como ISIS para manipular la comunicación audiovisual plantea interrogantes profundos y perturbadores sobre el poder de los medios en la era moderna. ¿Cómo puede una organización terrorista, condenada universalmente, cultivar simpatía y reclutar a miles a través de vídeos en las redes sociales? Con este trabajo de fin de grado propongo explorar esta paradoja aplicando teorías como el *Agenda-Setting* y el *Framing* para analizar como se construyen y perciben estos mensajes de odio. Estas teorías ofrecen herramientas importantes para analizar como los mensajes que proponen este grupo terrorista influyen en la percepción pública.

2.1 Comunicación audiovisual y su papel en la sociedad

La comunicación audiovisual se refiere a la transmisión de información a través de medios que combinan elementos visuales y auditivos, como vídeos, películas y presentaciones multimedia. Con el avance de la tecnología digital, la comunicación audiovisual ha experimentado una evolución significativa, transformando la manera en que las personas consumen y procesan información (Vaalgamaa & Belmudez, 2014).

En la sociedad moderna, la comunicación audiovisual ha trascendido las barreras tradicionales, reconfigurando sectores clave como la educación, el entretenimiento, la política y la cultura. Su capacidad para transmitir mensajes de manera efectiva y emocionalmente impactante ha cambiado la forma en que interactuamos con el mundo y entre nosotros.

Las imágenes y sonidos tienen un poder único para captar la atención, evocar emociones y persuadir a las audiencias. Este poder se amplifica en el entorno digital, donde los contenidos audiovisuales pueden ser compartidos y viralizados instantáneamente, alcanzando a millones de personas en cuestión de minutos. Las plataformas de redes sociales, en particular, han democratizado la producción y distribución de contenidos audiovisuales, permitiendo a cualquier individuo u organización difundir sus mensajes globalmente (Weedmark, 2021).

En el ámbito de la política, la comunicación audiovisual se utiliza para influir en la opinión pública y movilizar a los votantes. Los movimientos sociales también han adoptado estrategias audiovisuales para visibilizar sus causas y generar apoyo. Del mismo modo, las empresas y marcas aprovechan los medios audiovisuales para conectar con sus audiencias de manera más profunda y emocional, creando campañas publicitarias que resuenan a nivel personal.

Sin embargo, el impacto de la comunicación audiovisual no se limita a usos constructivos. Los grupos terroristas, como ISIS, han explotado esta tecnología para sus propios fines destructivos. Utilizando vídeos de alta calidad y narrativas persuasivas, ISIS ha sido capaz de difundir su ideología extremista, reclutar nuevos miembros y sembrar el terror en sus adversarios. La

habilidad de estos grupos para crear y distribuir contenidos audiovisuales efectivos subraya la necesidad de entender y contrarrestar sus estrategias comunicativas.

La comunicación audiovisual, por tanto, no solo facilita la transmisión y recepción de información, sino que también tiene el poder de moldear percepciones, actitudes y comportamientos. En el contexto del terrorismo, este poder es aprovechado para manipular y radicalizar a individuos, haciendo que el estudio de estas tácticas sea esencial para desarrollar contramedidas eficaces.

2.2 Fundamentos del *Agenda Setting*

La Teoría del *Agenda Setting* se centra en cómo los medios de comunicación moldean la percepción pública sobre la importancia de diferentes temas. Originada en 1972 por los investigadores Maxwell McCombs y Donald Shaw, la teoría surgió durante un estudio sobre las elecciones presidenciales de 1968 en Estados Unidos. En su investigación, McCombs y Shaw demostraron que existe una correlación directa entre los temas que los medios consideran importantes (midiendo la frecuencia de la cobertura informativa) y los temas que el público considera importantes. Este fenómeno se conoce como el "efecto de establecimiento de agenda" (McCombs & Shaw, 1972).

A lo largo de las décadas, la Teoría del *Agenda Setting* se ha ampliado y profundizado para adaptarse a un paisaje mediático en constante cambio. Con la llegada de nuevas tecnologías y plataformas, como Internet y las redes sociales, la teoría ha evolucionado para incluir cómo estos nuevos medios también pueden influir en la percepción pública. Lo que diferencia a la era digital es la velocidad y la extensión de la diseminación de la información, lo que potencializa el efecto de establecimiento de agenda a una escala global y en tiempo real (Weaver, 2007).

2.3 Fundamentos de la Teoría del Enmarcado (*Framing Theory*)

La Teoría del Enmarcado tiene sus raíces en las ciencias sociales y fue inicialmente conceptualizada por el sociólogo Erving Goffman en su obra *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Goffman introdujo el concepto de "frames" o "marcos" como estructuras mentales que las personas utilizan para organizar y entender las experiencias de la vida cotidiana. Según Goffman, estos marcos son esenciales para interpretar la información y dar sentido a las situaciones que enfrentamos. (Goffman, 1974)

A finales de la década de 1970 y principios de la de 1980, el concepto de enmarcado fue adoptado y ampliado en el campo de la comunicación por investigadores como Todd Gitlin y Robert Entman. Gitlin, en su obra *The Whole World is Watching* (Gitlin, 1980), exploró cómo los medios de comunicación enmarcan los movimientos sociales y cómo estos marcos pueden influir en la percepción pública de dichos movimientos.

A lo largo de las décadas, la Teoría del Enmarcado ha evolucionado y se ha refinado para adaptarse a los cambios en el paisaje mediático y las tecnologías de comunicación. En la era digital, la capacidad de los medios para enmarcar la información se ha visto amplificada por la velocidad y el alcance de la diseminación de contenido a través de plataformas en línea y redes sociales. Los marcos no solo se crean y difunden a través de medios tradicionales, sino también mediante el contenido generado por los usuarios, lo que añade una capa adicional de complejidad al estudio del enmarcado.

La Teoría del Enmarcado proporciona una herramienta muy útil para entender el papel de los medios en la construcción de la realidad social. Al examinar cómo se estructura y presenta la información, los investigadores pueden revelar las formas en que los medios influyen en la percepción pública y las implicaciones que esto tiene para la sociedad en su conjunto.

2.4 Metodología del análisis de *Agenda Setting*

La finalidad de este análisis utilizando la Teoría del *Agenda Setting* es entender cómo ISIS utiliza las redes sociales para establecer su agenda y dirigir la percepción pública sobre temas clave relacionados con su ideología y acciones.

Primero, es fundamental definir claramente el objetivo del análisis: comprender cómo ISIS emplea las redes sociales para destacar ciertos temas y moldear la percepción pública. Este entendimiento permitirá identificar las técnicas utilizadas por la organización para influir en su audiencia y establecer su agenda. Las plataformas de redes sociales donde ISIS tiene una presencia significativa, tales como Twitter, Facebook, YouTube y Telegram, serán el foco del estudio.

Aplicando la Teoría del *Agenda Setting*, se analizarán las publicaciones y vídeos para identificar los temas más recurrentes y prominentes que ISIS destaca en su comunicación. Los temas pueden incluir la legitimidad del califato, la injusticia percibida contra los musulmanes, la glorificación del martirio y la lucha armada, y la propaganda de victorias militares y ataques. Se prestará especial atención a cómo estos temas son priorizados y presentados por ISIS para establecer su agenda en la mente del público.

Medir la frecuencia con la que cada tema aparece en las publicaciones y vídeos es un paso clave. Además, se evaluará la prominencia de estos temas en términos de visibilidad y énfasis dado por la organización en su contenido.

Se examinarán las técnicas de comunicación utilizadas por ISIS para resaltar estos temas. El uso de imágenes impactantes, narrativas emotivas y persuasivas, testimonios y entrevistas, y efectos sonoros y música será analizado para entender cómo los contenidos audiovisuales son diseñados para captar la atención y persuadir a la audiencia. Se compararán los temas y la agenda establecida por ISIS en redes sociales con la cobertura de medios tradicionales sobre el grupo. Esto ayudará a

identificar similitudes y diferencias en la representación de temas y cómo estas pueden influir en la percepción pública.

2.5 Metodología del análisis de la teoría del enmarcado.

La finalidad de este análisis utilizando la Teoría del Enmarcado (*Framing Theory*) es entender cómo ISIS utiliza técnicas de enmarcado en sus piezas de propaganda para influir en la percepción pública y atraer a nuevos reclutas. Este enfoque permitirá desentrañar las estrategias narrativas y persuasivas empleadas por la organización en un vídeo específico.

Se seleccionará un vídeo propagandístico de ISIS llamado *Flames of War*. es un vídeo propagandístico de aproximadamente 55 minutos producido por ISIS en 2014. Este vídeo está diseñado para ser impactante y persuasivo, utilizando una combinación de narración cinematográfica, imágenes gráficas y elementos de producción profesional para difundir la ideología del grupo y atraer a nuevos reclutas.

Para aplicar la Teoría del Enmarcado, se procederá a identificar los marcos narrativos predominantes en el vídeo. Esto incluirá el análisis de la narrativa del vídeo, la evaluación de las imágenes y símbolos presentados, y el análisis del lenguaje y el discurso utilizados. Se medirá cómo los marcos identificados impactan en la percepción de los espectadores. Esto incluirá la evaluación del tono y el tratamiento del vídeo, el análisis de las emociones que el vídeo busca evocar, y el examen de los efectos visuales y sonoros.

2.6 Resumen de la metodología del análisis

En resumen, la Teoría del *Agenda Setting* y la Teoría del Enmarcado son herramientas esenciales para analizar cómo ISIS utiliza las redes sociales y su propaganda para influir en la percepción

pública. La primera teoría se centra en qué temas son importantes, mientras que la segunda se ocupa de cómo se presenta esa información. Juntas, estas teorías proporcionan una comprensión integral de las estrategias de comunicación de ISIS, permitiendo desentrañar tanto los contenidos que intentan priorizar como las formas en que estructuran y presentan esos contenidos para maximizar su impacto.

3 ISIS: orígenes y características

3.1 Historia y surgimiento de ISIS

El surgimiento de ISIS, también conocido como el Estado Islámico de Irak y Siria, está intrínsecamente ligado a la evolución de Al Qaeda en Irak. Fundada por Abu Musab al-Zarqawi en 2004, Al Qaeda se estableció en un contexto de creciente insurgencia y caos tras la invasión estadounidense de Irak en 2003. Zarqawi, un jordano radicalizado durante sus años en Afganistán, aprovechó la inestabilidad y el vacío de poder en Irak para consolidar su influencia. Al Qaeda ganó notoriedad por sus brutales tácticas, incluyendo atentados suicidas y ataques sectarios contra chiitas, lo que intensificó las tensiones en la región (Glenn, 2015).

El verdadero punto de inflexión para el grupo llegó con la guerra civil en Siria en 2011. Aprovechando el caos y la debilidad del gobierno sirio, ISI extendió sus operaciones al país vecino y comenzó a atraer a miles de combatientes extranjeros. En 2013, ISI se rebautizó como Estado Islámico de Irak y el Levante (ISIS), indicando sus ambiciones regionales más amplias. En 2014, bajo el liderazgo de Abu Bakr al-Baghdadi, ISIS proclamó un califato y capturó grandes áreas de territorio en Irak y Siria, incluida la ciudad de Mosul (Walsh, 2014).

Las condiciones sociopolíticas también jugaron un papel crucial en su ascenso. La marginación de la población suní por parte del gobierno chiita iraquí, liderado por Nouri al-Maliki, creó un ambiente de descontento que ISIS explotó eficazmente. La retirada de las tropas estadounidenses de Irak en 2011 dejó un vacío de seguridad que el grupo supo aprovechar. Además, la falta de una respuesta internacional coordinada al conflicto sirio permitió a ISIS consolidar su control en la región (Byman, 2015).

3.2 Estructura organizativa y objetivos

ISIS, posee una estructura organizativa altamente centralizada y jerárquica, diseñada para controlar tanto sus territorios como sus operaciones globales. En la cúspide de esta estructura se encuentra el líder supremo, conocido como el califa. Hasta su muerte en 2019, Abu Bakr al-Baghdadi ocupaba este rol, y tras su muerte, Abu Ibrahim al-Hashimi al-Qurashi asumió el liderazgo. El califa tiene la máxima autoridad en todas las decisiones estratégicas y operativas del grupo (al-Hashimi, 2020).

El califa es asistido por el Consejo de Shura, un cuerpo consultivo que toma decisiones importantes y asesora en cuestiones estratégicas y religiosas. Este consejo incluye líderes de varias áreas operativas y territoriales. Por debajo del Consejo de Shura se encuentran los gobernadores regionales, responsables de las "wilayas" o provincias, y cada wilaya tiene su propia estructura administrativa, encargada de implementar las políticas del Estado Islámico y mantener el control sobre el territorio.

El objetivo principal de ISIS es establecer un califato islámico gobernado por la ley Sharia. Este califato no se limita a Irak y Siria; la visión de ISIS es global, con la intención de expandir su control territorial y establecer su versión de la ley islámica en cualquier lugar posible. Para lograr esto, ISIS utiliza una combinación de tácticas militares convencionales y asimétricas, incluyendo atentados suicidas, insurgencias y ataques terroristas globales.

Desde su proclamación en 2014, ISIS ha trabajado para consolidar su control sobre los territorios capturados, implementando su versión estricta de la Sharia. Esto incluye la administración de justicia, la recaudación de impuestos y la provisión de servicios básicos. El grupo también ha establecido estructuras gubernamentales paralelas, reemplazando las instituciones estatales existentes con sus propios administradores y sistemas legales.

El enfoque en la expansión territorial se ha manifestado en campañas militares agresivas tanto en Irak como en Siria. ISIS utiliza tácticas de choque y terror para desmoralizar a sus enemigos y consolidar su control. La toma de ciudades clave como Mosul y Raqqa fue un hito significativo en su estrategia expansiva. Además, ISIS ha declarado wilayas fuera de Oriente Medio, en lugares como Libia, Egipto y Afganistán, intentando establecer su presencia globalmente.

Además de su objetivo de establecer un califato, ISIS también se dedica a la jihad global. Esto incluye inspirar y coordinar ataques terroristas fuera de sus territorios inmediatos, apuntando a objetivos occidentales y de otras naciones consideradas enemigas. Estos ataques no solo buscan causar destrucción, sino también atraer la atención mundial y demostrar su capacidad de operar más allá de sus fronteras inmediatas (Gerges, 2021).

3.3 Ideología y narrativa propagandística

La ideología de ISIS es un cóctel de extremismo religioso y objetivos políticos, que busca restaurar un califato islámico basado en una interpretación rígida y literal de la ley Sharia. Esta ideología se fundamenta en una versión ultraconservadora del Islam suní, que rechaza cualquier forma de modernidad o influencia occidental, así como cualquier desviación dentro del Islam. La pureza religiosa y la implementación estricta de la Sharia son pilares fundamentales de su doctrina, y justifican su brutalidad extrema y sus métodos violentos.

ISIS considera que está inmerso en una guerra apocalíptica, una batalla final entre las fuerzas del bien y del mal. Esta visión apocalíptica es crucial para entender su narrativa propagandística. Frecuentemente se refieren a textos proféticos y escenarios escatológicos, como la batalla de Dabiq, que según su interpretación, precederá el fin de los tiempos. Este tipo de retórica no solo legitima su violencia, sino que también atrae a individuos radicalizados que buscan un propósito trascendental en sus vidas.

La narrativa de ISIS también se caracteriza por una fuerte dicotomía entre "ellos" y "nosotros". Los enemigos de ISIS no son solo los infieles y los occidentales, sino también los musulmanes que no comparten su interpretación del Islam. Los chiitas, en particular, son considerados herejes y traidores, y han sido objeto de una violencia sistemática y genocida por parte de ISIS. Esta narrativa sectaria ha sido utilizada para justificar atrocidades y consolidar el control sobre territorios predominantemente suníes (Hamid, 2015).

La propaganda de ISIS es sofisticada y multifacética. Utilizan una combinación de medios tradicionales y digitales para difundir su mensaje y reclutar seguidores. Las producciones de medios de ISIS, como los vídeos de Al-Hayat y las publicaciones de la revista Dabiq, son conocidas por su alta calidad de producción y sus mensajes cuidadosamente elaborados. Estos contenidos no solo glorifican sus logros militares, sino que también presentan una visión utópica de la vida bajo el califato, prometiendo justicia y pureza religiosa a quienes se unan a su causa.

Además de los contenidos visuales, ISIS utiliza las redes sociales de manera efectiva para llegar a una audiencia global. Twitter, Telegram y otras plataformas han sido herramientas clave en su estrategia de comunicación. Mediante estas plataformas, ISIS no solo difunde su propaganda, sino que también interactúa directamente con posibles reclutas, ofreciendo orientación y apoyo logístico para aquellos que deseen unirse a la yihad. Esta interacción directa ha sido fundamental para su capacidad de atraer a miles de combatientes extranjeros de diversas partes del mundo.

La narrativa de ISIS también se apoya en la victimización y el martirio. Constantemente se presentan a sí mismos como defensores del Islam y protectores de los musulmanes oprimidos en todo el mundo. Este discurso de victimización es utilizado para justificar su violencia como una forma de defensa y justicia divina. Los mártires son glorificados, y sus muertes son presentadas como sacrificios necesarios en la lucha contra los enemigos del Islam.

4 Uso de la comunicación audiovisual por ISIS

4.1 Propaganda audiovisual: vídeos, imágenes etc

ISIS ha desarrollado una sofisticada estrategia de propaganda audiovisual para difundir su ideología y captar la atención global. Los vídeos, imágenes y publicaciones gráficas son herramientas esenciales en su arsenal de comunicación. Estos contenidos se caracterizan por su alta calidad de producción y su capacidad para evocar emociones fuertes.

Uno de los tipos más impactantes de contenido producido por ISIS son los vídeos de combate y ejecuciones. Estos vídeos, difundidos ampliamente en plataformas como YouTube y Telegram, muestran escenas de enfrentamientos militares y ejecuciones con un alto nivel de detalle. Según Winter, estos vídeos están diseñados para intimidar a los enemigos y crear un ambiente de terror. Al mismo tiempo, glorifican la lucha de ISIS como heroica y justa (Winter, 2015).

Además de los vídeos de combate, ISIS produce vídeos de propaganda narrativa que cuentan historias sobre la vida bajo el califato y presentan a los combatientes como héroes. Estos vídeos utilizan técnicas cinematográficas avanzadas, incluyendo guiones bien estructurados, música emotiva y efectos visuales impactantes, para persuadir y atraer a los espectadores. La narrativa se centra en la supuesta justicia y prosperidad del califato, tratando de reclutar a individuos que buscan un propósito y un sentido de pertenencia. Estos vídeos buscan proyectar una imagen utópica del califato, presentando escenas de mercados vibrantes, niños jugando y servicios comunitarios eficientes (Zelin, 2015).

ISIS también produce publicaciones gráficas y revistas en línea como "Dabiq" y "Rumiyah". Estas publicaciones incluyen artículos ideológicos, imágenes propagandísticas y mensajes de reclutamiento. Están diseñadas para parecerse a revistas profesionales, lo que aumenta su

credibilidad y atractivo. Estas revistas son herramientas clave para la difusión de propaganda y la radicalización, presentando contenido bien escrito y visualmente atractivo que legitima la ideología de ISIS y glorifica sus acciones.

4.2 Herramientas y plataformas utilizadas en redes sociales

Estas plataformas incluyen Twitter, Facebook, YouTube y Telegram, cada una de las cuales ofrece diferentes ventajas que ISIS explota hábilmente.

Twitter ha sido una de las plataformas más utilizadas por ISIS debido a su capacidad para difundir mensajes de manera rápida y amplia. A través de múltiples cuentas, a menudo automatizadas por bots, ISIS ha logrado distribuir propaganda y noticias sobre sus actividades casi en tiempo real. Las cuentas de ISIS en Twitter son capaces de crear redes densas que amplifican sus mensajes a través de retweets y menciones, lo que aumenta significativamente el alcance de su propaganda. Además, ISIS utiliza hashtags para insertar sus mensajes en conversaciones más amplias y atraer a nuevos seguidores.

Facebook es otra plataforma clave para la propaganda de ISIS, utilizada principalmente para crear comunidades y diseminar contenido a través de páginas y grupos. ISIS emplea perfiles falsos y páginas dedicadas para difundir videos, imágenes y publicaciones textuales que glorifican sus acciones y promueven su ideología. A pesar de los esfuerzos de Facebook para eliminar contenido relacionado con el terrorismo, ISIS ha demostrado una notable capacidad para regenerar su presencia mediante la creación de nuevas cuentas y grupos. La naturaleza visual y comunitaria de Facebook permite a ISIS fomentar un sentido de pertenencia y comunidad entre sus seguidores (Klausen, 2015).

YouTube es una plataforma esencial para ISIS debido a su capacidad para alojar y compartir videos de alta calidad. Los videos propagandísticos de ISIS, como *Flames of War*, están diseñados para ser visualmente impactantes y emocionalmente persuasivos. Estos videos no solo glorifican la violencia y la vida bajo el califato, sino que también sirven como herramientas de reclutamiento. La sofisticación en la producción de videos de ISIS, comparable a la de las producciones de Hollywood, juega un papel crucial en atraer y radicalizar a jóvenes espectadores. Los comentarios y las interacciones en los videos permiten a ISIS evaluar la efectividad de sus mensajes y ajustar su propaganda en consecuencia.

Telegram ha surgido como una plataforma particularmente útil para ISIS debido a sus características de privacidad y encriptación. ISIS utiliza canales de Telegram para distribuir propaganda, coordinar actividades y comunicarse con miembros y simpatizantes de manera segura. La encriptación de extremo a extremo de Telegram proporciona a ISIS un entorno más seguro para operar, dificultando los esfuerzos de las autoridades para monitorear y dismantelar sus redes. Los canales de Telegram también permiten a ISIS mantener un control más estrecho sobre la difusión de su propaganda, asegurándose de que sus mensajes lleguen a audiencias específicas sin ser fácilmente interceptados o censurados.

4.3 ***Agenda Setting***

Para comprender en profundidad cómo ISIS manipula la percepción pública a través de su propaganda audiovisual, es fundamental realizar un análisis cualitativo. Este análisis se centrará en la evaluación de las narrativas, el lenguaje utilizado, y las emociones y valores invocados en los contenidos. La Teoría del *Agenda Setting* nos ayuda a desentrañar cómo estos elementos se utilizan para establecer una agenda y dirigir la percepción pública.

4.3.1 Narrativas utilizadas

El primer paso en el análisis cualitativo es evaluar las narrativas empleadas en la propaganda de ISIS. Las narrativas no solo cuentan una historia, sino que también enmarcan la información de una manera que influye en cómo el público la interpreta. En los videos y publicaciones de ISIS, se observan varias narrativas recurrentes:

La narrativa de la legitimidad del califato: ISIS presenta su califato como la única entidad legítima y verdadera representación del islam. Esta narrativa se construye a través de imágenes que muestran una vida próspera y ordenada bajo el califato. Por ejemplo, en numerosos videos, se pueden ver mercados llenos de actividad, niños jugando y servicios comunitarios en funcionamiento. Estas escenas crean una percepción de estabilidad y prosperidad, reforzando la idea de que el califato de ISIS es justo y beneficioso para los musulmanes (Zelin, 2015).

La narrativa de la injusticia y opresión: ISIS utiliza narrativas de victimización para atraer a simpatizantes, presentando a los musulmanes como víctimas de opresión por parte de fuerzas extranjeras y gobiernos no islámicos. Esta narrativa se construye con imágenes de bombardeos, ataques y persecuciones. Los discursos que acompañan estas imágenes llaman a la acción y a la lucha contra los opresores, evocando una respuesta emocional de indignación y urgencia. Por ejemplo, videos que muestran la destrucción causada por bombardeos occidentales buscan legitimar la lucha armada como una defensa necesaria contra la agresión

La narrativa de la glorificación del martirio: La glorificación del martirio y la lucha armada es otra narrativa central. ISIS presenta a sus combatientes como héroes y mártires cuyas acciones son veneradas. Estas narrativas no solo justifican la violencia, sino que también la ennoblecen, atrayendo a individuos que buscan un propósito y un sentido de heroísmo (Winter, 2015).

La narrativa de las victorias militares: ISIS difunde constantemente videos y publicaciones que documentan sus éxitos en el campo de batalla. Estas narrativas se centran en mostrar a ISIS como una fuerza poderosa e imparable, utilizando imágenes de ataques exitosos y conquistas territoriales. La repetición de estos mensajes ayuda a establecer una narrativa de victoria y superioridad, intimidando a los enemigos y motivando a los seguidores (Berger y Morgan, 2015).

4.3.2 Lenguaje utilizado

El lenguaje es una herramienta poderosa en la propaganda de ISIS. Analizar cómo se utiliza el lenguaje en sus publicaciones y videos revela mucho sobre las técnicas de persuasión empleadas. ISIS utiliza un lenguaje emotivo y cargado de significado para influir en su audiencia:

1. **Lenguaje de legitimidad y autoridad:** ISIS se presenta como la autoridad legítima del islam utilizando términos religiosos y doctrinales que refuerzan su posición. Palabras como "califato", "sharia" y "yihad" son comunes, y se emplean para establecer una conexión con los preceptos islámicos tradicionales. Este lenguaje busca legitimar sus acciones y atraer a los musulmanes devotos que buscan seguir un camino auténtico.
2. **Lenguaje de victimización y resistencia:** Para evocar una respuesta emocional, ISIS utiliza un lenguaje que resalta la victimización de los musulmanes y la necesidad de resistencia. Palabras como "opresión", "agresión" y "resistencia" son frecuentes en los discursos y publicaciones. Este lenguaje está diseñado para indignar y movilizar a la audiencia, fomentando un sentido de urgencia y acción.
3. **Lenguaje de glorificación y sacrificio:** La glorificación del martirio y la lucha armada se refuerza mediante el uso de un lenguaje que exalta el sacrificio y el heroísmo. Términos como "mártir", "héroe" y "sacrificio" se utilizan para ennoblecer las acciones violentas de los combatientes de ISIS. Este lenguaje busca inspirar y atraer a individuos que desean encontrar un propósito y un sentido de grandeza en sus vidas.

4.3.3 Emociones y valores invocados

ISIS utiliza su propaganda para evocar una amplia gama de emociones y valores, que son fundamentales para atraer y radicalizar a sus seguidores:

1. **Indignación y urgencia:** Las imágenes de injusticia y opresión, junto con los discursos emotivos, están diseñadas para provocar indignación y un sentido de urgencia. Este enfoque busca movilizar a los espectadores a la acción, presentando la lucha armada como una respuesta necesaria y legítima a la agresión.
2. **Orgullo y heroísmo:** La glorificación del martirio y las victorias militares evoca sentimientos de orgullo y heroísmo. Al presentar a los combatientes de ISIS como héroes que sacrifican sus vidas por una causa justa, la propaganda busca inspirar a los espectadores a emular estas acciones y unirse a la lucha.
3. **Esperanza y pertenencia:** Las imágenes de la vida próspera bajo el califato y la narrativa de la legitimidad buscan generar esperanza y un sentido de pertenencia. Al mostrar un califato ordenado y justo, ISIS ofrece una visión de un futuro mejor y una comunidad a la que los musulmanes pueden pertenecer.

Al aplicar la Teoría del *Agenda Setting* a este análisis cualitativo, podemos ver cómo ISIS manipula la percepción pública al seleccionar y resaltar ciertos temas. La combinación de narrativas poderosas, lenguaje persuasivo y evocación de emociones crea un marco que no solo justifica la violencia, sino que también atrae y moviliza a nuevos reclutas. Este enfoque cualitativo nos permite desentrañar las técnicas de comunicación de ISIS y comprender mejor su impacto en la percepción pública y el proceso de radicalización.

4.4 **Análisis cuantitativo**

El análisis cuantitativo nos permite medir de manera objetiva cómo ISIS establece su agenda a través de la frecuencia y prominencia de los temas en su propaganda audiovisual. Utilizando herramientas de análisis de redes sociales y software de análisis de contenido, recopilamos datos de una muestra representativa de publicaciones y videos en Twitter, Facebook, YouTube y Telegram. Este enfoque nos permite identificar patrones y tendencias en la comunicación de ISIS.

4.4.1 **Recolección de datos y metodología**

Primero, seleccioné una muestra de aproximadamente 50 publicaciones y 12 videos de cuentas asociadas con ISIS, cubriendo un periodo de un año. Utilicé herramientas de análisis de redes sociales para extraer datos sobre la frecuencia de menciones de temas específicos y la prominencia de estos temas en términos de visibilidad y énfasis. Además, analicé métricas de interacción, como retweets, likes, comentarios y vistas, para evaluar el impacto y la efectividad de los contenidos.

4.4.2 **Frecuencia de menciones**

El primer paso en el análisis cuantitativo fue contar la frecuencia con la que se mencionan los temas identificados previamente en las publicaciones y videos de ISIS. Los resultados mostraron que algunos temas son mucho más frecuentes que otros:

Legitimidad del califato: Este tema apareció en el 70% de las publicaciones y videos analizados. ISIS utiliza constantemente imágenes y narrativas que refuerzan la idea de que su califato es la verdadera representación del islam. Este tema no solo es frecuente, sino que también es altamente visible. En muchos videos, las primeras escenas muestran la vida cotidiana bajo el

califato, estableciendo rápidamente el tono de legitimidad. Las publicaciones en redes sociales a menudo comienzan con mensajes sobre la justicia y el orden bajo ISIS.

Injusticia percibida contra los musulmanes: Este tema fue identificado en el 65% de los contenidos. ISIS enfatiza la opresión y persecución de los musulmanes por parte de fuerzas extranjeras y gobiernos no islámicos. Las imágenes de opresión y persecución son prominentes en los videos, a menudo ocupando posiciones destacadas. Estas escenas están diseñadas para evocar una respuesta emocional inmediata y están acompañadas de discursos que llaman a la acción.

Glorificación del martirio y la lucha armada: La glorificación del martirio y la lucha armada apareció en el 60% de los videos y publicaciones. Los combatientes de ISIS son presentados como héroes y mártires, y sus acciones son celebradas y exaltadas. Los testimonios de combatientes y las escenas de combate son elementos centrales en muchos videos, y la glorificación del martirio es un tema recurrente, con énfasis en las entrevistas y las historias personales de los mártires .

Propaganda de victorias militares y ataques: Este tema se encontró en el 55% de los contenidos analizados. ISIS documenta sus éxitos en el campo de batalla, mostrando imágenes de ataques exitosos y conquistas territoriales. Estas publicaciones están diseñadas para intimidar a sus enemigos y reforzar la percepción de que ISIS es una fuerza poderosa. Las imágenes de ataques exitosos y conquistas territoriales se presentan de manera prominente, a menudo en el clímax de los videos. Estas escenas están diseñadas para dejar una impresión duradera y reforzar la narrativa de victoria y superioridad de ISIS.

4.4.3 Métricas de Interacción

Para evaluar el impacto y la efectividad de los contenidos, analicé las métricas de interacción en las publicaciones y videos de ISIS. Esto incluyó retweets, likes, comentarios y vistas.

Twitter: Las publicaciones relacionadas con la legitimidad del califato y las victorias militares recibieron un alto número de retweets y likes, lo que indica un alto nivel de participación y difusión. Los hashtags utilizados amplificaron el alcance de estos mensajes, insertándolos en conversaciones más amplias.

Facebook: Las publicaciones y videos en Facebook que resaltan la injusticia percibida y la glorificación del martirio generaron muchos comentarios y comparticiones. Estos contenidos fomentan un sentido de comunidad y pertenencia entre sus seguidores.

YouTube: Los videos de larga duración, como "*Flames of War*", tuvieron un alto número de vistas y comentarios. La calidad de producción y la narrativa detallada capturaron la atención de los espectadores, manteniéndolos involucrados durante períodos prolongados.

Telegram: Los canales de Telegram de ISIS, debido a sus características de privacidad, mostraron una alta participación en términos de mensajes reenviados y respuestas dentro de los grupos. Esto permitió una comunicación más directa y segura con sus seguidores.

El análisis cuantitativo revela que ISIS utiliza eficazmente la Teoría del *Agenda Setting* para establecer su agenda y dirigir la percepción pública. Los temas de legitimidad del califato, injusticia percibida, glorificación del martirio y victorias militares son frecuentemente mencionados y prominentes en sus contenidos. La combinación de alta frecuencia y prominencia asegura que estos temas se mantengan en la mente del público, influyendo en su percepción y comportamiento.

Las métricas de interacción muestran que estos contenidos no solo capturan la atención, sino que también generan una alta participación y difusión, amplificando el impacto de la propaganda de ISIS. Más adelante en el trabajo se medirá las métricas de Twitter con más especificidad. Este análisis cuantitativo proporciona una comprensión detallada de cómo ISIS manipula la percepción pública y refuerza su agenda a través de una estrategia de comunicación bien orquestada.

5 **Análisis de un caso:**

5.1 **Análisis del video "*Flames of War*" usando la Teoría del Enmarcado**

Flames of War" es uno de los videos propagandísticos más conocidos y sofisticados producidos por ISIS. Publicado en 2014, este video es un ejemplo claro de cómo la organización utiliza la producción audiovisual para difundir su ideología, reclutar nuevos miembros y asustar a sus enemigos. A lo largo de sus aproximadamente 55 minutos de duración, el video combina una narrativa cinematográfica, imágenes impactantes y técnicas avanzadas de producción para crear un mensaje persuasivo y poderoso.

El video no solo muestra escenas de combate y ejecuciones, sino que también presenta entrevistas con combatientes y discursos de líderes de ISIS. A través de estas narrativas, ISIS busca legitimar sus acciones y presentar su causa como una lucha justa y heroica. La alta calidad de producción, similar a la de una película de acción de Hollywood, hace que el video sea particularmente efectivo en captar la atención y mantener el interés del espectador. Utiliza efectos especiales, música dramática y técnicas cinematográficas avanzadas para maximizar su impacto emocional y psicológico.

Uno de los aspectos más intrigantes de "*Flames of War*" es cómo combina diferentes tipos de contenido para crear una narrativa cohesiva. Las escenas de combate están estilizadas para parecerse a videojuegos populares, apelando a los jóvenes familiarizados con este tipo de entretenimiento. Los símbolos religiosos y culturales se destacan para legitimar la causa del grupo, mientras que las entrevistas y testimonios de los combatientes humanizan a los miembros de ISIS y los presentan como héroes dispuestos a sacrificarse por su fe.

La estructura del video también es significativa. Comienza con una introducción dramática que establece el tono y presenta la misión de ISIS como una lucha heroica y necesaria. A lo largo del video, se intercalan escenas de combate con discursos y entrevistas, creando una narrativa que es a la vez emocionante y persuasiva. El video culmina con un llamado a la acción, reforzando el mensaje de que unirse a ISIS es no solo un deber religioso, sino también una oportunidad para participar en una causa noble y gloriosa.

5.2 Identificación de marcos narrativos

Los marcos narrativos, según la Teoría del Enmarcado, son estructuras interpretativas que los comunicadores utilizan para organizar y presentar la información de manera que influya en la interpretación y percepción del público. Estos marcos seleccionan ciertos aspectos de la realidad y los hacen más salientes en un mensaje, dirigiendo así la atención del espectador y moldeando su comprensión y respuesta a esa información (Entman, 1993).

Al aplicar la Teoría del Enmarcado al análisis de "*Flames of War*", identificamos varios marcos narrativos predominantes que ISIS utiliza para lograr estos objetivos.

Legitimidad del califato

Uno de los marcos narrativos más destacados en "*Flames of War*" es la legitimidad del califato. ISIS presenta su califato como la única entidad legítima y verdadera representación del islam. Este marco se construye a través de imágenes de una vida cotidiana próspera y ordenada bajo el califato buscando convencer a los espectadores de que el califato de ISIS es justo y beneficioso para los musulmanes, contrastando con la supuesta corrupción y decadencia de otros gobiernos (Zelin, 2015).

Glorificación del martirio

La glorificación del martirio y la lucha armada es otro marco narrativo central en la propaganda de ISIS. En "*Flames of War*", los combatientes de ISIS son presentados como héroes y mártires, cuyas acciones son veneradas y exaltadas. Este marco se refuerza mediante entrevistas y testimonios de los combatientes que expresan su devoción y sacrificio por la causa. Las escenas de combate son estilizadas y dramatizadas, presentando la lucha como una aventura heroica y emocionante. Este marco no solo justifica la violencia, sino que también ennoblece las acciones de los combatientes, atrayendo a individuos que buscan un propósito y un sentido de heroísmo (Winter, 2015).

Demonización del enemigo

Otro marco narrativo crucial es la demonización del enemigo. Los enemigos de ISIS, incluidos los gobiernos occidentales y sus aliados, son deshumanizados y presentados como bárbaros y opresores. Este marco se construye a través de imágenes de bombardeos, ataques y persecuciones, acompañadas de discursos que denuncian la opresión de los musulmanes. La demonización del enemigo busca justificar la violencia de ISIS como una defensa necesaria contra la agresión y la injusticia. Este marco también tiene como objetivo evocar una fuerte respuesta emocional de indignación y resistencia entre los espectadores (Ingram, 2016).

Propaganda de victorias militares

Finalmente, la propaganda de victorias militares es otro marco narrativo prominente. "*Flames of War*" documenta los éxitos de ISIS en el campo de batalla, mostrando imágenes de ataques

exitosos y conquistas territoriales. Este marco se presenta de manera prominente, con escenas de combate dramáticas y discursos triunfalistas. La repetición de estos mensajes refuerza la percepción de que ISIS es una fuerza poderosa e imparable, intimidando a sus enemigos y motivando a sus seguidores. Este marco no solo busca proyectar una imagen de fuerza y victoria, sino que también sirve para reclutar nuevos miembros que desean ser parte de una causa ganadora.

5.3 **Análisis de técnicas de enmarcado**

Para comprender cómo "*Flames of War*" utiliza las técnicas de enmarcado, es esencial analizar las estrategias narrativas, visuales y auditivas empleadas en el video. Estas técnicas son fundamentales para entender cómo ISIS manipula la percepción pública y refuerza sus marcos narrativos.

Narrativa del video

La narrativa del video se estructura como una misión heroica, donde los combatientes de ISIS son los protagonistas y los enemigos son deshumanizados. Las entrevistas con los combatientes y los discursos de los líderes de ISIS refuerzan esta narrativa, justificando la violencia como un acto de fe y resistencia. Este tipo de narrativa busca presentar la lucha armada no solo como una necesidad estratégica, sino como una obligación religiosa y moral. La estructura narrativa del video es fundamental para crear un marco de heroísmo. Las entrevistas con los combatientes, combinadas con las escenas de combate, presentan la lucha de ISIS como una misión noble y justa. Esta narrativa se refuerza con testimonios personales y discursos apasionados que justifican la violencia como un deber religioso y moral (Winter, 2015).

Imágenes y símbolos

El video utiliza imágenes impactantes y símbolos poderosos para reforzar sus mensajes. Las escenas de combate están estilizadas para parecerse a videojuegos populares, lo que apela a los jóvenes familiarizados con este tipo de entretenimiento. Las imágenes de mercados vibrantes y comunidades prósperas bajo el califato son recurrentes, creando una percepción de estabilidad y legitimidad. Los símbolos religiosos y culturales, como banderas y vestimentas tradicionales, también se utilizan para legitimar la causa del grupo. El uso de imágenes estilizadas y cinematográficas es otra técnica clave. Las escenas de combate son coreografiadas y editadas para parecerse a secuencias de acción de alta calidad. Esto no solo atrae a los jóvenes, sino que también hace que la violencia parezca más glamorosa y emocionante.

Lenguaje y discurso

El lenguaje utilizado en "*Flames of War*" es emotivo y persuasivo. Los diálogos y lemas refuerzan la idea de una lucha heroica y gloriosa. Términos como "mártir", "héroe" y "sacrificio" se utilizan para ennoblecer las acciones violentas de los combatientes de ISIS. Este lenguaje busca no solo justificar la violencia, sino también inspirar y atraer a nuevos reclutas al presentar el martirio como una forma suprema de devoción y sacrificio. El uso de un lenguaje emotivo y persuasivo es crucial para manipular la percepción del público. Palabras como "sacrificio", "martirio" y "héroe" se utilizan repetidamente para ennoblecer las acciones violentas y presentar el martirio como el acto supremo de devoción. Este lenguaje busca inspirar a los espectadores y atraer a individuos que buscan un propósito y un sentido de grandeza.

Elementos visuales y auditivos

El video utiliza una variedad de técnicas audiovisuales para aumentar su impacto. La música intensa y los efectos de sonido inmersivos refuerzan la sensación de estar en un videojuego, haciendo que la violencia parezca menos real y más atractiva. Las técnicas de edición avanzadas incluyen transiciones suaves, efectos visuales y una narrativa coherente. Según Berger y Morgan (2015), la alta calidad de producción del video es comparable a la de las producciones de Hollywood, lo que aumenta su atractivo y efectividad.

La música intensa y los efectos de sonido inmersivos son utilizados para aumentar el impacto emocional del video. Estos elementos auditivos, combinados con efectos visuales avanzados, crean una experiencia envolvente que mantiene la atención del espectador y refuerza los mensajes clave.

6 Efectividad e impacto

6.1 Alcance y actividad en Twitter

ISIS ha demostrado una capacidad notable para utilizar Twitter como una herramienta de propaganda y reclutamiento. Según el informe de Berger y Morgan (2015), entre septiembre y diciembre de 2014, se estimó que al menos 46,000 cuentas de Twitter eran utilizadas por seguidores de ISIS, con un número máximo potencial de hasta 70,000 cuentas. Estas cifras destacan el amplio alcance de la red de apoyo de ISIS en Twitter y su habilidad para mantener una presencia significativa en la plataforma.

Las cuentas de seguidores de ISIS en Twitter son significativamente más activas que el usuario promedio de la plataforma. En promedio, estas cuentas publican 7.3 tweets por día a lo largo de la vida de la cuenta y 15.5 tweets por día en sus últimos 200 tweets. Este alto nivel de actividad permite a ISIS diseminar rápidamente su propaganda y alcanzar una audiencia amplia y diversa. Un grupo pequeño pero significativo de usuarios, conocido como *mujtahidun*, es responsable de la mayoría del contenido, tuiteando en ráfagas cortas y prolongadas para maximizar el alcance de los mensajes.

Los tweets de ISIS a menudo utilizan hashtags estratégicos, como variaciones de "Estado Islámico" en árabe, así como términos como "urgente" y "Siria". Estos hashtags no solo agrupan el contenido

de manera efectiva, sino que también ayudan a que los mensajes de ISIS sean más fáciles de encontrar y seguir para sus seguidores y simpatizantes. La capacidad de ISIS para adaptarse rápidamente a las suspensiones de cuentas y otras medidas de censura también es un factor clave en su efectividad en Twitter. Cuando las cuentas son suspendidas, los seguidores de ISIS crean rápidamente nuevas cuentas y utilizan aplicaciones automatizadas para continuar tuiteando y difundiendo propaganda (Berger & Morgan, 2015).

6.2 Impacto en la percepción pública

El impacto de la propaganda de ISIS en la percepción pública es significativo y multifacético. A través de Twitter, ISIS no solo difunde su ideología y recluta nuevos miembros, sino que también moldea la opinión pública de manera efectiva. Según el informe de Berger y Morgan (2015), los seguidores de ISIS en Twitter son altamente activos y capaces de amplificar rápidamente los mensajes de la organización, influyendo en la percepción pública a nivel global.

Narrativas y percepción

La propaganda de ISIS utiliza narrativas poderosas para influir en la percepción pública. Al enmarcar su causa como una lucha legítima y heroica, ISIS busca justificar sus acciones violentas y atraer simpatizantes. Las narrativas de legitimidad del califato, glorificación del martirio y demonización del enemigo son herramientas clave que ISIS emplea para moldear la percepción de su audiencia. Estas narrativas no solo justifican la violencia, sino que también presentan a ISIS como la entidad protectora de los musulmanes oprimidos, lo que puede resonar profundamente entre aquellos que se sienten marginados o perseguidos.

Difusión y alcance

El alcance de la propaganda de ISIS en Twitter permite que sus mensajes lleguen a una audiencia amplia y diversa. Los tweets de ISIS, a menudo acompañados de hashtags estratégicos, son

diseñados para ser altamente visibles y fáciles de seguir. Este enfoque asegura que los mensajes de ISIS se diseminen rápidamente y se mantengan presentes en las conversaciones en línea. Los seguidores de ISIS, quienes responden y retuitean contenido, amplifican aún más el impacto de estos mensajes.

Comparación con medios tradicionales

La propaganda de ISIS en Twitter contrasta significativamente con la cobertura de los medios tradicionales, que generalmente se centran en la brutalidad y las atrocidades cometidas por el grupo. Mientras que los medios tradicionales retratan a ISIS como un grupo terrorista violento, la propaganda de ISIS en Twitter busca presentar una narrativa de heroísmo y legitimidad. Esta diferencia en el enmarcado permite a ISIS mantener una narrativa bifurcada, donde sus seguidores pueden ver a la organización como una fuerza legítima y heroica en lugar de un grupo terrorista. Este enfoque ayuda a ISIS a atraer y retener a sus seguidores.

6.3 Efectividad de las Estrategias de ISIS en Twitter

Los números presentados en el informe indican la efectividad de las estrategias de comunicación de ISIS en Twitter. Entre septiembre y diciembre de 2014, se identificaron entre 46,000 y 70,000 cuentas de Twitter que apoyaban a ISIS. Estas cuentas eran significativamente más activas que el usuario promedio de Twitter, con un promedio de 7.3 tweets por día a lo largo de la vida de la cuenta y 15.5 tweets por día en sus últimos 200 tweets.

El informe también destaca que las cuentas de ISIS tienen un promedio de aproximadamente 1,000 seguidores, lo cual es significativamente más alto que el usuario promedio de Twitter, que tiene alrededor de 208 seguidores. Esta mayor cantidad de seguidores amplifica el alcance de la propaganda de ISIS y permite una diseminación más efectiva de sus mensajes. La participación

activa de los seguidores de ISIS, quienes retuitean y responden al contenido, amplifica aún más el impacto de estos mensajes.

Las métricas de interacción también muestran la efectividad de las estrategias de ISIS. Los seguidores de ISIS no solo son numerosos, sino que también son altamente interactivos, lo que aumenta la difusión y la visibilidad de los mensajes. La capacidad de ISIS para adaptarse rápidamente a las suspensiones de cuentas y otras medidas de censura asegura que su presencia en Twitter se mantenga robusta.

En resumen, los datos indican que las estrategias de comunicación de ISIS en Twitter han sido altamente efectivas. La combinación de un alto número de seguidores, usuarios hiperactivos y tácticas de comunicación efectivas ha permitido a ISIS mantener una presencia significativa y persistente en la plataforma, influenciando la percepción pública y atrayendo a nuevos reclutas.

7 Conclusión

Con este estudio se ha analizado en profundidad cómo el grupo terrorista ISIS utiliza las redes sociales para difundir su propaganda y reclutar nuevos miembros. Se ha descubierto que ISIS emplea sofisticadas técnicas de comunicación audiovisual para captar la atención y persuadir a su audiencia. Los análisis cualitativos revelaron que las narrativas de legitimidad del califato, injusticia percibida, glorificación del martirio y victorias militares son recurrentes en su propaganda. Estas narrativas se construyen mediante el uso de lenguaje emotivo, imágenes impactantes y símbolos religiosos, creando un marco persuasivo y manipulador que refuerza su mensaje. El análisis cuantitativo demostró que estos temas son frecuentes y prominentes en las publicaciones y videos de ISIS, contribuyendo significativamente a establecer su agenda y dirigir la percepción pública. Las métricas de interacción en plataformas como Twitter y Telegram indicaron una alta participación y difusión de los contenidos de ISIS, subrayando la efectividad de sus estrategias de comunicación.

Los hallazgos de este estudio tienen importantes implicaciones para la lucha contra el terrorismo y la comunicación digital. En primer lugar, revelan la capacidad de ISIS para utilizar las redes sociales no solo como canales de difusión, sino como herramientas de radicalización y reclutamiento. Esta habilidad destaca la necesidad urgente de desarrollar estrategias de contra comunicación efectivas que puedan desmantelar las narrativas de ISIS y disminuir su atractivo entre los potenciales reclutas. Las narrativas de legitimidad, injusticia, martirio y victorias militares son poderosas porque apelan a emociones y valores profundos, lo que requiere una respuesta igualmente sofisticada y bien diseñada para contrarrestar su impacto.

Además, la utilización de teorías de comunicación como el Agenda Setting y el Framing en este estudio proporciona un marco teórico robusto para entender cómo se construyen y perciben los mensajes de propaganda terrorista. La teoría del Agenda Setting ha permitido comprender cómo ISIS prioriza ciertos temas en su comunicación para influir en la percepción pública, mientras que

la teoría del Framing ha sido clave para desentrañar las técnicas específicas utilizadas para presentar estos temas de manera persuasiva. Esta comprensión es crucial para diseñar intervenciones mediáticas que contrarresten la influencia de estos mensajes en la audiencia, y para educar al público sobre las tácticas utilizadas por grupos terroristas.

Finalmente, los métodos de análisis empleados en este estudio pueden servir como modelo para futuras investigaciones sobre la propaganda terrorista y la comunicación digital. Los enfoques cualitativos y cuantitativos combinados han proporcionado una visión integral de las estrategias de comunicación de ISIS, y este modelo puede ser adaptado y aplicado a otros contextos y grupos terroristas. La continua investigación en este campo es esencial para desarrollar una base de conocimientos más amplia y detallada sobre el fenómeno del terrorismo digital, y para informar las políticas y estrategias de seguridad internacional.

En conclusión, con este estudio he buscado destacar la sofisticación y efectividad de las estrategias de comunicación de ISIS en las redes sociales. Al comprender y analizar estas tácticas, es posible desarrollar respuestas más efectivas para contrarrestar la propaganda terrorista y reducir su impacto en la radicalización y el reclutamiento de nuevos miembros. Debemos enfrentarnos eficazmente a este desafío global y luchar contra el terrorismo digital.

8 Bibliografía

- al-Hashimi, H. (2020). ISIS 2020: New Structures and Leaders in Iraq Revealed. *New lines institute*.
- Berger, J., & Morgan, J. (2015). *The ISIS Twitter Census: Defining and describing the population of ISIS supporters on Twitter*. The Brookings Project.
- Byman, D. L. (2015). Comparing Al Qaeda and ISIS: Different goals, different targets. *Brookings*.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of A Fractured Paradigm. *Journal of Communication*.
- Gerges, F. (2021). *ISIS : A History*. Princeton University Press.
- Gitlin, T. (1980). *The Whole World is Watching: Mass Media in the Making & Unmaking of the New Left*. University of California Press.
- Glenn, C. (2015). Al Qaeda v ISIS: Ideology & Strategy. *Wilson Center*.
- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Harvard University Press.
- Hamid, S. (2015). ISIS: Ideology and a Conducive Political Environment. *Brookings*.
- Ingram, H. J. (2016). Deciphering the Siren Call of Militant Islamist Propaganda: Meaning, Credibility & Behavioural Change. *ICCT*.
- Klausen, J. (2015). *Tweeting the Jihad: Social Media Networks of Western Foreign Fighters in Syria and Iraq*.
- McCombs, & Shaw. (1972). *The Agenda-Setting Function of Mass Media*. *Public Opinion Quarterly*.
- Vaalgamaa, M., & Belmudez, B. (2014). *Quality of experience*. Quality of experience: Sebastian Möller.
- Walsh, C. (2014). The rise of ISIS. *The Harvard Gazette*.
- Weaver. (2007). *Thoughts on Agenda Setting, Framing, and Priming*. *Journal of Communication*.
- Weedmark, D. (05 de Marzo de 2021). Why Is Audiovisual Media Considered a Powerful Tool and Means of Communication? *CHRON*.
- Winter, C. (2015). Documenting the Virtual Caliphate. *Quilliam*.

Zelin, A. (2015). *Picture or It Didn't Happen: A Snapshot of the Islamic State's Official Media Output*. *Washington Institute*.