

VIOLENCIA Y ACCIÓN COMUNICATIVA EN EL TERRORISMO DE AL QAEDA

MANUEL R. TORRES SORIANO*

Violencia y comunicación están indisolublemente unidas en el terrorismo llevado a cabo por la organización terrorista Al Qaeda. El carácter religioso de su ideología no implica que sus atentados no busquen la propagación de un determinado mensaje dentro de amplios sectores de la población. En este artículo se pretende demostrar cómo la realización de espectaculares atentados ha permitido a Al Qaeda convertirse en un ente propagandístico y comunicacional que apunta hacia dos sectores de población bien diferenciados: el occidental y el musulmán. En el primero pretende lograr la erosión del apoyo que ésta presta a sus gobernantes, y en el segundo, la expansión de una ideología fundamentalista de vuelta a los orígenes del Islam.

Introducción

Desde la aparición del primigenio terrorismo anarquista, concebido por sus autores como “*propaganda por el hecho*”, hasta prácticamente la actualidad ha existido una notable certeza acerca de la vertiente esencialmente comunicativa de toda violencia terrorista. La comisión de todo tipo de actos de violencia indiscriminada buscaba no sólo la propagación ilimitada del miedo y la ansiedad en sus víctimas, sino la transmisión a una audiencia mayor de un mensaje más o menos elaborado a través de la agresión contra determinados colectivos, individuos o símbolos. A ello debe sumarse la primacía informativa que tradicionalmente ha recibido la violencia terrorista en los medios de comunicación de masas, auténtica “*llave maestra*” que ha permitido a los grupos terroristas copar el espacio mediático y establecer una comunicación directa con la ciudadanía a través de la propagación de su ideario y reivindicaciones. Violencia y mensaje han sido en el terrorismo dos realidades indisolublemente unidas cuya interpretación ha venido tradicionalmente dada por la ideología que ha sustentado a las diferentes organizaciones terroristas, sus objetivos estratégicos, la necesidad de captar nuevos adeptos, el mantenimiento de la moral y las motivaciones tanto del propio grupo como de su “*audiencia doméstica*”, junto a la desmovilización y deslegitimación del “*enemigo*”.

Sin embargo, cuando en la década de los noventa el terrorismo religioso, mayoritariamente de inspiración islamista, se convirtió en uno de los principales desafíos a la seguridad global fueron frecuentes los análisis que atribuían la enorme letalidad de los atentados y, en ocasiones, su no reivindicación a que los terroristas tenían como principal audiencia la divinidad. Según aquellas primeras impresiones el

* Investigador del Departamento de Ciencia Política y de la Administración de la Universidad de Granada. Es miembro del Centro de Análisis de Seguridad (CEAS). Tiene el Diploma de Estudios Avanzados en Ciencia Política y es Licenciado en Ciencias Políticas y Sociología con Premio Extraordinario por la Universidad de Granada. En el año 2003 obtuvo el Primer Premio Nacional de Fin de Estudios Universitarios en Ciencia Política y en el 2004 el Premio de Investigación y Ensayo de la Universidad de Granada. Ha publicado diversos artículos en publicaciones especializadas sobre terrorismo y comunicación en cuestiones de seguridad. Ha sido *Visiting Fellow* de la *Hoover Institution* en la Universidad de Stanford (California). Su último trabajo es el libro: *Terrorismo y propaganda en Al Qaeda*, Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la Universidad de Granada, Granada, 2004.

terrorismo parecía perder parte de su finalidad comunicativa. Seguía transmitiendo un mensaje de terror, pero sin la compañía habitual de exigencias o reclamaciones políticas, ni –aparentemente- el deseo de obtener el respaldo de determinados sectores de la sociedad. Con anterioridad, el deseo de obtener el favor de los sectores de la sociedad más cercanos a las tesis de los terroristas, había llevado a que estos adoptasen con frecuencia autolimitaciones en la ejecución de sus atentados. Sin embargo, la justificación “supraterrenal” del terrorismo religioso junto con el desprecio hacia la repercusión social de sus actos inauguraba un inquietante panorama de terrorismo apocalíptico a través del uso de ataques suicidas, armas químicas, biológicas e incluso nucleares.

El fanatismo religioso que sirve como sustento espiritual a la organización terrorista Al Qaeda junto con su historial de violencia sin restricciones, encajaba perfectamente en este esquema de ausencia de una vertiente comunicativa de este nuevo terrorismo que atenaza nuestras sociedades. Sin embargo, en este artículo se pretende afirmar cómo con la perspectiva adquirida en estos últimos años nos es posible establecer que en el caso de la “nebulosa” conocida como Al Qaeda, sí que existe una clarísima vertiente comunicativa que se manifiesta a través de dos vías: una orientada a la erosión del apoyo que las sociedades occidentales prestan a sus gobernantes; y otra relacionada con la movilización y la obtención de apoyos sociales en el mundo musulmán. La comisión de los principales atentados de esta organización terrorista no sólo tienen un acentuada lectura simbólica, sino que la forma, y el tiempo en el cual se llevan a cabo no se entiende si no a la luz de la dimensión comunicacional del terrorismo y del papel central que juega la propaganda y la comunicación en la estrategia de la organización de Bin Laden.

Rasgos definitorios de Al Qaeda e importancia del “relato”

En este trabajo nos centraremos de forma exclusiva en una vertiente particular de esta red terrorista, por lo que evitaremos detenernos en otras cuestiones que se salen del objeto de estudio.¹ No obstante, sí que conviene destacar algunas ideas previas sobre Al Qaeda, cuya comprensión resulta imprescindible a la hora de abordar las peculiaridades del binomio violencia-comunicación dentro de esta organización terrorista.

En primer lugar, debemos partir del hecho de que su estructura difiere completamente con respecto a otro tipo de organizaciones terroristas conocidas. Se trata de una coalición informal compuesta por individuos, asociaciones y grupos terroristas (entre los que se encuentra la organización liderada por Bin Laden), basada en pactos y relaciones personales. De ahí que haya sido considerada por diversos autores como un “proceso” o una “ideología” antes que como una organización terrorista al uso.²

¹ Un análisis más general puede encontrarse en JORDÁN, JAVIER (2004): *Profetas del miedo*. Pamplona: Eunsa; GUNARATNA, ROHAN (2002): *Inside Al Qaeda. Global Network of Terror*, New York: Columbia University Press; y ANONYMOUS (2002): *Trough our enemies’ eyes. Osama Bin Laden, Radical Islam, and the future of America*. Washintong D.C: Brassey’s INC.

² Véase: JENKINS, BRIAN MICHAEL (2002): *Countering Al Qaeda*. Santa Monica: Rand Corporation. y HOFFMAN, BRUCE (2003): *“Diagnosing Al Qaeda”*, *Front Page Magazine*, 18 de agosto de 2003.

Su objetivo final es eminentemente político: la búsqueda del poder para restablecer la unión político-religiosa de los musulmanes bajo la autoridad del califato. Como paso intermedio pretende la creación de Estados islámicos en los actuales países de mayoría musulmana, y la derrota de los que considera los enemigos seculares del Islam: Israel, Occidente –en particular Estados Unidos a los que considera la cabeza de la cruzada contra el Islam- y los que califica de dirigentes “apóstatas” en la gran mayoría de países islámicos.

Se trata de la mayor red global de terrorismo que ha existido en la historia, y su fuerza radica más que en su estructura permanente –que como acabamos de ver es flexible- o en los potenciales miembros que han pasado por sus campos de entrenamiento (que se cuentan en docenas de miles), en su capacidad de movilizar, aglutinar y entrenar a individuos que comparten su ideología radical. Al Qaeda encabeza la difusión de un relato sobre la historia, el origen de los males y las vías de solución de los problemas del mundo musulmán revestido de un enorme atractivo al combinar elementos procedentes de un integrismo religioso medieval, un cierto componente anti-sistema y las inagotables potencialidades de la revolución en las tecnologías de la información.

La organización fundada e inspirada en Osama Bin Laden plantea su lucha en términos de guerra total. A pesar de sus reivindicaciones parciales sobre la retirada de tropas occidentales en países árabes, lo cierto es que no pretende el chantaje ni la negociación en busca de objetivos limitados, sino que ansía la destrucción y el sometimiento total de los enemigos del Islam. Sus líderes, junto con otros muchos veteranos de la guerra de Afganistán, tienen una inquebrantable confianza en sus capacidades para lograr la victoria en su guerra global, como consecuencia de la derrota de los soviéticos en Afganistán (hasta el punto de considerarla como la causa principal del derrumbe de la URSS); y las victorias parciales sobre EE.UU. (retirada de Somalia, atentados contra sus tropas, clausura de embajadas, atentados del 11S, etc.). La interpretación de su lucha como una etapa decisiva dentro de una guerra de supervivencia frente a siglos de hostigamiento de Occidente contra el Islam, hace que su concepto del tiempo no se rige por la inmediatez y la necesidad de la consecución de logros palpables, sino que conciben su misión en términos de generaciones, y se integra dentro de una estrategia de desgaste a largo plazo.

La comprensión de la dimensión comunicacional del terrorismo de Al Qaeda viene enormemente facilitada por el marco teórico de la conocida como *guerra red*, concepto elaborado por los investigadores del *think tank* norteamericano *RAND Corporation*, John Arquilla y David Ronfeldt.³ Según ellos, la revolución en las tecnologías de la información favorece la aparición de formas de organización en red, y permite que grupos pequeños y, en otro tiempo, aislados, puedan comunicarse y coordinar sus acciones. Todo ello da lugar a una nueva forma de conflicto donde los protagonistas utilizan la estructura de red en su organización, doctrina y funcionamiento.

La estructura en red no debe confundirse con la simple organización en células, habitual en todos los grupos terroristas, cuya principal finalidad era la consecución de una mayor seguridad y duración del grupo frente a las detenciones de sus integrantes.

³ Véase: ARQUILLA, J. & RONFELDT, D. “The Advent of Netwar (Revisited)”, en ARQUILLA, J.& RONFELDT, D. (editors) *Networks and Netwars: The Future of Terror, Crime, and Militancy*, RAND, Santa Monica, 2001, pp. 1-25.

En la estructura que describen Arquilla y Ronfeldt la red se compone de nodos y enlaces entre ellos. Esos nodos se encuentran comunicados entre sí (aunque no todos con todos, también por motivos de seguridad). En la descripción que estos investigadores realizan sobre la actuación de las redes y los conflictos desarrollados bajo esta forma, hallamos un elemento de extraordinaria importancia a la hora de entender la dimensión informativa y propagandística de Al Qaeda. Dicho elemento se refiere al elemento donde radica la unidad que da coherencia a los diferentes nodos que integran la red, según estos autores, dicha unidad se produce en lo que ellos denominan “nivel narrativo” o “relato”: en la causa que inspira la actuación concreta de la red. Efectivamente es la existencia de una ideología y de una particular cosmovisión sobre la realidad lo que permite hablar de Al Qaeda como una unidad. Ese relato permite que exista una centralización en lo estratégico (la consecución de un mismo fin) a través de una descentralización en lo táctico (quienes y que acciones se emprenderán para lograrlo).

El que Al Qaeda haya sido catalogada como una ideología⁴ es perfectamente entendible si consideramos la importancia que tiene el “relato” que da coherencia a la red; en cuya propagación se ubica la supervivencia del grupo y la consecución última de sus objetivos. Es precisamente en este punto donde se percibe más claramente la fusión entre violencia y comunicación dentro de las actividades de este grupo. Al Qaeda no pasaría de ser una más entre todo un conjunto de ideologías marginales, sino tuviese una clara capacidad material de atentar, provocando el pánico y la desestabilización de las sociedades agredidas. Es precisamente la consumación de espectaculares macroatentados lo que otorga credibilidad y consideración a su mensaje. Golpeando el “corazón” de sus adversarios logra revestirse de una imagen de fortaleza que le permite seguir sumando miembros y simpatizantes a su proyecto político-religioso. El hecho de que la organización de Bin Laden haya sido capaz de erigirse como la principal amenaza a la que deberá hacer frente Occidente en los próximos tiempos, constituye un poderoso reclamo para amplísimas masas del mundo musulmán que comulgan con una visión belicista del Islam y sitúan la causa última de todas sus frustraciones en una “conspiración judeo-cristiana” empeñada en mantener sometido y humillado al mundo musulmán. El que Al Qaeda mantenga y acreciente su imagen de alternativa viable en la lucha contra los enemigos de la verdadera fe depende profundamente de la espectacularidad del tipo de atentados que sea capaz de llevar a cabo, la lectura simbólica que se desprenda de ellos, y su capacidad para proporcionarle un amplio acceso al espacio mediático con objeto de propagar su mensaje de lucha civilizacional.

Violencia y difusión del mensaje

La violencia material juega un papel esencial en la vertiente propagandística de toda organización terrorista. Al Qaeda no sólo no es una excepción a esta tendencia sino que su capacidad para cometer auténticas acciones de “hiperterrorismo”⁵ la ha

⁴ Algunos autores como el periodista británico Jason Burke hablan incluso de “alqaedismo” como ideología perfectamente estructurada de revolución global que da sustento a la red terrorista. Véase: BURKE, JASON (2003): *Al-Qaeda. Casting a shadow of terror*. New York: I.B. Tauris.

⁵ Concepto acuñado por el francés Françoise Heisbourg. Véase: HEISBOURG, FRANCOISE y FUNDACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA (2002): *Hiperterrorismo. La nueva guerra*. Madrid: Espasa.

cualificado en su afán de propaganda global. Sin la conmoción causada por los atentados del 11 de septiembre de 2001, su mensaje tendría escaso valor, sus comunicados sólo serían palabras vacías. Por el contrario, la sucesión rítmica de atentados y su elevada letalidad dotan de crédito a la retórica de la yihad global. Con ese tipo de acciones pretende transmitir la impresión de que el enemigo, a pesar de su poder material, es débil moralmente, lo que le hace en extremo vulnerable y posibilita rebelarse y golpear con eficacia al opresor. Al Qaeda logra así ofrecer una imagen de alternativa real a los descontentos. Todo ello aderezado con unas interesadas interpretaciones simbólicas del más célebre atentado de la organización de Bin Laden. La destrucción y derrumbe de la representación del poderío económico estadounidense se convirtió en un grandioso espectáculo en el cual la fantasía colectiva del Islam radical estaba cobrando vida: un puñado de musulmanes, hombres absolutamente puros, demostraron con su martirio que se podía derribar las torres erigidas por el “Gran Satán”.⁶

Al mismo tiempo, con los atentados perpetrados contra suelo estadounidense se inauguraba el mayor ciclo de violencia de la organización terrorista, la cual a pesar de ver mermadas sus posibilidades de llevar a cabo un nuevo ataque de grandes dimensiones, como consecuencia de la campaña internacional contra el terrorismo, continuó enfocando su afán destructivo a través de atentados contra objetivos de menor entidad a lo largo del mundo, con lo cual lograba ofrecer una imagen de fortaleza y resistencia a los golpes recibidos. Desde el 11 de septiembre de 2001 hasta finales de 2004, se han producido más ataques terroristas relacionados con Al Qaeda que en toda la década anterior. Su propaganda transmite la imagen de que la aniquilación completa de la red terrorista constituye un objetivo inalcanzable.

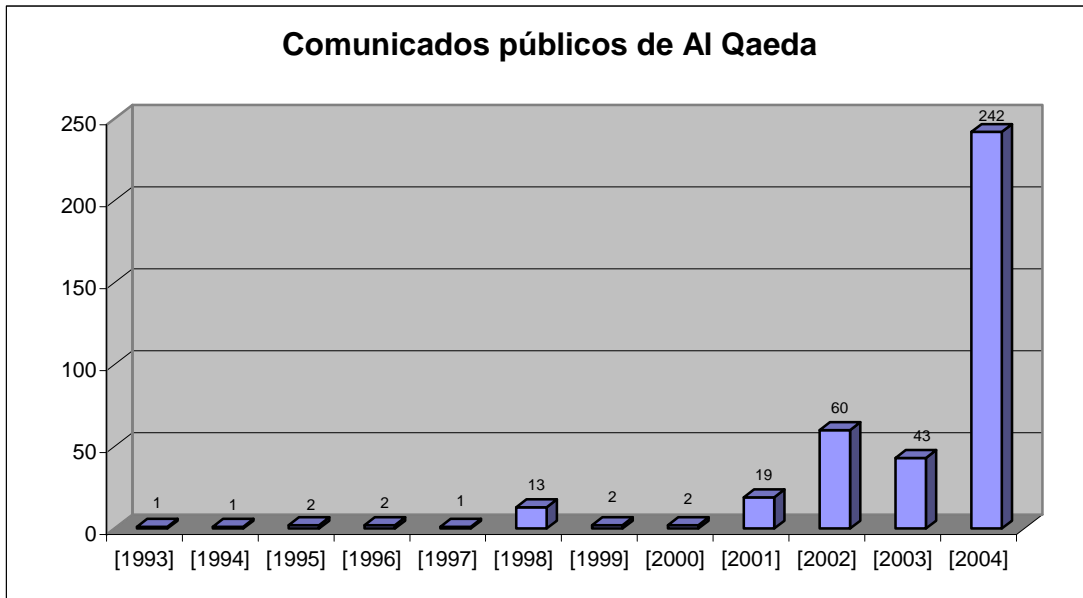
Por otra parte, además de demostrar su aterradora eficacia, los atentados –sobre todo suicidas– manifiestan la coherencia entre las palabras y las acciones. Los yihadistas “cumplen”,⁷ y en los casos en los que sacrifican para ello su vida, llevan al extremo su “compromiso” como creyentes y defensores del pueblo musulmán, ofreciendo al mundo un testimonio que multiplica la potencia de su discurso. Evidentemente, la percepción varía según las audiencias. Para aquellos que no comparten los principios de los yihadistas, se trata de acciones brutales y fanáticas que manchan el nombre del Islam. Pero para los que tienen algún tipo de sintonía con los argumentos de Al Qaeda, los atentados suicidas son actos de martirio que animan a ocupar el puesto del compañero caído; y el daño que causan a las víctimas es motivo de alegría y celebración. No debe extrañarnos semejante distorsión de las sensibilidades, ya que, como es bien sabido, los valores se adquieren a través del entorno y, si este se degrada, hasta las mayores aberraciones resultan admisibles. Se explica así que en algunos vídeos favorables a los islamistas radicales se recojan imágenes del drama humano que provocaron los atentados del Nueva York o fotografías de ataúdes con la bandera americana; no con el fin de denunciar la barbarie terrorista, sino como medio de publicitar los éxitos de los *muyahidin*. La imaginaria de

⁶ La retórica de Al Qaeda está plagada de referencias a Estados Unidos como el “Gran Satán”, alusión que no es originaria de la organización terrorista, siendo su principal propagador el ayatolá Jomeini, el cual situaba en este país la materialización del mal, el pecado, y la irreligiosidad en este mundo.

⁷ De las veinte naciones que Al Qaeda ha amenazado explícitamente, dieciocho han sido atacadas, lo que supone un 90 por ciento de correlación. ANONYMOUS. *Imperial Hubris. Why the West is losing the War on Terror*, Brassey’s Inc, Washington, 2004. (Pág. 169).

Al Qaeda está plagada de múltiples historias que se difundieron rápidamente por el mundo musulmán sobre conversiones en masa de occidentales al Islam tras los atentados del 11S.⁸ A pesar de ser exageraciones interesadas, guardan cierto correlato con la realidad, la organización terrorista ha sabido adueñarse de cierta curiosidad sociológica que los atentados despertaron hacia esta religión como seña inequívoca de que la violencia es la vía acertada para extender la verdadera fe a lo largo del mundo.

La evidente conexión y los enormes beneficios que para la finalidad comunicativa de Al Qaeda supuso su más letal atentado quedan claramente reflejados en el siguiente gráfico:



Fuente: Elaboración propia⁹ e Intelcenter (2004)¹⁰

Con posterioridad al 11 de septiembre se produce una autentica explosión de la actividad comunicacional y propagandística de Al Qaeda. Después de los atentados de Washington y Nueva York del 11 de septiembre, Al Qaeda es un enemigo mucho más reconocible y comunicativo. De los casi cuatrocientos textos y documentos de todo tipo emitidos desde 1993, sólo veinticuatro son anteriores a 2001. Este contraste entre el relativo mutismo de su etapa anterior y su incesante actividad propagandística tras el 2001, no debe ser interpretado como una consecuencia lógica de la fortaleza de la organización terrorista en cada momento. De hecho, la organización de Bin Laden comienza desde la retirada de los soviéticos en Afganistán un proceso de acumulación de fuerza, expansión de alianzas y adquisición de destrezas técnicas que alcanza su punto álgido precisamente en los meses anteriores al 11S, los cuales se corresponde a una etapa de muy baja actividad propagandística. Sin embargo, es con posterioridad a

⁸ BENJAMIN, DANIEL & SIMON, STEVEN. The age of Sacred Terror. Radical Islam's War Against America, Random House, New York, 2003. (Pág. 170).

⁹ En este recuento se ha incluido todo aquel material de carácter propagandístico (comunicados públicos, publicaciones, vídeos, etc.) que poseía cierta importancia en función de la entidad de sus autores, y que ha tenido como objeto su difusión al gran público a través de diversos canales: envío a medios de comunicación, páginas Web, difusión clandestina, etc.

¹⁰ VENZKE, BEN (2004): "Osama bin Laden Audio Release Analysis – v1.1", IntelCenter/Tempest Publishing, LLC, January 2004. <http://www.intelcenter.com/OBL-Audio-v1-1.pdf>

la comisión de su más célebre atentado cuando la organización terrorista se convierte en un verdadero centro de producción de comunicados, amenazas y llamamientos a la guerra santa, que alcanzan en el 2004, con motivo de la postguerra iraquí, su cifra record. Sin embargo, de forma paradójica todo este periodo se corresponde con el desencadenamiento de una incesante actividad internacional con la denominada "guerra al terrorismo" que daña seriamente a la organización terrorista hasta el punto de que al concluir la campaña contra los talibán en Afganistán, la mitad de los miembros con los que Al Qaeda contaba con anterioridad al 11S habían sido muertos o apresados, incluyendo importantes dirigentes del núcleo central de la organización.¹¹

Las explicaciones de esta paradoja son varias. Evidentemente, la organización de Bin Laden necesitaba de un ataque de una magnitud tal que consiguiese que sus comunicados ganasen el crédito necesario y fuesen capaces de ocupar el espacio mediático de manera incondicionada. La conmoción causada por este atentado permitió a Al Qaeda que cada una de sus grabaciones tanto de video como en audio fuesen la noticia más destacada en su día de aparición en los medios de comunicación de los más diversos países. La violencia se convirtió así en el mecanismo cualificador que permitió que cada una de las palabras emitidas por Osama Bin Laden o algunos de sus colaboradores (entre los que destaca su lugarteniente Ayman Al Zawahiri) fuesen escudriñadas hasta el más mínimo detalle. La sensación amorfa de miedo y ansiedad que logró propagar entre las poblaciones consideradas enemigas otorgó una credibilidad desproporcionada a cada una de las amenazas lanzadas por Al Qaeda. Hecho que contrastaba fuertemente con el resultado que semejantes comunicados hubiesen podido generar en un periodo anterior, los cuales no hubiesen pasado de ser consideradas mera excentricidades de un grupúsculo de fanáticos que no cesaban de hablar de la necesidad de defender el islam a través de la armas y de la inminente derrota de la primera potencia mundial gracias a la ayuda de Alá.

Igualmente, existen otra serie de explicaciones añadidas a esta inflexión en la actividad comunicacional de la organización terrorista. Hasta el 11 de septiembre de 2001, la propaganda de Al Qaeda era escasamente visible para los occidentales, pero no por ello inexistente. La oficina principal de información de la red terrorista se encontraba en Londres. La diferencia con respecto a la actualidad es que la propaganda se limitaba a predicar la yihad internacional y no pretendía el protagonismo de la organización, que utilizaba varios nombres, entre ellos el de "*Frente Mundial Islámico para la yihad contra los Cruzados y Judíos*". De hecho, Osama Bin Laden sólo utilizó públicamente el nombre de Al Qaeda después de los atentados de Washington y Nueva York. En los primeros años de su historia Al Qaeda negaba su existencia para no llamar la atención de las agencias de seguridad. Por esa razón tampoco se reivindicaban los atentados o, si se hacía, se utilizaba el nombre de grupos ficticios. Se sospechaba con fundamento que Bin Laden financiaba y entrenaba a terroristas, pero

¹¹ Si bien es cierto que evaluar el daño sufrido por la organización terrorista y su fortaleza actual es una cuestión repleta de dificultades, son numerosos los estudiosos que apuntan hacia la gravedad del castigo sufrido por Al Qaeda, destacando entre ellos el reputado experto Rohan Gunaratna. Según este profesor, actual responsable del área de investigación sobre terrorismo del Institute for Defence and Strategic Studies de Singapur: "Desde los ataques del 11 de septiembre el poderío de Al Qaeda se reduce desde aproximadamente 4.000 miembros a unos cuantos centenares, entre ellos el 80% de los miembros de su núcleo dirigente que son muertos o apresados en 103 países". GUNARATNA, ROHAN. "The Post-Madrid Face of Al Qaeda", *The Washington Quarterly*, Summer 2004 nº 27:3. (Pág. 93).

la historia de un millonario saudí que pretendía ganar una guerra por su propia cuenta resultaba inverosímil para muchos oídos. En el mundo del terrorismo sólo merecían atención las organizaciones consolidadas que respondían a parámetros tradicionales y los Estados que apoyaban a dichos grupos. Al Qaeda se encontraba protegida por una nebulosa informativa que subestimó su importancia y que dificultaba la cooperación internacional para combatirla.

El que la organización de Bin Laden haya decidido asumir explícitamente su papel dentro del terrorismo global ha llevado que su propaganda se haya vuelto más directa, que se ofrezcan más detalles sobre algunos atentados y se hable con mayor claridad de la guerra que está librando contra Estados Unidos. Un ejemplo de ello fue la entrevista que concedieron Ramzi Binalshibh y Khaled Sheikh Mohamed al periodista Yosri Fouda, de la cadena árabe Al-Yazira, sobre los detalles de la operación del 11 de septiembre, un año después de producirse.¹² En ella mostraron tarjetas de embarque de vuelos de la costa Este que habían sido realizados para preparar los atentados, software de simulación de vuelos comerciales, y recuerdos personales de Mohamed Atta (el responsable de la célula que ejecutó los atentados).

Esta nueva línea de comunicación adoptada por la organización terrorista ha llevado al hecho de que sea posible identificar dentro de Al Qaeda una empresa audiovisual denominada *Sahab Institute for Media Production*, la cual se ha encargado de elaborar hasta la fecha un considerable número de videos propagandísticos de notable profesionalidad donde se dan detalles de los atentados cometidos por la organización y se ensalzan a los “mártires” que llevaron a cabo estas acciones.¹³ El marketing de Al Qaeda tiene por objetivo crear una referencia para todos aquellos musulmanes que quieran unirse a la lucha contra los cruzados, judíos y apóstatas. Pretende conseguir más adeptos y descentralizar su terrorismo. Sin embargo, a pesar de esa mayor visibilidad, Al Qaeda sigue enredando las percepciones y no asume explícitamente la responsabilidad de todos sus atentados. No los reivindica sino que los justifica ideológicamente. El siguiente documento, publicado el 14 de octubre de 2002, es una buena muestra de ese juego. Después de referirse a las acciones terroristas contra un petrolero francés en Yemen, una base militar americana en Kuwait y una sala de fiestas en Bali que causó centenares de víctimas entre los turistas australianos, el autor declaraba:

*“¿Es Al Qaeda la que está detrás de esos hechos? O es quizás la nación [musulmana] en pie y con plena conciencia (...) No verifico, ni refuto quién está detrás de esos ataques. En cualquier caso, que los Estados Unidos se hundan en la oscuridad de la confusión (...) porque Al Qaeda ha triunfado sobre ellos enloqueciéndolos (...)”.*¹⁴

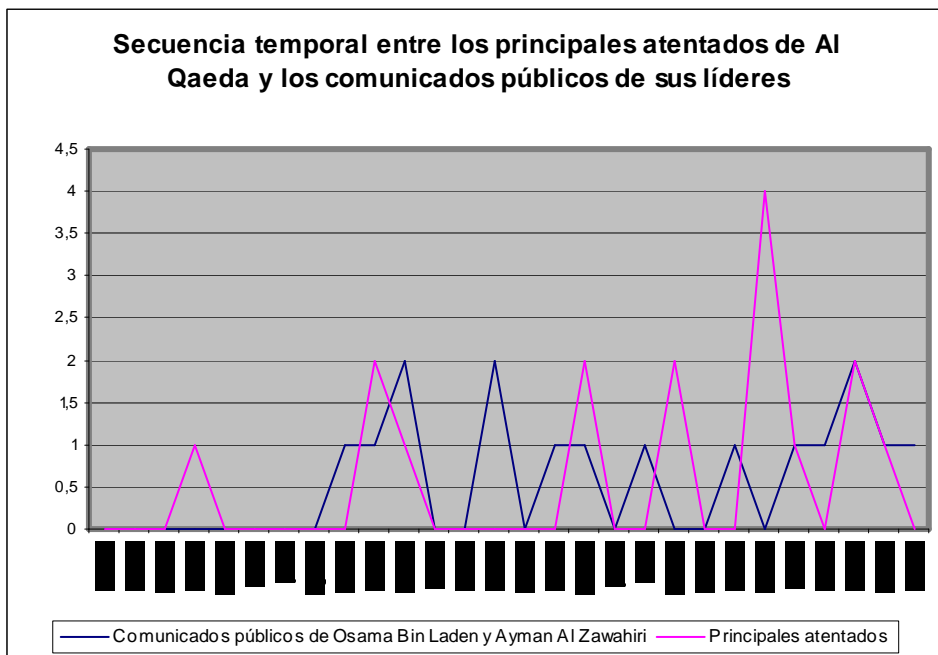
¹² El grado de implicación de Al Qaeda en la repercusión mediática de sus atentados, queda claramente reflejado en el hecho de que durante los primeros contactos para llevar a cabo esta entrevista (cuya realización fue una iniciativa de la propia Al Qaeda) los terroristas llegan incluso a remitir por fax al periodista árabe un esquema sobre la estructura, los contenidos y los participantes de un programa conmemorativo del primer aniversario de los atentados del 11S. Para más detalles véase: FOUUDA, YOSRI y FIELDING, NICK (2003): *Mastermind of Terror. The Truth Behind the Most Devastating Terrorism Attack the World Has Ever Seen*. Edinburgh: Mainstream Publishing.

¹³ Como ejemplo véase: <http://www.intelcenter.com/Badr-al-Riyadh-v1-0.pdf>

¹⁴ Véase: JORDÁN, JAVIER (2004): *Profetas del miedo*. Pamplona: Eunsa.

Dinámicas de la acción comunicativa de Al Qaeda

Es bien conocido que Bin Laden y Al Qaeda junto a los partidarios de una yihad global hacen uso de los medios como plataforma para transferir mensajes operacionales.¹⁵ Sin embargo, debemos destacar un poderoso recurso propagandístico, el cual ocupa un lugar clave dentro de la estrategia comunicativa de Al Qaeda. Hablamos del patrón mensaje-ataque que la organización terrorista ha tratado de establecer a raíz de los réditos informativos que los ataques del 11S le ha reportado, y que tiene como claro objetivo la población occidental. De esta forma es posible establecer una cierta causalidad entre las amenazas de un nuevo atentado terrorista (públicamente difundidas) y la comisión de un nuevo atentado, aunque también debe ser destacado que la magnitud del mismo no siempre ha coincidido con la rotundidad de la amenaza.



Fuente: Elaboración propia¹⁶

¹⁵ Al Qaeda ha hecho un amplio uso de símbolos y frases enmascarados dentro de sus mensajes propagandísticos con objeto de transmitir mensajes a sus miembros operativos. Así, por ejemplo, en una de sus páginas web, encontramos indicios tan sospechosos como el hecho de que junto a una fotografía de Bin Laden, aparecía el icono de un fusil de asalto AK-47 que cambiaba de dirección y color de un día a otro. Véase: THOMAS, TIMOTHY L. (2003): "Al Qaeda and the Internet: The Danger of "Cyberplanning"", Parameters, Spring 2003. (pag. 119).

¹⁶ En el periodo comprendido en esta serie temporal se ha tenido en cuenta únicamente los comunicados sobre los que existe cierto acuerdo sobre su veracidad y cuya procedencia se sitúa en Osama Bin Laden y su segundo: el doctor Ayman Al Zawahiri. La razón de esta selección se haya en la capacidad de estos dos líderes de Al Qaeda para concitar una elevada atención de todos los medios de comunicación occidentales, a diferencia de lo que sucede con otros destacados miembros de la organización terrorista. Igualmente se ha procedido a realizar una selección de los principales atentados llevados a cabo por Al Qaeda o sus grupos afines en función del número de víctimas causadas, el valor simbólico del objetivo, o la trascendencia política del atentado. Debe tenerse en cuenta, también, la espinosa cuestión de la autoría de algunos atentados llevados a cabo en territorio iraquí que determina que esta selección no sea definitiva.

Las razones a la que responde dicha dinámica son varias. Al Qaeda sigue la tradición establecida por el profeta Mahoma de pedir a sus enemigos que se conviertan al Islam antes de dominarlos, lo que contribuye a dotar de un plus de legitimidad religiosa y moral a sus atentados.¹⁷ Pero, ante todo, debemos tener en cuenta que creando la expectativa de un ataque terrorista con posterioridad (entre 1 y 43 días) a la emisión de un video o grabación sonora de Bin Laden o alguno de sus colaboradores, Al Qaeda ha creado un patrón de estímulo-respuesta. El público occidental está condicionado a creer que estos anuncios serán seguidos de otro ataque terrorista en el futuro. De esta forma la ciudadanía se convierte de forma involuntaria en un jugador activo de la estrategia del terrorismo, lo que permite que los terroristas pueden lograr los niveles de ansiedad de un ataque terrorista sin la necesidad de asumir los costos de llevar a cabo dicho ataque.

Sin embargo, no debemos perder de vista que la estrategia propagandística de Al Qaeda se alimenta, igualmente, de un elemento directamente vinculado a la estructura en red de la organización y a las posibilidades de una sociedad tecnológica basada en el flujo sin restricciones de la información. Nos referimos al hecho de que todo el entramado propagandístico y comunicacional de Al Qaeda no procede únicamente de personas integradas orgánicamente en lo que podríamos denominar el "núcleo" del grupo terrorista, sino que también procede de personas o grupos que careciendo de una vinculación efectiva con la organización actúan en conformidad con el mensaje y los fines propugnados por Al Qaeda. De esa forma acciones propagandísticas cuyo origen no responde a una decisión de la estructura dirigente de Al Qaeda, pueden suponer una enorme contribución al proyecto yihadista encabezado por la organización de Bin Laden. Un ejemplo palpable de esta paradoja se pudo detectar con posterioridad al atentado del 11 de marzo de 2004 en Madrid, cuando la inmediata confusión acerca de la autoría del atentado quedó fuertemente marcada por la acción de un grupo terrorista denominado "Las brigadas de Abu Hafs Al-Masri" que fueron capaces de zanjar el debate sobre los autoría del atentado en el momento en que remitieron un comunicado al periódico londinense en árabe *Al-Quds Al-Arabi* reivindicando en nombre de Al-Qaeda la masacre de Madrid. Aunque, efectivamente, el atentado resultó ser obra del movimiento yihadista internacional, lo cierto es que dicho grupo no sólo había carecido de participación en dicho crimen, sino que ya contaba con un amplísimo historial de reivindicaciones falsas, que hacía pensar a los responsables de los servicios de inteligencia norteamericanos que detrás de este grupo sólo existiese "un tipo con un PC y un fax".¹⁸ A pesar de que el tenor literal del comunicado era delirante, alejándose totalmente del estilo tradicionalmente seguido por los comunicados atribuidos con certeza a Al Qaeda, eso no impidió que la repercusión de dicho comunicado fuese desproporcionada.

Esta dinámica de autorías difusas y fecunda actividad propagandística encuentra su traducción más efectiva en el ciberespacio, donde todo un conglomerado de páginas web de inspiración yihadista llevan a cabo una incesante actividad de producción ideológica, siendo una labor de extremada complejidad delimitar qué mensajes proceden efectivamente de Al Qaeda y cuáles no. Incertidumbre que se extiende no

¹⁷ GUNARATNA, ROHAN (2003): *Al Qaeda. Viaje al interior del terrorismo islamista*. Barcelona: ServiDoc.

¹⁸ CARMON, YIGAL. (2004): "Evaluando la credibilidad de las amenazas de 'las Brigadas de Abu Hafs Al-Masri'", MEMRI (The Middle East Media Research Institute), Investigación y Análisis N.185.

sólo a los servicios de seguridad, sino a las propias webs yihadistas que en ocasiones no han dudado en lanzar dudas y acusaciones sobre la identidad y las intenciones de las responsables de algunas de las webs “hermanas”.¹⁹

Conclusiones

A través de lo expuesto en este artículo hemos tratado de demostrar la existencia y el carácter crucial de la propaganda y la acción comunicativa dentro de la estrategia de Al Qaeda. Los fundadores de la red terrorista ya se han anotado a su favor un innegable éxito político al lograr que grupos, hasta entonces dispersos, cooperen en la consecución de un objetivo común. El siguiente triunfo podría consistir en que Al Qaeda se convirtiera en sinónimo de lucha legítima contra la opresión de Occidente por parte del mundo musulmán. De esa manera podría originarse una especie de “intifada” global por parte de una minoría (en relación con la inmensa mayoría de musulmanes que rechazan la violencia en nombre del islam), pero que en términos absolutos puede significar miles de personas dispuestas a apoyar y practicar este tipo de violencia terrorista.

Como ya hemos señalado uno de los principios estratégicos de Al Qaeda consiste en crear un “terrorismo de franquicia”. El éxito en este objetivo depende en gran parte de los resultados de su acción comunicativa y propagandística. No es fácil aplicar medidas eficaces contra esa labor. Como hemos visto, se trata de una acción descentralizada que aprovecha un malestar (justificado en unos casos, y en otros, no tanto) extendido en amplios sectores del mundo islámico. Sin embargo, toda medida encaminada a erradicar el problema del terrorismo global deberá tener muy presente que el triunfo en esta lucha no vendrá dado sólo por acciones de fuerza contra los miembros de la organización, sino que será necesaria una estrategia global que integre la lucha contra la dimensión comunicacional del terrorismo islamista. La batalla contra el terrorismo en el siglo XXI, a la luz de las características propias de esta amenaza debe concebirse en gran parte como una auténtica guerra de las ideas, de cuyo resultado dependerá directamente nuestra libertad y seguridad.

¹⁹ También en el ámbito de la subcultura yihadista en Internet, tal y como señala el politólogo norteamericano Joseph Nye, la pugna por el poder y la credibilidad se traduce en una *“lucha competitiva por la credibilidad”*. Véase: NYE JR, JOSEPH S. (2003): La paradoja del poder norteamericano. Madrid: Taurus.