

Evaluación del impacto de la propaganda de Al Qaeda sobre la opinión pública musulmana

Assesment of the impact of Al Qaeda's propaganda on the muslim public opinion

MANUEL R. TORRES SORIANO
Universidad Pablo de Olavide de Sevilla

E-mail: mrtorsor@upo.es

Resumen: Este artículo analiza la eficacia de la acción propagandística del grupo terrorista Al Qaeda sobre su principal audiencia: los países de mayoría musulmana. Dicha actividad comunicativa pretende conseguir un mayor apoyo social a los fines últimos de esta organización. Para realizar esta evaluación, se recurre al análisis de los principales sondeos de opinión que hasta el momento han abordado esta cuestión. A pesar del incremento en la cantidad y calidad de la acción propagandística de este grupo, dicha estrategia ha resultado ineficaz, detectándose un continuo descenso del número de musulmanes que se sienten identificados con los fines y acciones de esta organización terrorista.

Abstract: This article analyzes the efficiency of the Al Qaeda's propaganda actions over his principal hearing: muslim countries. This process of communication tries to obtain a major social support to the main purposes of this organization. To realize this analysis, we use the principal polls about this topic. In spite of the increase in the quantity and quality of the Al Qaeda's propaganda actions, this strategy has turned out to be ineffective, there being detected a continuous decrease of the number of Muslims who feel identified with the ends and actions of this terrorist organization.

Palabras clave: Terrorismo, islam, yihad, opinión pública, comunicación política, propaganda.

Keywords: terrorism, Islam, jihad, public opinion, political communication, propaganda.

1. INTRODUCCIÓN

La oleada de violencia terrorista iniciada tras los atentados del 11 de septiembre de 2001 ha convertido al grupo terrorista Al Qaeda en un factor imprescindible para entender los derroteros del panorama político y social internacional. Su líder y fundador, Osama Bin Laden, concibió su organización como un ente cuya labor principal era la agitación propagandística. Dicha acción tendría como finalidad desencadenar en el mundo musulmán un

movimiento de masas capaz de lograr la islamización forzosa de las sociedades y los regímenes políticos de estos países. Aunque nuestras percepciones sobre este grupo están principalmente condicionadas por su capacidad para perpetrar espectaculares y cruentos atentados indiscriminados, lo cierto es que en su producción doctrinal e ideológica encontramos numerosas muestras de cómo sus líderes conciben la violencia terrorista como requisito imprescindible para lograr que su acción comunicativa resulte efectiva. En este sentido, las acciones terroristas emprendidas por Al Qaeda permiten lograr la atención mundial sobre el discurso yihadista, dotan a su mensaje de una aureola de prestigio y autoridad y, en última instancia, transmiten confianza a los musulmanes sobre sus propias capacidades y la debilidad del enemigo¹. Así, por ejemplo, el «portavoz oficioso» de Al Qaeda, Sulaiman Abu Ghait, describía así la misión de los miembros de este grupo: «son la vanguardia que se ha comprometido a encender la chispa de la confrontación entre nuestros enemigos y nosotros [...]; están trabajando como activadores»². Un destacado ideólogo de este movimiento llegaría a afirmar que «Al Qaeda no es una organización, no es un grupo, ni queremos que lo sea, es un llamamiento, un referente, una metodología»³.

Desde sus inicios, esta organización ha estado profundamente concienciada sobre el papel determinante que la comunicación debe desempeñar en el logro de sus objetivos. En una carta dirigida al líder espiritual de los talibanes en Afganistán, el Mulá Omar, Bin Laden reconocía que: «es obvio que en este siglo la guerra mediática es uno de los métodos más poderosos; de hecho, su aportación puede suponer el 90% del total de la preparación de

¹ *Yihad* es una palabra árabe que significa literalmente «esfuerzo», y en el contexto del Corán: «esfuerzo en beneficio de la religión». Si bien la yihad es un concepto compartido por todos los creyentes musulmanes, entenderemos por yihadismo aquella «lectura» que enfatiza la yihad armada, y por tanto violenta, como uno de los pilares fundamentales de esta religión y el principal criterio a través del cual un musulmán debe juzgar su fe.

² Grabación en audio del miembro de Al Qaeda Sulaiman Abu Ghait titulado: «Comunicado con motivo del sagrado Eid al-Fitr», difundido a través de la web *Jihad Online* el 7 de diciembre de 2002. Url: <http://www.jihadunspun.com/BinLadensNetwork/statements/agok.html>. [Consultado: 04/05/2009.]

³ Éstas eran algunas de sus declaraciones en el marco de unas «clases» a futuros terroristas que el sirio Mustafa Setmarijan (Abu Musab Al Suri) impartió en Kabul en el año 2000, las cuales fueron grabadas en vídeo y difundidas en círculos yihadistas. Véase: Brynjar Lya (2007). *Architect of Global Jihad. The Life of Al-Qaida Strategist Abu Mus'ab al-Suri*. London: Hurst.

las batallas» (Corman & Schiefelbein, 2006: 3). No obstante, la organización del saudí necesitará varios años hasta alcanzar unas destrezas comunicativas acordes a la importancia que Al Qaeda atribuía a este cometido.

El mensaje yihadista apunta de manera prioritaria hacia la población musulmana que vive en los países donde esta religión es mayoritaria. Este discurso pretende que sus fieles asuman que están siendo víctimas de una nueva «cruzada» liderada por los Estados Unidos, y cuyo principal objeto es erradicar el islam, ocupar sus tierras y someter a sus gentes. El yihadismo pretende provocar una «revolución islámica» asentando en las conciencias de los musulmanes la idea de que se hallan envueltos en una guerra de agresión, lo que les lleva a exigir una reacción defensiva, revestida de la legitimidad religiosa que otorga el concepto islámico de la yihad. Durante estos últimos años, tanto Al Qaeda como otras organizaciones terroristas vinculadas operacional o ideológicamente a este grupo, han incrementado la sofisticación y el alcance de sus aparatos propagandísticos buscando insistentemente incrementar sus niveles de apoyo social. Una realidad que nos lleva a plantearnos la siguiente pregunta: ¿Está siendo eficaz la acción propagandística de Al Qaeda? A pesar de ser una de las principales cuestiones de nuestros días, sigue siendo un interrogante que aún no ha sido resuelto de manera convincente. Como expondremos a continuación, existen numerosas dificultades para conocer de manera fidedigna la realidad de la opinión pública en los países de mayoría musulmana. De hecho, existe sólo un pequeño número de estudios que, a pesar de sus limitaciones, pueden ser utilizados para articular una posible respuesta.

Los ideólogos de Al Qaeda no han dudado en afirmar que la principal causa del distanciamiento de la sociedad musulmana hacia el mensaje yihadista es su ocultación y manipulación interesada por parte de los medios de comunicación «hostiles al islam». Según esto, existe una relación directa entre el grado de difusión «sin interferencias» de su mensaje, y el nivel de respaldo popular que recibe el movimiento yihadista. En este artículo, trataremos de demostrar lo erróneo de esta presunción terrorista. En los años transcurridos desde los atentados de 2001, y a pesar del incremento de la capacidad y alcance de la capacidad comunicativa de la organización terrorista Al Qaeda, este grupo no sólo no ha conseguido incrementar sus niveles de apoyo social, sino que está experimentando un progresivo descenso en sus niveles de respaldo dentro de los países de mayoría musulmana.

2. ORIGEN Y DESARROLLO DE LAS CAPACIDADES PROPAGANDÍSTICAS DE AL QAEDA

Las capacidades comunicativas de la organización terrorista Al Qaeda, al igual que las del resto de redes y grupos que orbitan a su alrededor, han experimentado un continuo crecimiento tanto en términos cuantitativos como cualitativos (Rogan, 2007; International Crisis Group, 2008; Kimmage, 2008). Sus miembros están convencidos de la capacidad innata de su mensaje para obrar un cambio en la mentalidad y en las actitudes de sus destinatarios. Según esto, la principal razón que explica que aún no se haya producido la «conversión» masiva de la población musulmana hacia los planteamientos del grupo se halla en una acción deliberada de los grandes medios de comunicación, los cuales se encuentran en manos de los «enemigos del islam», y por tanto tienen un claro interés en presentar una imagen distorsionada y perjudicial de los *muyahidín* (guerreros islámicos) y sus objetivos (Torres, 2008). A juicio del número dos de Al Qaeda, Ayman Al Zawahiri, ésta es la causa que explica por qué las masas no se identifican de manera unánime con los yihadistas: «Si añadimos el bloqueo mediático impuesto al mensaje del movimiento yihadista, al igual que la campaña de engaño montada por los medios gubernamentales, entenderemos el aumento de la brecha abierta entre el movimiento yihadista y la gente común»⁴. Sin embargo, los terroristas no son inmunes al enorme poder de los medios de comunicación, lo que les lleva a mantener una contradictoria dependencia hacia los mismos. De hecho, los yihadistas son plenamente conscientes de que se hallan librando una batalla cuyo escenario principal son los propios medios de comunicación⁵.

⁴ Libro de Ayman Al Zawahiri titulado: *Guerreros bajo el estandarte del Profeta*, publicado por capítulos por el periódico londinense en árabe *Al-Sharq al-Awsa*, desde el 12 de diciembre de 2001. Traducción al inglés disponible en: http://tawhed.110mb.com/books/Knights_Under_the_Prophet_Banner_english.pdf. [Consultado: 04/05/2009.]

⁵ Como reconoce el propio Ayman Al Zawahiri en una carta privada: «Estamos en una batalla, y más de la mitad de esta batalla está teniendo lugar en escenario de los medios. De ahí que estemos en una batalla mediática compitiendo por los corazones y las mentes de nuestra *umma*. Sin embargo, a pesar de lo lejos que puedan llegar nuestras capacidades, ellas nunca serán [iguales] a las capacidades del reino de Satán que está luchando contra nosotros». Carta de Ayman Al Zawahiri a Abu Musab Al Zarqawi, difundida por el ejército americano en octubre de 2005. Disponible en: <http://www.weeklystandard.com/Content/Public/Articles/000/000/006/203gpuul.asp>. [Consultado: 04/05/2009.]

Buena parte de la actitud de Al Qaeda hacia los medios viene explicada por algunas de las experiencias de la organización durante la segunda mitad de la década de los noventa, como, por ejemplo, el escaso impacto que causó la «Declaración de guerra contra Estados Unidos» difundida por Osama Bin Laden en 1996 (Bergen, 2001). Con dicho comunicado, el líder terrorista confiaba erigirse en el abanderado de la lucha islámica contra «cruzados y judíos»; sin embargo, dicho texto sólo causó algún revuelo en los ambientes radicales, y pasó prácticamente inadvertido en el país al cual se declaraba la guerra. Dispuesto a no cometer el mismo error, Bin Laden acometió durante dos años una campaña de publicidad en los medios de comunicación, concedió varias entrevistas a periodistas árabes y occidentales, antes de reiterar sus amenazas contra Occidente en 1998, esta vez bajo el «paraguas» del llamado «Frente Islámico Mundial para la Yihad contra Cruzados y Judíos». Esta «apertura informativa» originó un reforzamiento de dicha estrategia debido a sus beneficiosos efectos: aumento de las donaciones, nuevos reclutas, prestigio creciente, un mayor impacto psicológico de sus acciones, etc. (Wright, 2006).

En este sentido podemos trazar varias fases para describir la evolución de las acciones propagandísticas de Al Qaeda: en una primera fase, desde su aparición a finales de los ochenta en Afganistán, hasta finales de los noventa, la actividad propagandística sigue los patrones comunes a otras organizaciones terroristas. Se elaboran documentos escritos y audiovisuales donde se repiten las demandas del grupo, vídeos que recogen las actividades de entrenamiento, demostraciones de sus arsenales, imágenes de alguna acción armada, grabaciones de discursos de los líderes de la organización, etc. La mayor parte de esos materiales tenían como finalidad el consumo interno, incluyendo a las personas que integraban las redes de apoyo a la yihad, y aquellas otras que se movían dentro de los círculos de simpatizantes y potenciales reclutas. Los modestos canales de difusión con que contaban estos grupos, y la escasa atención que recibían sus comunicados por parte de los medios de comunicación, no permitían llegar más allá de los «anillos» más inmediatos. La percepción yihadista sobre su estrategia mediática estaba condicionada por la hegemonía de los medios de comunicación occidentales (y particularmente norteamericanos) en el panorama mediático mundial.

Una segunda fase se correspondería con la aparición de la cadena de televisión árabe *Al Jazeera* en 1996, y el protagonismo que empiezan a adquirir

los medios de comunicación regidos por musulmanes. Al Qaeda detecta un nuevo entorno, caracterizado por una mayor repercusión de su mensaje y por la existencia de determinados canales dispuestos a interpretar la realidad desde una perspectiva mucho más cercana a la ideología yihadista. El grupo terrorista manifiesta una clara preferencia por la cadena qatarí debido a su enorme influencia en el mundo musulmán, objetivo principal de la estrategia de comunicación de Al Qaeda.

Después de los atentados del 11-S, Osama Bin Laden y Al Qaeda se convirtieron en objeto de interés mundial. Cualquier declaración de sus líderes tenía asegurado un destacado lugar en la portada de los principales periódicos y los noticiarios de mayor audiencia (Norris; Montague & Just, 2003). El interés mediático de Al Qaeda permitió que cualquier individuo que proclamase actuar en nombre del grupo terrorista recibiese su correspondiente cuota de atención. El grupo de Bin Laden procuró rentabilizar esta situación de privilegio informativo, puesto que cada mensaje le garantizaba una cobertura mediática similar a la de un atentado. Al mismo tiempo procuró dosificar sus mensajes con el fin de no saturar a los medios, ni a las audiencias; pero con la suficiente presencia como para dejar claro que la organización permanecía intacta a pesar de los golpes que Estados Unidos proclamaba haber infligido a su principal enemigo. La repentina notoriedad de Al Qaeda, permitió a la organización terrorista dirigirse de manera efectiva a millones de musulmanes. Hasta ese momento, el movimiento yihadista veía limitados sus canales de distribución a unas redes semiclandestinas, que desde el 11-S se encontraron con crecientes dificultades para mantener su visibilidad entre las comunidades islámicas asentadas en Occidente y buena parte del mundo musulmán. La principal vía utilizada para comunicarse con grandes audiencias consistió en el envío de material propagandístico a importantes cadenas de comunicación.

Una última etapa se corresponde con la invasión norteamericana de Irak en 2003, momento que coincide también con la eclosión de Internet como instrumento predilecto de los yihadistas para llevar a cabo su acción persuasiva. Para Al Qaeda, Internet no es sólo un instrumento para acceder a los medios de manera más segura e inmediata, sino que supone un nuevo punto de inflexión en su estrategia de comunicación, ya que la red devalúa la importancia de los medios de comunicación tradicionales. El ciberespacio permite por primera vez en la historia establecer una comunicación directa y

sin intermediarios entre el terrorista y su «público». Los terroristas controlan su mensaje, dicen en todo momento aquello que quieren decir y cuando quieren decirlo.

En esta última fase, el protagonismo operativo ha ido desplazándose hacia otros grupos del llamado Movimiento Yihadista Global⁶, en especial en el marco del conflicto de Irak, lo cual ha descentralizado aún más la producción de la propaganda. Los «productos» elaborados por «Al Qaeda organización» se han convertido en una ínfima parte del conjunto de textos, vídeos y grabaciones sonoras difundidas durante este periodo (véase figura 1). Así, por ejemplo, de los 2.450 comunicados propagandísticos que el Movimiento Yihadista difundió en 2005 (Torres; Jordán, Horsburgh, 2006: 404), sólo diecinueve habían sido elaborados directamente por la organización de Bin Laden (véase figura 2). Sin embargo, esto no ha supuesto su marginación dentro de este conglomerado terrorista, sino que ha continuado gozando de altísimas dosis de autoridad y prestigio, ejerciendo de hecho una clara labor de liderazgo ideológico y estratégico entre el resto de redes terroristas de naturaleza yihadista. De ese modo, la contribución del resto de grupos del Movimiento Yihadista Global se ha convertido en un multiplicador del alcance de la propaganda «alqaediana». Muchos de esos contenidos se dedican a replicar, desarrollar y alabar las directrices provenientes del grupo de Bin Laden, a lo que se suma una continua reinterpretación de la realidad a la luz de los principios yihadistas. Así, por ejemplo, sólo en el mes de marzo de 2007, el número de comunicados difundidos únicamente por los once principales grupos yihadistas iraquíes ascendía a la apabullante cifra de 966 mensajes (Kimmage & Kathleen, 2007: 8), lo que dota al mensaje de Al Qaeda de una potencialidad que va más allá de las capacidades propagandísticas de la organización matriz.

⁶ Denominación utilizada por el Departamento de Estado norteamericano para aludir a aquellos grupos, redes e individuos que cumplen este triple criterio: a) Justifican su lucha armada en clave islámica apelando a la tradición musulmana de la yihad armada. b) Su grupo de referencia es la comunidad global de creyentes (*umma*). El adversario es tanto el enemigo de lejos (Estados Unidos, sus aliados y otros gobiernos no islámicos, como por ejemplo Rusia) como el enemigo de cerca (los gobiernos de países de mayoría musulmana que no comparten la ideología de los yihadistas o que cooperan con Occidente). c) Estos grupos deben manifestar una vinculación explícita o implícita con los principios ideológicos y la estrategia general de la organización terrorista Al Qaeda. Véase: U. S. State Department, Counterterrorism Office. *Country Reports on Terrorism: 2004*. Disponible en <http://www.state.gov/s/ct/rls/c14818.htm>. [Consultado: 12/2006.]

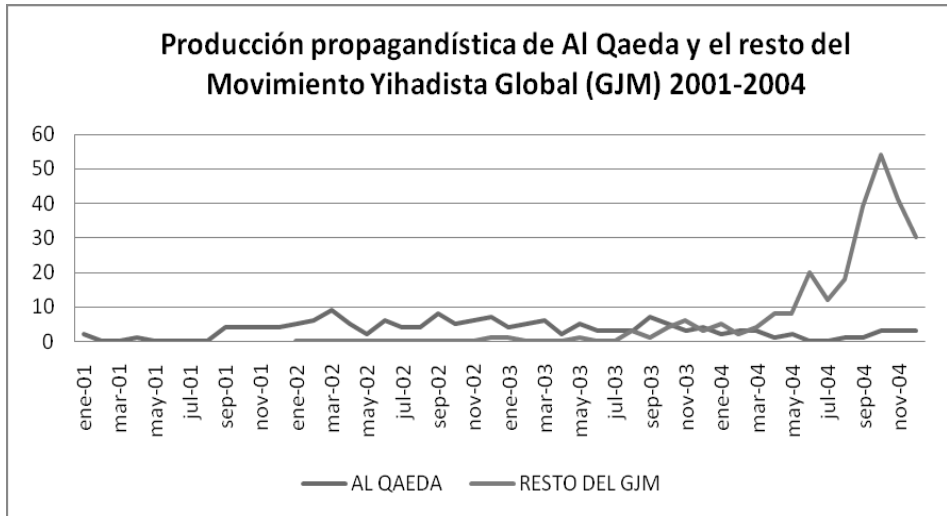


Fig. 1: Fuente: Torres, 2007: 229.

Obviando el paréntesis de debilidad estructural que sufrió Al Qaeda como consecuencia de la persecución desencadenada tras el 11-S, la cual también originó un descenso de su actividad comunicativa, el hecho es que el grupo de Bin Laden ha incrementado y mejorado continuamente esta vertiente de su acción terrorista. De hecho, no ha dudado en rentabilizar las potencialidades de la sociedad de la información, plasmando en su acción comunicativa todas aquellas herramientas tecnológicas que permiten incrementar la frecuencia con la que el grupo puede dirigirse a su «público», mejorar la edición, apariencia gráfica y sonora y, en definitiva, la puesta en escena, de sus producciones audiovisuales y escritas (Kohlmann, 2006). Un recurso que permite al grupo llegar incluso a aquellas masas de la población que se encuentran más alejadas de este nuevo entorno tecnológico, ya que la red permite descargar con rapidez, seguridad y anonimato una serie de materiales que pueden ser duplicados indefinidamente y, por tanto, distribuidos manualmente entre aquellos musulmanes sin capacidad para acceder a la «red de redes». En este sentido, Internet se ha convertido en un fiel aliado de la estrategia comunicativa de Al Qaeda (Weimann, 2006), librando a la organización de su dependencia con respecto a los medios de comunicación tradicionales. El mensaje «alqaediano» puede llegar a sus destinatarios en el momento deseado por sus autores y, lo que es más importante, en toda su

integridad, desapareciendo de ese modo la necesaria intermediación de los medios de masas.

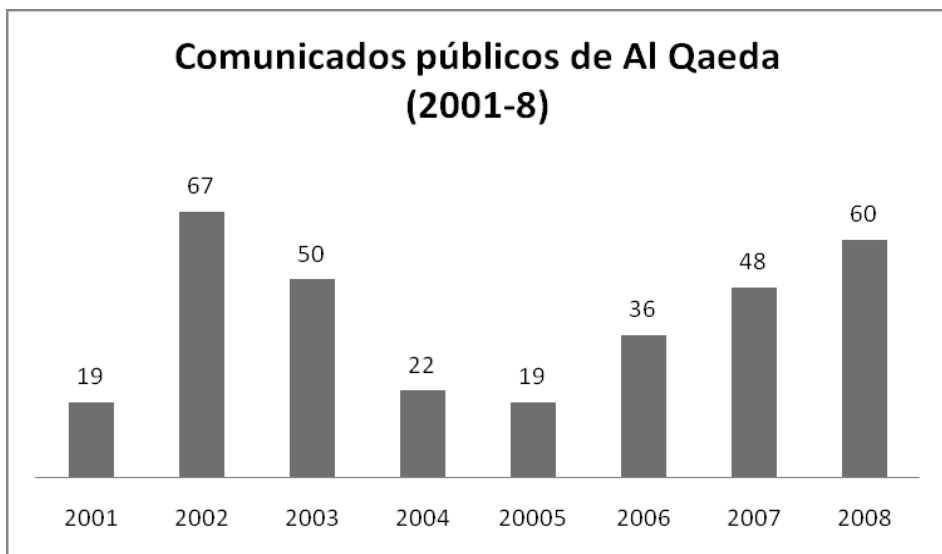


Fig. 2: Fuentes: Torres, 2007; Intelcenter, 2008, 2009⁷.

Si tomamos como cierta la premisa yihadista acerca de que el principal motivo de distanciamiento de la sociedad musulmana con respecto a los *mu-yahidín* es la acción distorsionadora de los medios de comunicación, deberíamos encontrar unos mayores niveles de apoyo social al terrorismo yihadista entre la opinión pública musulmana, al menos desde 2004, fecha en la que el grupo tiene una capacidad efectiva de contactar con su público destinatario al volcar en Internet casi la totalidad de su acción propagandística.

3. LOS PROBLEMAS DE SONDEAR LA «CALLE ÁRABE»

Los atentados de Washington y Nueva York desencadenaron una auténtica ansiedad en Occidente por conocer hasta qué punto las acciones criminales

⁷ Intelcenter. «Al-Qaeda Timeline v7.1». *Tempest Publishing*, 24 February 2009. Disponible en: <http://www.intelcenter.com/qaeda-timeline-v7-1.pdf>. [Consultado: 05/05/2009.]

de Al Qaeda eran fruto de un pequeño grupo de fanáticos o, por el contrario, eran sólo la punta de lanza de un amplio movimiento social de rencor y hostilidad en el seno de las sociedades musulmanas. Debido a que hasta el momento, tanto en Europa como en Estados Unidos, el término Al Qaeda sólo era conocido por un puñado de especialistas y miembros de las agencias de seguridad e inteligencia, no existía hasta el momento ningún tipo de estudio demoscópico que tuviese como objeto averiguar el grado de adhesión de los musulmanes hacia el ideario de Osama Bin Laden. Sin embargo, plantear dicha cuestión antes del 11 de septiembre de 2001 tampoco hubiese tenido mayor sentido. Tanto las siglas Al Qaeda, como las actividades de su líder, eran unas completas desconocidas para la gran mayoría de los musulmanes, hasta que la magnitud de los atentados contra Estados Unidos originó que la atención mundial se volcase hacia el grupo terrorista y su mensaje. Hasta ese momento, y a pesar de sus grandilocuentes (y por otra parte desapercibidos) llamamientos a la yihad contra «cruzados y judíos», Bin Laden se había visto obligado por sus anfitriones afganos, los talibanes, a mantener un perfil bajo, y en numerosas ocasiones había tenido que negar explícitamente su implicación en varios atentados terroristas de la década de los noventa (Bergen, 2006). En este sentido, cualquier sondeo previo al 11-S hubiese arrojado unos porcentajes masivos de desconocimiento hacia Al Qaeda y sus objetivos. Sin embargo, tal y como reconoció el propio Osama Bin Laden, los atentados de Washington y Nueva York habían transmitido un mensaje que fue «comprendido por árabes y no árabes, incluso por los chinos»⁸.

Tras los atentados contra las Torres Gemelas y el Pentágono se sucedieron diferentes iniciativas para conocer el estado de la «calle árabe». Buena parte de ellas procedieron de varios de medios de comunicación estadounidenses, los cuales encargaron un pequeño número de estudios de opinión, escasamente útiles por su premura y dudoso planteamiento metodológico. Por otro lado, los diferentes sondeos no se han llevado a cabo de manera sistemática en el tiempo, ni se han planteado las mismas cuestiones, de modo que no resulta posible su aprovechamiento para trazar una evolución

⁸ Transcripción de un vídeo «privado» de Osama Bin Laden hallado en Afganistán el 13 de diciembre de 2001 por las tropas americanas. En esta cinta, el líder terrorista charla animadamente sobre los recientes atentados en Estados Unidos con un pequeño grupo de huéspedes. Disponible en www.defenselink.mil/news/Dec2001/d20011213ubl.pdf. [Consultado: 02/2008.]

temporal. De hecho, sondear con fiabilidad el mundo musulmán ha sido un auténtico reto investigador. Resulta obvio que cualquier estudio de opinión que aspire a tener algún tipo de validez requiere de unas mínimas dosis de libertad personal entre los encuestados, al igual que de una clara ausencia de coacciones por parte de los posibles interesados, especialmente cuando algunas de las cuestiones que se plantean son especialmente «sensibles», un requisito difícilmente alcanzable en el conjunto de los países de mayoría musulmana, un ámbito poblacional que arroja uno de los peores balances internacionales para la libertad individual⁹.

El conjunto de presiones que pueden desvirtuar los resultados de estas investigaciones son múltiples, complejas y muy difíciles de sistematizar. Por un lado, hallamos las tradicionales interferencias por parte del poder político. Los encuestados deben expresarse frente a la siempre amenazante sombra de unos autoritarismos políticos, dispuestos a interferir en las respuestas de su población, con objeto de presentar al mundo una determinada representación de su realidad social. Sin embargo, la dirección de dichas injerencias no siempre resulta fácil de identificar. El 11-S supuso el inicio de una reconfiguración de las alianzas internacionales. Ante la magnitud del ataque sufrido, el Gobierno estadounidense estableció una línea divisoria entre los que se sumaban sin condiciones a la nueva «Guerra contra el Terror», o aquellos que serían considerados cómplices de los terroristas. Según esto, es lógico pensar que aquellos regímenes políticos del mundo arábigo-musulmán que pasaron a convertirse en aliados preferentes de esta coalición, como Pakistán, Jordania, Marruecos, etc., podrían estar interesados en presentar al mundo una representación «idílica» de sus respectivas sociedades, relativizando la importancia del sector más radicalizado de su población. De ese modo lograrían asentar la imagen de un socio leal y eficaz en la persecución del fanatismo terrorista.

Sin embargo, la conducta de este conjunto de actores internacionales es mucho más compleja. Sólo la conmoción y la alarma generada por el 11-S

⁹ Así, por ejemplo, según el informe de 2008 de la ONG *Freedom House* sobre libertad en el mundo, el 61% de los países de Oriente Medio podían catalogarse como «no libres», y el 33% como «parcialmente libres». La excepción que escapa a estas categorías era Israel, el único país de mayoría no musulmana. Véase: Arch Puddington (2008). «Freedom in retreat: is the tide turning? Findings of *Freedom in the World 2008*». Disponible en: <http://www.freedomhouse.org/uploads/fiw08launch/FIW08Overview.pdf>. [Consultado: 15/02/2008.]

pueden explicar cómo los que con anterioridad a esta fecha eran contemplados como un conjunto de corruptos acusados de despotismo político, pasaron a convertirse en socios estratégicos en la lucha contra el terrorismo global. El Gobierno estadounidense ha tenido que apuntalar estas relaciones de interés con una cuantiosa transferencia de recursos económicos y militares, que justifiquen la arriesgada apuesta que han hecho sus gobernantes a favor de un país no islámico, que poco tiempo antes había sido abiertamente acusado desde el poder de ser el origen de buena parte de los males que sufren sus respectivas naciones. Esto ha originado una tremenda paradoja. Por un lado, algunos de estos gobiernos son tremendamente débiles y difícilmente capaces de actuar abiertamente contra movimientos sociales que (como los islamistas más radicales) gozan de una amplia implantación popular (Byman, 2005). En este sentido, estos dirigentes pueden tratar de compensar su arriesgada apuesta tolerando, e incluso propiciando desde el poder, el islamismo más radical, para de esa forma no poner en riesgo la supervivencia de sus respectivos regímenes. Sin embargo, existe también un incentivo para ofrecer al mundo una imagen más «alarmante» que la propia realidad. A medida que Estados Unidos perciba que una determinada élite política es la única opción disponible dentro de un océano de radicalismo, y que su caída supondrá una pérdida irreversible dentro de esta alianza de países musulmanes «contra el terror» (como ha sucedido con Pervez Musharraf en Pakistán), es más probable que el Gobierno de Washington aumente la cuantía de su nivel de apoyo, para compensar el «inquietante» aislamiento social de un gobernante aliado (Friedman, 2004).

Pero no sólo existe el riesgo de que los «aliados» estén «inflando» o trivializando el nivel de radicalismo de sus sociedades. Si nos centramos en los regímenes islámicos que se declaran abiertamente hostiles, o con sentimientos ambivalentes hacia los Estados Unidos y sus aliados occidentales, existe otro conjunto de motivaciones para que todos estos gobiernos traten de «contaminar» los resultados de cualquier estudio de opinión que se realice en su territorio. En este sentido, regímenes como el iraní han prohibido directamente la realización de este tipo de estudios, buscando así que la representación que de su realidad social llega al resto del mundo sea aquella que la propia élite gobernante ha orquestado según su interés circunstancial. En otros países, a pesar de la agresiva retórica oficial de sus gobiernos, puede existir la tentación de «rebajar» el nivel de apoyo social al terrorismo yihadista.

dista, para de ese modo evitar significarse excesivamente contra los Estados Unidos, lo que terminaría reforzando la postura de aquellos grupos políticos y sociales que dentro de América fomentan una respuesta militar contra estos países musulmanes.

Por otro lado, la sinceridad de las respuestas de los musulmanes no sólo está condicionada por el clásico recelo a que las encuestas telefónicas estén siendo monitorizadas por el poder o que, tras un anónimo encuestador que golpea la puerta del domicilio, se encuentre un agente de policía que puede utilizar una respuesta de adhesión al proyecto de Al Qaeda como una prueba irrefutable de connivencias con grupos terroristas. El distorsionador más importante de la sinceridad en la respuesta es la presión ejercida por las propias redes islamistas ubicadas en estas sociedades. Una amplia presencia de las mismas en determinados núcleos de población, en ocasiones, se traduce en una violenta coacción hacia el resto de habitantes, hasta conseguir la uniformidad de las conductas y las opiniones hacia el islamismo más radical (Rabasa, 2004). Se trata de barrios, poblados y aldeas sometidos a unas tremendas tasas de desempleo, con una continua y omnipresente interacción entre una población que dedica gran parte de su tiempo a deambular por calles, mezquitas y lugares públicos, escenarios donde tiene lugar gran parte de la propia existencia. En definitiva, un entorno poco proclive al anonimato, donde la presencia del encuestador se convierte en todo un «acontecimiento» social, y donde la posibilidad de responder confidencialmente a un cuestionario se reduce a su mínimo común denominador. De ese modo, la presencia de estas redes sociales puede terminar originando, en algunas zonas sometidas a estudio, una aparente homogeneidad de pareceres que termine contaminando definitivamente cualquier elemento de la muestra que caiga bajo sus dominios.

No obstante, existen una serie de sondeos de opinión (cuyos resultados expondremos a continuación) que, a pesar de estar sometidos a estas mismas limitaciones estructurales, poseen la virtud de aportar un conocimiento aproximativo a una realidad cuyo conocimiento resulta crucial. El diseño de dichas investigaciones y su realización ha seguido un planteamiento metodológico ortodoxo; por tanto, sus resultados tienen utilidad y un considerable grado de validez a la hora de conocer el posicionamiento de las sociedades musulmanas.

4. PUNTO DE PARTIDA Y EVOLUCIÓN DEL APOYO SOCIAL AL TERRORISMO YIHADISTA

Posiblemente, el verdadero punto de partida para conocer con cierta fiabilidad cuál es el sentir de la opinión pública musulmana sobre el grupo terrorista Al Qaeda es la serie de sondeos de opinión realizados por el centro de estudios sociológicos *Pew Research Center*. Dicha institución llevó a cabo con posterioridad a los atentados del 11-S una serie de investigaciones monográficas sobre el mundo musulmán dentro de su proyecto *Pew Global Attitudes Project*, cuyo objeto es poseer una perspectiva global sobre cuál es la opinión de los diferentes países del mundo acerca de una misma serie de cuestiones sobre política, sociedad y economía. El primero de estos informes¹⁰, basándose en trabajo de campo realizado durante los últimos meses de 2002, mostró resultados verdaderamente alarmantes, existiendo países musulmanes donde el grado de «confianza» hacia el terrorista Osama Bin Laden superaba más de la mitad de la población (véase figura 3). De hecho, ésta era una de sus preguntas más significativas: qué «confianza» tenía el encuestado acerca de que el líder de Al Qaeda «haga lo correcto» en la conducción de los asuntos mundiales. El estudio mostraba cómo en la Autoridad Nacional Palestina el porcentaje de población que manifestaba tener «mucha» a «alguna» confianza en el líder de Al Qaeda era de un 71%; en Indonesia, de un 58%; en Jordania, de un 55%; en Marruecos, de un 49%; incluso en países supuestamente occidentales, como Turquía, llegaba hasta un más que considerable 15%. Esa misma cuestión era formulada utilizando el nombre de algunos líderes mundiales, como por ejemplo el presidente estadounidense George W. Bush, cuyo nivel de confianza contrastaba fuertemente con respecto a la cosechada por el líder terrorista en esos mismos países, hasta el punto de llegar al ridículo extremo de un 1% confianza en la «aliada» Jordania.

¹⁰ Pew Global Attitudes Project (2003, marzo, 6). *Views of a Changing World 2003. War With Iraq Further Divides Global Publics*. Disponible en: <http://pewglobal.org/reports/pdf/185topline.pdf>. [Consultado: 02/2008.]

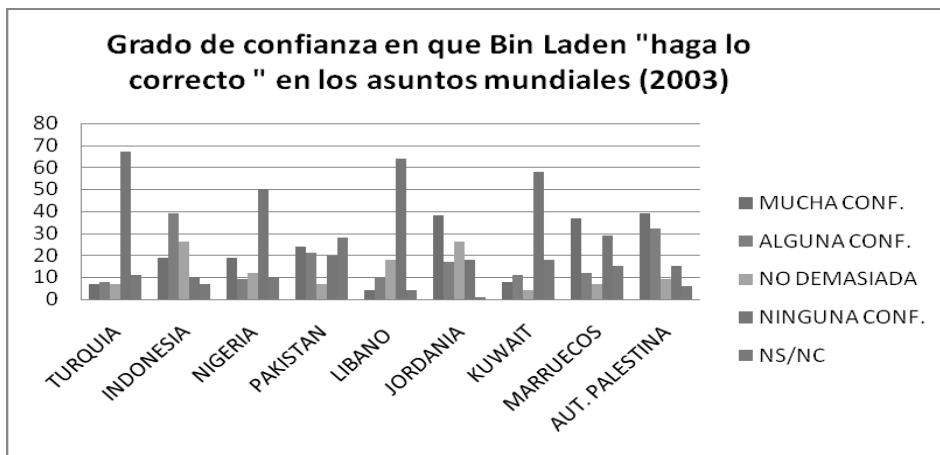


Fig. 3: Fuente: Pew, 2003.

A raíz del conocimiento de este informe, la prensa no dudó en sentenciar que los Estados Unidos estaban perdiendo frente a Bin Laden la guerra por el corazón y la mente de millones de musulmanes (Dobbs, 2003). Por otro lado, basándose en esta primera radiografía sobre el «sentir» de la calle árabe, el antiguo coordinador antiterrorista de la Casa Blanca, Richard Clarke, encabezó un estudio (Clarke, 2004: 33) que fijaba el volumen de los diferentes «anillos» poblacionales que rodeaban a los terroristas yihadistas. Según este trabajo, el círculo interior estaría compuesto por entre cuatrocientos y dos mil integrantes de la organización terrorista Al Qaeda. El segundo círculo concéntrico estaría formado por otros grupos terroristas que integran el llamado Movimiento Yihadista Global, cuyo volumen oscilaría entre las cincuenta y doscientas mil personas. El tercer anillo estaría formado por los «simpatizantes» del yihadismo, aquellos que, sin participar activamente, apoyan y comparten los objetivos de estos grupos, y que estaría compuesto por la descomunal cantidad de entre doscientos y quinientos millones de personas. El último anillo sería el de toda la población islámica, con un volumen de mil quinientos millones de musulmanes.

Un análisis más detallado de este estudio permitía comprobar cómo existían diferencias muy notables en función del país analizado, y cómo aludir a la expresión «la calle árabe» poseía un escaso valor analítico, debido a las enormes disparidades de opinión en función del país musulmán analizado. Por otro lado, un análisis del perfil individual de los encuestados que expre-

saban abiertamente su apoyo al líder terrorista nos permitía obtener una serie de interesantes conclusiones (Fair & Shepherd, 2006):

- Los musulmanes de más edad eran menos proclives a apoyar el terrorismo que los más jóvenes.
- Aquellas personas que pensaban que las autoridades religiosas debían desempeñar un mayor papel en los asuntos políticos eran más proclives a apoyar el terrorismo.
- Aquellos individuos que poseían tecnologías como el teléfono o un ordenador mostraban una mayor predisposición a apoyar el terrorismo.

Estas características arrojarían un perfil medio del simpatizante del terrorismo muy semejante al perfil que se repite una y otra vez dentro de los nuevos militantes de las organizaciones yihadistas: joven y con acceso a las nuevas tecnologías de la información¹¹. ¿Significa eso que la propaganda terrorista estaba cumpliendo su objetivo? Difícilmente se puede responder a esta pregunta ateniéndonos únicamente a este sondeo de opinión. A pesar de que el estudio de 2003 del *Pew Research Center* era, y hasta la fecha es, el que mayor número de países musulmanes ha sondeado, y a pesar de que las muestras elegidas son estadísticamente significativas, lo cierto es que adolece de una serie de defectos que hacen necesario tomar con cierta reserva sus datos.

En primer lugar, esta institución norteamericana encargó a empresas locales la aplicación del cuestionario, una práctica habitual cuando se pretende llevar a cabo investigaciones sociales de ámbito internacional, pero que en el caso específico del objeto de este estudio resulta enormemente problemático

¹¹ Aunque es necesario aclarar que no existe un perfil socio-biográfico único del terrorista yihadista, ya que se trata de un grupo humano tremendamente heterogéneo y en ocasiones contradictorio, sí es cierto que se pueden extraer una serie de características que se repiten con numerosa frecuencia, tal y como indicó el psicólogo norteamericano Marc Sageman a través de un extenso estudio que analizaba los perfiles biográficos de los yihadistas detenidos en los últimos años. Véase Marc Sageman (2004). *Understanding Terror Networks*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press. Un análisis de este perfil en el ámbito español puede encontrarse en: Javier Jordán, Fernando M. Mañas y Humberto Trujillo (2006). «Perfil sociocomportamental y estructura organizativa de la militancia yihadista en España. Análisis de las redes de Abu Dahdah y del 11-M», *Inteligencia y seguridad: Revista de análisis y prospectiva*, 1, pp. 79-112.

debido a varios motivos. Por un lado, exige la previa existencia en estos países de empresas demoscópicas independientes y con una mínima solvencia y profesionalidad que avale su actuación. Esto es algo realmente problemático en algunas sociedades musulmanas con un escaso mercado que haga viable este tipo de compañías, o allí donde la injerencia gubernamental entorpece la actuación de un tipo de organizaciones cuya existencia en ocasiones contradice los propios principios y las prácticas en las cuales se basan algunos de estos regímenes políticos. Por otro lado, si bien el carácter autóctono de los encuestadores puede facilitar la comunicación y el establecimiento de lazos de confianza con el encuestado, no es menos cierto que les resta independencia en la realización de su trabajo, puesto que les convierte en especialmente vulnerables a todo el conjunto de amenazas, coacciones e interferencias de los más variados orígenes. Igualmente, este estudio específico adolece de un considerable error en su diseño, algo que fue subsanado en ediciones posteriores. Nos referimos a la utilización, junto a las encuestas «cara a cara» en la mayoría de los países estudiados, de entrevistas telefónicas (como en el caso de Kuwait), una acción que sesga la muestra hacia aquel sector minoritario y ciertamente privilegiado de una sociedad musulmana que tiene una conexión de telefonía fija. Una circunstancia que no sólo deja fuera del ámbito de estudio a una mayoría social, sino que dificulta aún más la posibilidad de una respuesta sincera, teniendo en cuenta el omnipresente control político de las comunicaciones.

Sin embargo, existe otra circunstancia añadida en el diseño de la investigación que nos debe mover hacia la cautela a la hora de interpretar los datos: la selección de la muestra únicamente en entornos urbanos. Una acción que vuelve a dejar en la oscuridad a un importantísimo sector de la población de los países estudiados, algo especialmente grave teniendo en cuenta la enorme brecha socioeconómica y cultural existente en estas sociedades entre entornos rurales y urbanos. Si bien resulta una osadía tratar de predecir en qué sentido ha afectado esa ausencia a los resultados del estudio, no resulta tan descabellado pensar que los resultados de las ciudades difícilmente se pueden extrapolar sin más al resto de la compleja y diversa geografía humana de estos países. Esta circunstancia ha estado presente en el resto de estudios que se han realizado con posterioridad, y sólo ha sido corregida parcialmente en algunos de los países estudiados, donde la muestra ha experimentado algún tipo de reparto entre población según su origen rural o urbano.

Este primer estudio de 2003 constituye un imperfecto, aunque ciertamente revelador, punto de partida para entender el grado de apoyo al terrorismo yihadista en el mundo musulmán. Sin embargo, por sí mismo resulta insuficiente si lo que queremos es comprender los efectos reales de la acción persuasiva de Al Qaeda. Para poder alcanzar una conclusión al respecto, es necesario llevar a cabo un análisis de la evolución temporal del apoyo social a Al Qaeda. Afortunadamente, este centro repitió esta misma experiencia a lo largo de dos nuevos estudios en los años 2004 y 2005¹². Sin embargo, la comparación entre estos tres trabajos no es una actividad exenta de dificultades, ya que los dos últimos estudios presentan una serie de modificaciones con respecto a sus predecesores. Así, por ejemplo, si en el sondeo de opinión de alcance global de 2003 se incluían nueve países de mayoría musulmana, en los estudios posteriores sólo se analizaron cuatro y seis países, respectivamente. Por otro lado, los países elegidos no siempre fueron los mismos, lo que imposibilita observar la serie temporal completa en todos ellos, existiendo algunas de estas sociedades donde sólo se conoce el nivel de apoyo social a Al Qaeda en un único año, de ahí que no resulte posible conocer si dicho respaldo ha aumentado, disminuido o ha permanecido estático con el paso del tiempo.

Otra dificultad añadida proviene del hecho de que los responsables de estas encuestas modificaron en cada una de ellas el enunciado a través del cual se pretendía conocer el grado de respaldo social al terrorismo de Al Qaeda. Así, por ejemplo, si en 2003 se preguntaba sobre la confianza que despertaba en el encuestado el que Osama Bin Laden «haga lo correcto» en los asuntos mundiales, en 2004 se preguntó directamente si la opinión del encuestado sobre Bin Laden era favorable o desfavorable y en qué grado. Mientras que, en 2005, la pregunta era si el líder de Al Qaeda despertaba en el encuestado mucha, alguna, no demasiada o ninguna confianza. Esto hace que, en sentido estricto, no pueda compararse la evolución que experimentan las respuestas ante preguntas distintas. Sin embargo, debido a que todas

¹² The Pew Research Center for the People and the Press (2004, marzo, 16). «A Year After Iraq War Mistrust of America in Europe Ever Higher, Muslim Anger Persists». Disponible en: <http://people.press.org/reports/display.php3?ReportID=206>; y Pew Research Center (2005, julio, 14). «Islamic Extremism: Common Concern for Muslim and Western Publics. 17-Nation Pew Global Attitudes Survey». Disponible en: <http://pewglobal.org/reports/pdf/248.pdf>. [Consultado: 02/2008.]

estas preguntas tenían como objetivo indagar sobre el grado de apoyo social hacia el terrorismo yihadista, a efectos analíticos hemos considerado viable compararlas. De hecho, con objeto de poder analizar una serie temporal lo más amplia posible, hemos incluido en nuestro análisis dos estudios muy similares difundidos por el Programa de Actitudes Políticas Internacionales (PIPA) de la Universidad de Mariland en 2007 y 2009¹³. Dicho estudio incluía igualmente una pregunta relevante para nuestra investigación, ya que interrogaba a la opinión pública de cuatro países musulmanes acerca de sus sentimientos hacia Bin Laden, ofertando la posibilidad de resumirlos en las opciones: muy positivos, algo positivos, mezclados, algo negativos y muy negativos.

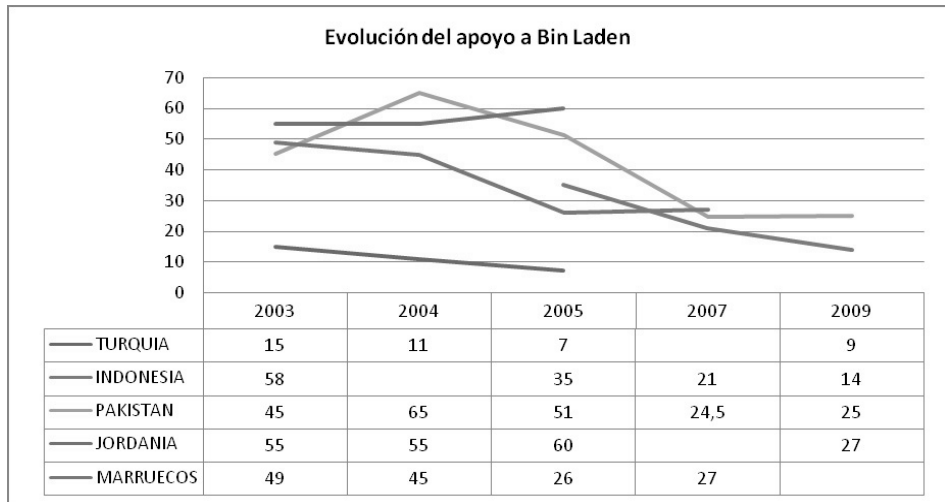


Fig. 4: Fuente: Pew Research Center, 2003, 2004, 2005
& World Public Opinion.org, 2007, 2009

El resultado de agrupar las respuestas que manifestaban algún tipo de acuerdo o simpatía hacia Bin Laden (mucho o alguna confianza, una opi-

¹³ World Public Opinion (2007, abril, 24). «Muslim Public Opinion on US Policy, Attacks on Civilians and al Qaeda». Disponible en: www.worldpublicopinion.org/pipa/pdf/apr07/START_Apr07_rpt.pdf. [Consultado: 02/2008.] World Public Opinion (2009, febrero, 25). «Public Opinion in the Islamic World on Terrorism, al Qaeda, and US Policies». Disponible en: http://www.worldpublicopinion.org/pipa/pdf/feb09/STARTII_Feb09_rpt.pdf. [Consultado: 04/2009]

nión muy o algo favorable, etc.) en aquellos países que son sondeados en al menos un par de ocasiones se muestra en la figura 4.

Se trata de una selección, que representa de manera bastante satisfactoria la distribución geográfica del islam en el mundo, recogiendo una muestra de las sociedades musulmanas del Magreb, Asia y Oriente Medio.

Estos mismos datos pueden ser complementados con el resultado de otra serie de estudios de opinión, encargados por la fundación norteamericana *Terror Free for Tomorrow*. El primero de ellos¹⁴ permite sumar otro destacado país islámico a esta muestra: Arabia Saudí. Aunque al tratarse de un único sondeo de opinión no es posible analizar la evolución temporal del respaldo popular hacia el terrorismo yihadista, sí que nos permite conocer si el predicamento de Bin Laden y su grupo es similar al que se produce en otros países islámicos en el mismo periodo. En este sentido, la encuesta encargada por este centro en diciembre de 2007 arroja el sorprendente resultado de que sólo el 15% de los encuestados poseían una visión favorable de Bin Laden, un porcentaje que se veía incluso reducido al 10% si se solicitaba la opinión sobre la propia Al Qaeda. Esto resultaba especialmente significativo en un país que no sólo era el lugar de adopción de Bin Laden, sino que históricamente también ha sido el origen de buena parte de los cuadros y militantes de esta organización terrorista (Felter & Fishman, 2007). No obstante, dicha encuesta había sido realizada exclusivamente por teléfono, algo especialmente distorsionador en uno de los países que arroja uno de los peores balances de respeto a las libertades individuales de toda la región.

Esta misma organización ha realizado, igualmente, cuatro investigaciones monográficas sobre Pakistán. En su desarrollo utilizaron deliberadamente el mismo diseño muestral y la misma metodología empleada en los estudios previos de *Pew*. Sin embargo, sus conclusiones aportan evidencias mixtas (véase figura 5) sobre el nivel de apoyo social hacia Al Qaeda. Así, por ejemplo, en el primer estudio¹⁵, basado en un trabajo de campo realizado en no-

¹⁴ Terror Free for tomorrow (2007). «Saudi Arabians Overwhelmingly Reject Bin Laden, Al Qaeda, Saudi Fighters in Iraq, and Terrorism; Also among most pro-American in Muslim world». Disponible en: <http://www.terrorfreetomorrow.org/upimigestft/TFT%20Saudi%20Arabia%20Survey.pdf>. [Consultado: 02/2008.]

¹⁵ Terror free for tomorrow (2005, noviembre). «A Dramatic Change of Public Opinion in the Muslim World. Results from a New Poll in Pakistan». Disponible en: <http://www.terrorfreetomorrow.org/upimigestft/Pakistan%20Poll%20Report--updated.pdf>. [Consultado: 02/2008.]

viembre de 2005, se detecta un espectacular descenso del apoyo expreso a Bin Laden, el cual baja del 51% (según datos de *Pew* en mayo de ese año) hasta un 33% a finales del periodo. Según los responsables de este estudio, la razón se encuentra en la rápida y generosa respuesta de Estados Unidos a la hora de socorrer a las víctimas del terremoto que asoló el país un mes antes de que se realizase la encuesta. Eso explica (a juicio de los autores de este informe) que los pakistaníes que manifiestan expresamente una opinión desfavorable del líder terrorista aumentasen del 23% al 41% en tan sólo siete meses. Los resultados de este primer estudio entrarían en concordancia con los datos arrojados por los estudios de *Pew* que mostraban cómo el apoyo a Al Qaeda experimenta una cierta tendencia a la baja. Sin embargo, el segundo estudio patrocinado por esta institución distorsionaba esta conclusión. De hecho, en agosto de 2007 *Terror Free for Tomorrow* difundió un nuevo monográfico¹⁶ sobre Pakistán, donde el apoyo a Bin Laden volvía a alcanzar la cifra del 46% de la población, un dato que entraría en aparente contradicción con el que *World Public Opinion.org* (véase figura 5) daba para abril de ese mismo año: tan sólo un 24,5% de opiniones favorables hacia la figura de Bin Laden. Estos informes se repitieron en enero y junio de 2008¹⁷, con resultados diversos: a inicio de año los pakistaníes que mostraban una visión favorable de Bin Laden descendían espectacularmente hasta el 24%, y a mediados de año volvían a ascender hasta el 34%.

Estos mismos datos entrarían también en aparente contradicción con los proporcionados por *The International Republican Institute* (IRI), otra institución también interesada en la evolución política de Pakistán. A través de un nuevo estudio realizado en junio de 2008¹⁸, con una muestra que triplicaba en número de encuestados a la empleada por *Terror Free for Tomorrow*

¹⁶ *Terror Free for tomorrow* (2007, agosto). «Pakistanis Reject US Military Action against Al Qaeda; More Support bin Laden than President Musharraf: Results of a New Nationwide Public Opinion Survey of Pakistan». Disponible en: <http://www.terrorfreetomorrow.org/upimagesft/Pakistan%20Poll%20Report.pdf>. [Consultado; 02/2008.]

¹⁷ *Terror Free for tomorrow* (2008, junio). «Pakistanis Strongly Back Negotiations with Al Qaeda and Taliban over Military Action; Public Support for Al Qaeda Gaining Ground. Results of a New Nationwide Public Opinion Survey of Pakistan before the June 2008 Pakistani By-Elections». Disponible en: <http://www.terrorfreetomorrow.org/upimagesft/PakistanPollReportJune08.pdf>.

¹⁸ *The International Republican Institute* (2008, junio, 1-15). «IRI Index. Pakistan Public Opinion Survey». Disponible en: <http://www.iri.org/mena/pakistan/pdfs/2008%20July%2017%20Survey%20of%20Pakistan%20Public%20Opinion,%20June%201-15,%202008.pdf>.

en el mismo periodo, los resultados diferían considerablemente. De hecho, los pakistaníes que mostraban simpatía por Bin Laden alcanzaban el 24% (10 puntos menos), y por Al Qaeda, un 18% (14 puntos menos). No obstante, la principal distorsión proviene de la cifra de encuestados que declaraban no saber, o se niegan a contestar, una cantidad que en el caso de la encuesta del IRI alcanza la más que considerable cifra de un 51%, es decir, 25 puntos más que en la encuesta encargada por *Terror Free for Tomorrow*.

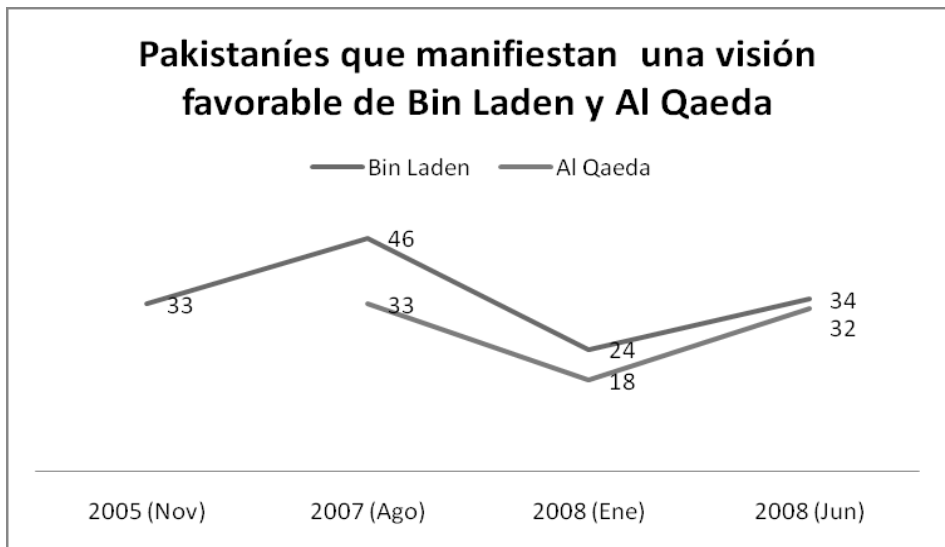


Fig. 5: Fuente: *Terror Free for Tomorrow*, 2005, 2007, 2008

Ante esta desconcertante evolución cabe plantearse dos posibles posturas analíticas: la primera es considerar que el apoyo al terrorismo en general, y a Bin Laden y su grupo en particular, es una postura cuya lógica bebe directamente de una serie de componentes afectivos, religiosos y perceptivos que gozan de gran solidez y, por tanto, es difícil que experimenten movimientos bruscos y oscilantes. Es decir, contemplar con aceptación la violencia terrorista es una actitud generalmente estable que los individuos abandonan o aceptan lentamente, pero que no se «toma o deja» con la misma despreocupación y naturalidad con la que manifestamos simpatía o aversión por una marca comercial o un líder político (De la Corte, 2006). La consecuencia sería, por tanto, una cierta reserva a la hora de aceptar la validez de las investi-

gaciones que tienen por objeto Pakistán (y posiblemente el resto de países musulmanes), ya que la continua y brusca fluctuación del apoyo al terrorismo yihadista sólo puede ser producto de un error de investigación, o de la ausencia de las condiciones mínimas para que la metodología de sondeos de opinión pueda resultar útil y sus resultados fiables.

La otra postura es considerar que el apoyo o no hacia Bin Laden y todo lo que él simboliza es una postura sometida a la misma volatilidad que cualquier otra cuestión opinable. Esto implica superar nuestra propia calificación moral previa hacia este grupo terrorista y sus acciones. La completa deslegitimación y repulsa ética con la cual se contempla desde Occidente (y buena parte del resto del mundo) al responsable del cruel asesinato de miles de inocentes da como resultado que consideremos el posicionamiento hacia Bin Laden y el terrorismo yihadista como una cuestión anclada directamente con el esquema moral del individuo que formula su opinión hacia él, y que por tanto sea una opinión con la cual una persona psicológicamente equilibrada debe ser coherente el resto de su vida. Sin embargo, en el mundo musulmán la percepción popular sobre el terrorista saudí y su influjo sobre otros grupos y redes es más compleja, ambigua, y está sometida a un amplio número de variables intervinientes, que hacen muy difícil una respuesta maniquea. Por un lado, la imagen popular de Bin Laden está definida en términos negativos (Scheuer, 2003). El líder terrorista es la representación de una oposición encarnizada hacia Estados Unidos, sus aliados y la mayoría de los regímenes políticos del mundo musulmán. Se trata de un verdadero icono «antisistema» islámico, en una representación del desencanto militante contra la represión política, la pobreza y la corrupción imperante en el mundo musulmán. Pero, por otro lado, su discurso está construido en clave religiosa, y toda su acción intenta transmitir la idea del cumplimiento estricto de los mandatos de Dios hacia sus fieles, un planteamiento especialmente afín a un entorno donde cultural y históricamente la religión ha desempeñado un papel central en la existencia de todo individuo. En definitiva, el posicionamiento hacia Bin Laden en el mundo musulmán puede ser entendido como el resultado de la interacción de una gran multiplicidad de variables, que dan como resultado un continuo reajuste de la simpatía hacia el líder terrorista. Ésta es la tesis mantenida, por ejemplo, por los autores del estudio del *Free Terror Tomorrow*, los cuales detectan una clara correlación entre la percepción sobre Estados Unidos y la simpatía hacia

Bin Laden. De ese modo, si Estados Unidos había conseguido mejorar su imagen tras su rápida operación humanitaria en Pakistán, era lógico que el grado de simpatía hacia el icono militante del antiamericanismo descendiese de manera paralela. Por la misma razón, si el nivel de rechazo popular hacia el régimen político del general Musharraf (enemigo conjurado del líder de Al Qaeda) había aumentado como consecuencia de varios episodios concretos (como la cruenta toma por parte del ejército pakistaní de la pro-yihadista «Mezquita Roja» en julio de 2007), es lógico que la popularidad de Bin Laden aumentase de manera proporcional.

Ésta es una conclusión respaldada por las evidencias que se pueden obtener a través de algunas otras cuestiones que incorpora el estudio publicado por esta fundación norteamericana en junio de 2008. Cuando se pregunta a los pakistaníes si votarían por Osama Bin Laden si este pudiese presentarse a unas elecciones en su país, sólo el 14% lo haría, porcentaje que disminuye al 7% si es la organización Al Qaeda la que concurre como «partido político». Un hecho que demuestra que la simpatía hacia Osama Bin Laden no se traduce en una aceptación íntegra de su programa político, ni en su aceptación como gobernante encargado de gestionar los asuntos que afectan el día a día del encuestado. De hecho, cuando se pregunta a los encuestados que tienen una visión favorable de Bin Laden y Al Qaeda por los motivos de esta opinión, la mayoría (43,5%) lo hace porque éste ha desafiado y se ha «mantenido firme» frente a los Estados Unidos, mientras que sólo el 20,9% lo hace por el argumento religioso de que éste haya declarado una yihad defensiva contra este país no musulmán. En esta misma línea, dos tercios de todos los encuestados se muestran dispuestos a modificar la generalizada visión negativa que existe sobre los Estados Unidos, si este país se mostrase dispuesto a modificar sus políticas, invirtiendo en el país, prestando ayuda médica y humanitaria ante las catástrofes, o incluso ampliando el número de visados concedidos a los ciudadanos pakistaníes. De hecho, más de dos tercios de los que poseen una visión favorable hacia Al Qaeda manifiestan, según este estudio, que modificarían sus percepciones sobre América si esta nación modificase sus políticas.

5. CONCLUSIONES

Un análisis conjunto de toda esta información nos muestra con cierta claridad cómo en los cinco años analizados se ha producido un generalizado descenso del porcentaje de población que apoyaba o manifestaba algún tipo de simpatía hacia Bin Laden y su organización. Si bien un año después del primer estudio, y tras la especialmente impopular invasión norteamericana de Irak, era posible encontrar algunos países donde este respaldo se había incrementado considerablemente (como el caso de Pakistán), otros países como Turquía y Marruecos habían iniciado en esas mismas fechas un acusado proceso inverso. En años posteriores todos inician o refuerzan sus procesos de descenso del nivel de apoyo social, con la excepción de Jordania, donde se incrementa, para posteriormente decaer de manera espectacular.

El análisis de esta evolución da pie a varias lecturas. Por un lado, la poca utilidad analítica del concepto de «opinión pública musulmana». Las considerables diferencias que existen en el «punto de partida» del respaldo social a Bin Laden en los diferentes países musulmanes analizados y la dispar evolución de esa variable dependiendo del país al que hagamos referencia nos demuestra cómo los musulmanes se hallan poderosamente condicionados en sus opiniones por factores domésticos de carácter político y social. Tratar de sumar en un mismo conjunto a todos los musulmanes, independientemente de su ubicación y contexto, supone distorsionar las especificidades y características propias de cada una de las opiniones públicas nacionales del mundo islámico. Por otro lado, a pesar del escaso número de países incluidos en este estudio, se aprecia cómo las opiniones públicas más partidarias de lo que simboliza Osama Bin Laden, son aquellas cuyos Gobiernos se han alineado de manera más explícita en la «Guerra contra el Terrorismo» liderada por los Estados Unidos, como es el caso de Pakistán, Jordania e incluso Marruecos, lo que nos puede llevar a pensar que el respaldo al yihadismo en estos países puede tener un cierto componente de contestación política hacia sus respectivas clases gobernantes.

Con respecto al objeto de nuestra investigación, estos datos demostrarían cómo los ideólogos yihadistas se equivocan al establecer que un incremento de la cantidad y accesibilidad de sus mensajes propagandísticos lograría un aumento del respaldo social entre las sociedades musulmanas. De hecho, la acumulación durante cinco años de numerosos «impactos persuasivos», lejos

de conseguir unos mayores niveles de apoyo popular al yihadismo, ni siquiera ha servido para mantener el grado de simpatía que recibió Osama Bin Laden y su grupo tras los atentados del 11 de septiembre de 2001.

En conclusión, si partimos de que los resultados de los diferentes sondeos de opinión utilizados, a pesar de sus numerosas limitaciones y la dificultad del contexto de aplicación, son válidos, y nos atenemos únicamente a la interpretación más evidente de sus datos, podemos afirmar que la acción propagandística de Al Qaeda durante los últimos siete años ha resultado ciertamente ineficaz. Aunque el terrorismo es un asunto de «pequeños números», y una reducida eficacia persuasiva de este mensaje es más que suficiente para alimentar con nuevos reclutas y mantener vivas las redes yihadistas que operan a lo largo y ancho del mundo (Jordán & Torres, 2006), la propaganda «alqaediana» ha sido incapaz de contribuir al objetivo de una insurgencia islámica global que transformase el panorama político y social del mundo musulmán. Se trata de una realidad especialmente paradójica si tenemos en cuenta el incremento de la frecuencia comunicativa de este grupo, sus medios de difusión y la calidad de sus producciones audiovisuales. Sin embargo, entender la lógica subyacente de todo proceso de comunicación política implica ir más allá de la literalidad del mensaje, de su frecuencia y de cuál ha sido el canal utilizado. De hecho, toda acción persuasiva pretende recomponer el contexto a partir del cual el destinatario interpreta y asimila los contenidos que recibe (Mucchielli, 2002), de modo que el resultado de ese ajuste sea beneficioso para los propósitos del propagandista. Sin embargo, a pesar de que el mensaje «alqaediano» incorpora argumentos y recursos retóricos que pretenden que todo musulmán interprete la realidad que le rodea como una situación de agresión contra el islam, el resultado final de este proceso de comunicación está determinado por la propia experiencia vital del sujeto, y la recepción simultánea de una pluralidad de mensajes que, en su contenido o en las conclusiones que origina en su receptor, pueden entrar en clara disonancia con el discurso de Al Qaeda. Por lo tanto, el grado de aceptación del relato de Al Qaeda no es sólo el resultado de cómo el grupo terrorista ha sido capaz de construir su discurso y difundirlo de manera eficaz, sino que en buena medida es fruto de cómo éste es interpretado a la luz de otra multiplicidad de informaciones, y de la propia experiencia vital de cada individuo. En este sentido, desde que Bin Laden y sus asociados se convirtieron en «estrellas mediáticas» con posterioridad a septiembre de 2001, se han produ-

cido toda una serie de circunstancias que han erosionado la efectividad de su mensaje en el mundo musulmán. Éstas son algunas de las más destacadas:

a) La mutación de Al Qaeda desde una organización terrorista en el sentido más «convencional» hasta convertirse en el carismático núcleo de un difuso «movimiento ideológico» sin jerarquías claras (Reinares & Elorza, 2004) dificultó enormemente la coherencia del mensaje terrorista. Si por un lado, tras el 11-S, Al Qaeda había cosechado un enorme éxito operativo haciendo que numerosos grupos, redes e individuos particulares sumasen sus fuerzas al «proyecto» de Al Qaeda y que interpretasen sus acciones violentas como una contribución a la yihad global que el grupo propugnaba, desde el punto de vista comunicativo la organización de Bin Laden perdió buena parte de su control sobre el mensaje que llegaba a la opinión pública internacional. En ese sentido, las sociedades musulmanas extendieron la etiqueta de «procedente de Al Qaeda» no sólo a los mensajes creados por el núcleo central del grupo, sino también a la enorme variedad de actos comunicativos procedentes de otros grupos e individuos con una serie de agendas particulares. De hecho, un buen número de ellos no dudó en emplear en sus denominaciones y organizaciones «la marca Al Qaeda» (Katz & Deven, 2007), a pesar de no haberse integrado formalmente en esta organización, y no seguir ningún tipo de obediencia o directriz. La pluralidad y diversidad de centros de producción del mensaje yihadista, su irregular calidad y, en ocasiones, contradictorio contenido han terminado restando eficacia al mensaje de Al Qaeda. Una realidad especialmente presente cuando incluso las acciones de las «filiales oficiales» del grupo han perjudicado la imagen y la estrategia de la organización matriz. Esto es, por ejemplo, lo que sucedió cuando el grupo ubicado en Irak «Al Qaeda en la Tierra de los Dos Ríos» adoptó como una de sus principales acciones propagandísticas la grabación y difusión de macabros vídeos donde los terroristas degollaban delante de las cámaras a indefensos rehenes. La repugnancia que este tipo de vídeos despertó entre la opinión pública mundial llevó al número dos de Al Qaeda, Ayman Al Zawahiri, a enviar una carta personal al líder del grupo terrorista iraquí Abu Musab Al Zarqawi solicitando que abandonase un tipo de «prácticas» que estaban provocando el alejamiento creciente entre los musulmanes y los yihadistas: «Entre las cosas que nunca agradarán a los sentimientos del pueblo musulmán que te ama y te apoya se encuentran las escenas de degollamiento de rehenes. No debes ser engañado por las alabanzas de algunos en-

tusiastas jóvenes y su descripción de ti como “el jeque de los carniceros”¹⁹. Esta carta, interceptada y difundida por el ejército norteamericano, es una de tantas muestras de cómo el «prestigio» del grupo y, por tanto, su capacidad de influencia se han visto enormemente mediatizados por las acciones emprendidas por los «círculos concéntricos» que rodean a la organización de Bin Laden. Una distinción que resulta en la mayor parte de los casos inapreciable para el musulmán medio, el cual atribuye la totalidad de esas acciones a un único ente llamado Al Qaeda.

b) El momento de mayor popularidad y respaldo hacia Al Qaeda es posiblemente en las semanas posteriores a los atentados en Washington y Nueva York. Los ataques protagonizados por Al Qaeda fueron capaces de rentabilizar una amplia corriente de antiamericanismo (y por extensión, antisemitismo) existente en el mundo musulmán. La organización de Bin Laden disfrutó del apoyo de un notable sector de la población musulmana que contempló con cierta simpatía la humillación de la potencia hegemónica, la cual había sido objeto durante décadas de las iras de predicadores, líderes políticos y creadores de opinión que situaron en la acción exterior y el influjo cultural de los Estados Unidos el origen del retraso y la miseria que asola al conjunto de países de mayoría musulmana. La analogía entre un pequeño, aunque moral y culturalmente superior, «David» islámico que conseguía vencer al «Goliat» opulento e hipertecnificado resultaba especialmente grata para combatir la frustración de millones de musulmanes. Sin embargo, las acciones antioccidentales de Al Qaeda son sólo una parte de una estrategia de enfrentamiento que incluye como objetivos a los musulmanes que califica de «apóstatas» y que, por tanto, sitúa a un nivel de culpabilidad aún mayor. Tan pronto como Al Qaeda, y especialmente sus grupos asociados, empezaron a atacar a otros musulmanes, se inició un proceso de continuo deterioro del apoyo popular. El terrorismo yihadista, al igual que había sucedido antes de 2001, continuó matando musulmanes, en muchas ocasiones de manera totalmente indiscriminada y en lugares tan diversos como Marruecos, Argelia, Jordania, Indonesia, Turquía o Arabia Saudí. Una acción difícilmente entendible para el resto de musulmanes, a pesar de que esas

¹⁹ Carta de Ayman Al Zawahiri a Abu Musab Al Zarqawi, difundida por el ejército americano en octubre de 2005. Disponible en: <http://www.weeklystandard.com/Content/Public/Articles/000/000/006/203gpul.asp>. [Consultado: 02/2008.]

mueres se intentasen justificar como el justo castigo a aquellos que según el grupo habían «renegado» de su fe, o como meros «daños colaterales» de una guerra donde el «enemigo» se escuda tras la población islámica.

Sin embargo, el acto que ha acrecentado la brecha entre la opinión pública musulmana y el grupo terrorista ha sido el enraizado odio contra los chiítas, una confesión musulmana minoritaria catalogada abiertamente por el grupo como hereje, y por tanto merecedora del máximo castigo. Si bien este planteamiento forma parte del esquema ideológico del grupo, sus líderes han recomendado desde una perspectiva estratégica dejar a un lado este asunto hasta que haya sido derrotado el enemigo principal: Occidente y sus aliados políticos en el mundo musulmán. Sin embargo, al igual que ha sucedido en el campo de la comunicación, en el terreno de la selección de objetivos a batir, Al Qaeda ha vuelto a perder el control, y se ha multiplicado el número de redes yihadistas que han perseguido la erradicación material de los chiítas como su principal objetivo. De hecho, la facción iraquí del grupo vuelve a ser el máximo exponente del odio desmedido hacia el sector mayoritario de la población iraquí, hacia el cual ha dirigido una inagotable cantidad de salvajes y crueles ataques cuyo único objetivo era activar el odio-interreligioso y caminar hacia la erradicación material de los «apóstatas» (Scheuer, 2005). En definitiva, una agenda difícilmente entendible por otros musulmanes y que nuevamente ha tenido repercusión sobre los niveles de apoyo a Al Qaeda.

c) La animadversión de Al Qaeda hacia la mayor parte de los regímenes gobernantes en el mundo musulmán le permitió granjearse la simpatía de numerosos musulmanes hastiados de la opresión y ausencia de progreso material en sus respectivos países. En ese sentido, el componente contestatario del grupo terrorista encaja bien con el planteamiento de muchos musulmanes que desean una alternativa revolucionaria frente a décadas de ineficacia y corrupción política. Sin embargo, desde un primer momento el grupo ha dejado claras sus convicciones antidemocráticas y antiliberales, prescindiendo así del apoyo de un buen número de potenciales simpatizantes. De hecho, el centro de gravedad de su alternativa para estos países es el islam bajo el modelo de una única unidad política y religiosa en forma de Califato, sin llegar a mayores niveles de concreción. Un proyecto político que difícilmente puede despertar simpatías entre aquellos musulmanes que no consideren que la única finalidad del poder político es implementar e imponer los

preceptos del Corán. Sin embargo, lo que ha provocado un progresivo alejamiento con respecto a su base de apoyo social entre el islamismo no es la vaguedad de su planteamiento político-religioso, sino cuál ha sido la herencia de los *muyahidín* en aquellas zonas y territorios donde han ejercido algún tipo de control. De esa forma, la presencia de Al Qaeda en Afganistán no sólo provocó la invasión que puso fin al único régimen legítimo ante los ojos de muchos islamistas, sino que la gestión directa de los *muyahidín* en otros escenarios ha sido catastrófica. Así, por ejemplo, en el Irak posterior a Saddam, muchas de las zonas «liberadas» por las yihadistas se han convertido en auténticos pozos de miseria, violencia contra la propia población y prácticas dudosamente islámicas. Un legado que ha llegado a la paradójica situación de que algunos de los grupos islamistas que combaten la presencia norteamericana hayan denunciado públicamente a los miembros de Al Qaeda en Irak como «criminales y ladrones» (Hafez, 2007).

En conclusión, el deterioro progresivo del respaldo de las sociedades musulmanas al terrorismo yihadista es una realidad. Sin embargo, sus causas no sólo deben atribuirse a la ineffectividad de la estrategia propagandística de Al Qaeda, sino también a un cúmulo de factores, entre los que se encuentran los propios errores de la organización, lo que termina neutralizando y deteriorando la capacidad persuasiva de este mensaje.

BIBLIOGRAFÍA

- BERGEN, Peter L. (2001). *Guerra Santa*, S. A. Barcelona: Grijalbo.
- (2006). *The Osama bin Laden I Know. An Oral History of al Qaeda's Leader*. Nueva York: Free Press.
- BYMAN, Daniel (2005). *Deadly Connections. States that Sponsor Terrorism*. Nueva York: Cambridge University Press.
- CLARKE, Richard A. (2004). *Cómo derrotar a los yihadistas*. Madrid: Taurus.
- COOK, David (2005). *Understanding Jihad*. Berkeley: University of California Press.
- CORMAN, Steven R. y Jill S. SCHIEFELBEIN [En línea] (2006). *Communication and Media Strategy in the Jihadi War of Ideas*. Arizona State University: Consortium for Strategic Communication. Url: www.comops.org/article/119.pdf. [Consultado: 02/2008.]

- CORTE IBÁÑEZ, Luis de la (2006). *La lógica del terrorismo*. Madrid: Alianza.
- FAIR, C. Christine y Bryan SHEPHERD (2006). «Who Supports Terrorism? Evidence from Fourteen Muslim Countries». *Studies in Conflict & Terrorism*. Vol. 29: n.º 1 (January-February), pp. 51-74.
- FELTER, Joseph y Brian FISHMAN [En línea] (2007). *Al Qa'ida's Foreign Fighters in Iraq: A First Look at the Sinjar Records*. West Point, Combating Terrorism Center. Url: <http://www.ctc.usma.edu/harmony/pdf/CTCForeignFighter.19.Dec07.pdf>. [Consultado: 02/2008.]
- FRIEDMAN, George (2004). *America's Secret War. Inside the Hidden Worldwide Struggle between America and its Enemies*. Nueva York: Broadways Books.
- HAFEZ, Mohammed M. (2007). «Al-Qa'ida Losing Ground in Iraq». *CTC Sentinel*. Vol. 1: n.º 1, pp. 6-8. Disponible en: <http://www.ctc.usma.edu/sentinel/CTSSentinel-Vol1Iss1.pdf>
- INTELCENTER (2008). *IntelCenter al-Qaeda Messaging/Attacks Timeline 1992-2007*. Alexandria (VA): Tempest Publishing.
- INTERNATIONAL CRISIS GROUP (2008). «Taliban Propaganda: Winning the War of Words?», *Asia Report*, n.º 158. Url: <http://www.crisisgroup.org/home/index.cfm?id=5589>. [Consultado: 02/2008.]
- JORDÁN, Javier y Manuel R. TORRES (2006). «El yihadismo en Europa: tendencias y evolución». En MARTINEZ DALMAU, Rubén (ed.). *Europa y el Mediterráneo. Perspectivas del diálogo Euromediterráneo*. Valencia: Publicaciones de la Universidad de Valencia.
- JORDÁN, Javier; Fernando M. MAÑAS, y Humberto TRUJILLO (2006). «Perfil sociocomportamental y estructura organizativa de la militancia yihadista en España. Análisis de las redes de Abu Dahdah y del 11-M». *Inteligencia y seguridad: Revista de análisis y prospectiva* 1, pp. 79-111.
- KATZ, Rita y Josh DEVEN (2007). «Franchising Al Qaeda». *The Boston Globe* (22 de junio).
- KIMMAGE, Daniel y Kathleen RIDOLFO (2007). *Iraqi Insurgent Media: The War of Images and Ideas*. Washington D. C: RFE/RL Inc.
- KIMMAGE, Daniel [En línea] (2008). «The Al-Qaeda Media Nexus: The Virtual Network Behind the Global Message». *RFE/RL Special Report*. Url: http://docs.rferl.org/en-US/AQ_Media_Nexus.pdf. [Consultado: 02/2008.]
- KOHLMANN, Evan (2006). «The Real Online Terrorist Threat». *Foreign Affairs*. Vol. 85: n.º 5, pp. 115-124.

- LYA, Brynjar (2007). *Architect of Global Jihad. The Life of Al-Qaida Strategist Abu Mus'ab al-Suri*. London: Hurst.
- MUCCHIELLI, Alex (2002). *El arte de influir. Análisis de las técnicas de manipulación*. Madrid: Cátedra.
- NORRIS, Pippa; Kern MONTAGUE, y Marion JUST (eds.) (2003). *Framing Terrorism. The News Media, the Government, and the Public*. Nueva York: Routledge.
- RABASA, Angel M. (2004). *The Muslim world after 9/11*. Santa Monica: RAND Corporation.
- REINARES, Fernando y Antonio ELORZA (eds.) (2004). *El Nuevo Terrorismo Islamista. Del 11-S al 11-M*. Madrid: Temas de Hoy.
- ROGAN, Hanna (2007). «Al-Qaeda's online media strategies: From Abu Reuter to Irhabi 007», *FFI-rapport 2007/02729*. Url: http://www.mil.no/multimedia/archive/00102/02729_102477a.pdf. [Consultado: 02/2008.]
- SAGEMAN, Marc (2004). *Understanding Terror Networks*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- SCHEUER, Michael (2003). *Through Our Enemies' Eyes: Osama Bin Laden, Radical Islam & the Future of America*. Washington D. C.: Brassey's Inc.
- SCHEUER, Michael (2005, abril, 28). «Coalition Warfare, Part II: How Zarqawi Fits into Bin Laden's World Front». *Terrorism Focus*. Vol. 2: n.º 8.
- TORRES, Manuel R. (2007). *La dimensión propagandística del terrorismo yihadista global*. Granada: Universidad. Url: <http://hera.ugr.es/tesisugr/16710289.pdf>. [Consultado: 02/2008.]
- (2008). «Terrorism and the Mass Media after Al Qaeda: A change of Course?». *Athena Intelligence Journal*. Vol. 3: n.º 2, pp. 1-19. Url: http://www.athenaintelligence.org/Al_Qaeda_and_the_Mass_Media-_Athena.pdf. [Consultado: 02/2008.]
- TORRES, Manuel R.; Javier JORDÁN, y Nicola HORSBURGH (2006). «Analysis and Evolution of the Global Jihadist Movement Propaganda». *Journal of Terrorism and Political Violence*. Vol. 18: n.º 3, pp. 399-421.
- WEIMANN, Gabriel (2006). *Terror on the Internet. The New Arena, the New Challenges*. Washington D. C.: United States Institute of Peace Press.
- WRIGHT, Lawrence (2006). *The Looming Tower. Al-Qaeda and the Road to 9/11*. Nueva York: Alfred A. Knopf.