



## **Una Nueva Estrategia Comunicativa de los Grupos Terroristas, Caso: Al Qaeda. A New Communicative Strategy for Terrorist Groups, Case: Al Qaeda.**

Gema Sánchez-Medero\*

Recibido: 25 de Junio de 2010.      Aceptado: 16 de Agosto de 2010.

**Resumen:** Muchos grupos terroristas se están viendo tremendamente beneficiados por los avances tecnológicos. Por ejemplo, Internet ha incrementado la capacidad comunicativa y propagandística de los grupos terroristas, ya que hasta entonces la única forma de conseguir publicidad era lograr la atención de los medios tradicionales. Ahora gracias a la red, los grupos terroristas pueden controlar de forma directa el contenido y la difusión de sus materiales. Por eso en este artículo se analizará como los grupos terroristas han transformado su estrategia comunicativa a través de la web, y todo lo que ello ha implicado para la organización.

**Palabras claves:** Internet, web, grupos terroristas, estrategia comunicativa y terrorismo.

**Abstract:** Many terrorist groups are being tremendously benefited from technological advances. For example, the Internet has increased communication skills and propaganda of terrorist groups, since until then the only way to get publicity was to the attention of traditional media. Now thanks to the network, terrorist groups can directly control the content and dissemination of materials. So in this article we analyze how terrorist groups as it has transformed its communication strategy through the web, and all that it has entailed for the organization.

**Keywords:** Internet, web, terrorist groups, communications strategy and terrorism.

---

\* Facultad de Ciencias Políticas y Sociología, Universidad Complutense de Madrid, Madrid - España. Doctora en Ciencias Políticas y de la Administración, Facultad de Ciencias Políticas y Sociología, Universidad Complutense de Madrid, España. e-mail: [gsmedero@cps.ucm.es](mailto:gsmedero@cps.ucm.es).



## Introducción

Los grupos terroristas están empleando la red para financiarse, reclutar, entrenarse, comunicarse, organizarse, coordinarse, planificar ataques, publicitar sus acciones, ideologizar, etc (Weimann, 2004). Por tanto, los terroristas no se han mantenido ajenos a las innumerables ventajas que les proporciona la red. Por eso, a lo largo de este artículo se analizará cómo los grupos terroristas se están valiendo de Internet como un medio para comunicarse y transmitir sus mensajes hacia el exterior, sin tener que contar para ello con los tradicionales medios de comunicación. De ahí, que se describirá ¿Cómo los grupos terroristas se han integrado en la red? ¿Cómo lo han hecho? ¿Por qué? y ¿qué mensajes transmiten a través de ella?

## Los Grupos Terroristas se Integran en la Red

Si Al Qaeda fue el primer grupo terrorista en utilizar un instrumento común, el avión, para golpear el corazón de los Estados Unidos. También ha sido la primera en transferir sus bases desde el espacio

territorial (Afganistán) al espacio virtual (Internet) (Ranstor, 2004). Por esta razón, el número de sitios webs dedicados a hacer apología del terrorismo islamista de Al Qaeda aumentan en 900 cada año, y actualmente alcanzan los 5mil 600 en todo el mundo, pese a los constantes esfuerzos de las autoridades y las empresas por acabar con ellos<sup>1</sup>. Así, la estructura de la organización fundada por Osama Bin Laden y Abdullah Azzam ha seguido en Internet el mismo destino que sus operativos sobre los territorios: un imparable proceso de atomización y descentralización que ha permitido a los partidarios del salafismo yihadista operar en miles de páginas, de las que -“assam.com”, “almuhrajiroun.com”, “qassam.net”, “jihadunspun.net”, “aloswa.org”, “drasat.com”, “jehad.net”, “alneda.com”, “mwhood.net”, “alejad.online”, “islammemo.com” o “alsaha.com”- son sólo algunos de los ejemplos más significativos, aunque muchos de éstos ya han sido inhabilitados (Timothy, 2004; Kahler, 2006; Marret, 2003). Así, gracias a la red pueden planificar las acciones, reforzar las lealtades en el propio

<sup>1</sup> ADN.es, 5/12/2007.



bando, lograr la participación de otros actores en el esfuerzo conjunto, coordinarse y comunicarse, reclutar a miembros, transmitir mensajes, darse a conocer o justificarse, ofrecer información, documentos, canciones, fundamentos ideológicos, financiarse, y ampliar su potencial público, etc. (Timothy, 2004).

Todo un avance para las organizaciones terroristas, si se considera que antes de la inclusión de las nuevas tecnologías en el mundo yihadistas, no habían podido llegar más allá de los círculos más cercanos, es decir, de los simpatizantes y de sus potenciales reclutas. Los medios que había empleado no daban para más y su capacidad propagandística era muy limitada, ya que tanto la revista *Al-Ansar* como otros materiales editados por los grupos yihadistas eran difundidos de manera individual y en un formato de escasa calidad (ej. Boletines fotocopiados, o cintas de video grabadas con cámaras personales, etc). A pesar de los esfuerzos propagandísticos de la propia Al Qaeda, que llegó -en 1994- a crear en Londres el Comité para el Consejo y la Reforma, organismo que era el

encargado de proyectar su imagen y la de su líder, Bin Laden, hacia el exterior. Para ello, remitía copias de sus conferencias y escritos para que fuesen leídas en las reuniones radicales de cualquier país o fueran difundidas por los medios de comunicación, que no siempre lo hacían. Por tanto, la transmisión de datos era muy precaria, Internet no era la gran red global que es actualmente, y no existían ni las cámaras digitales ni instrumentos accesibles de edición de imágenes, por tanto, lo más fiable eran los documentos escritos. No obstante y pese a la adversidad -en 1996- se ponía en marcha la primera página web yihadista, Azzam y en 2001 produjo su primer video: “La Destrucción del Destructor USS Cole”. Dado que los terroristas siempre necesitan el “oxígeno de la publicidad” para continuar disfrutando de una elevada cuota de intimidación, para potenciar sus convicciones ideológicas y la fidelidad de los miembros del grupo, sus colaboradores y simpatizantes (Merlos, 2006).

No obstante, Al Qaeda no había logrado tener una verdadera repercusión mediática hasta los atentados del 11-S, desde ese hito



cualquier declaración pública de sus líderes ocupan un lugar privilegiado en los periódicos y los noticiarios de mayor audiencia. Por lo cual, este grupo terrorista puso en marcha dos acciones propagandísticas: una, el secuestro y asesinato de rehenes; y otra, la gestión de su presencia en el ciberespacio. Además, como consecuencia de esos atentados, Al Qaeda vuelca su organización hacia Internet. Es por ello que -desde entonces- emplea la red para buscar fuentes de financiación, reclutar nuevo personal, entrenar a sus miembros, comunicarse, coordinarse, entre otras. Debido a que le sirve como un medio que le permite seguir actuando desde las sombras.

De ahí que a partir de 2003, los ataques ya no se planifiquen en un cuartel general instalado en los campos de batalla, sino en algún lugar “deslocalizado” del planeta. La revolución tecnológica posibilita que estos actores puedan adoptar una estructura en red, similar a la que tienen muchas empresas con el fin de gestionar más eficazmente la información y sobrevivir en un mercado cambiante (Castells, 1997;

Nichiporu y Builder, 1997; Arquilla y Rondeft, 2002). Por tanto, a partir de entonces la estructura organizativa de Al Qaeda queda configurada de la siguiente manera (Hoffman, 2006; Hoffman, 1999): 1) “Un primer nivel donde se encuentra la originaria organización terrorista, incluyendo su mutación hacia una estructura más horizontal y descentralizada. Aunque su liderazgo sigue recayendo en Osama Bin Laden y su lugarteniente e ideólogo Ayman Al Zawahiri. Hoy en día, el papel, que desempeñan estos dos hombres no se ubica tanto en la dirección operativa de los nuevos atentados, sino que más bien en el liderazgo carismático del movimiento yihadista mundial, la propaganda, la incitación, la inspiración estratégica y la explotación simbólica del desafío que supone, que el principal enemigo de los Estados Unidos continúe vivo y en libertad” (Torres Soriano, 2004: 116); 2) Un segundo nivel en él que se encuentra todo un conjunto de grupos terroristas y redes asociadas a Al Qaeda (Torres Soriano, 2004); y 3) Un tercer nivel formado por pequeñas células, subredes o individuos aislados que deciden organizarse y actuar en



consecuencia con los objetivos de la organización (Torres Soriano, 2004).

Sin duda, esta estructura en red presenta beneficios superiores a las jerarquías, puesto que éstas reaccionan más despacio y con menos eficacia a los cambios que se producen en un ambiente altamente informativo y en constante transformación, a la vez que son menos vulnerables, puesto que la pérdida de uno de los elementos puede ser reemplazada por la actuación de otros, ya que su estructura de mando y control se encuentra descentralizada (Jordan, 2002). Por otra parte, también presentan mejores condiciones en defensa porque al ser organizaciones sin un centro preciso son más difíciles de desarticular, y en caso de ser destruidas pueden ser asumidas por otras células de la organización. Aunque eso sí, no debemos confundir la estructura en red con la simple organización en células que habitualmente existe en todos los grupos terroristas. Principalmente porque en este caso la división en célula compartimenta la información, garantiza la seguridad, el poder es distribuido de forma piramidal y existen vínculos de comunicación

horizontales entre las células de igual nivel. Mientras que la estructura en red descrita por Arquilla y Ronfeldt (2002) es totalmente diferente, ya que esta última se compone de nodos, que están comunicados entre sí, de forma que la jerarquía se difumina y las decisiones se toman en unos límites muy estrechos.

De esta forma, se demuestra como las tecnologías de la información están beneficiando notablemente a las organizaciones terroristas. Por ejemplo: el empleo de Internet incrementa la velocidad en la transmisión de los mensajes, proporciona abundante información, permiten un mayor diálogo y coordinación entre sus miembros, fomenta la colaboración con agentes externos, aprovecha la capacidad que ofrecen los sistemas de diseño por ordenador para falsificar pasaportes y billetes de avión, etc. De ahí, que la mayor parte de los grupos terroristas estén empleando este tipo de herramientas (correo electrónico, teléfonos móviles, fax, ordenadores, páginas web, etc). Es más, la mayoría cuentan con su propia página web, donde publican notas de prensa tras los atentados, imágenes, documentos



estratégicos o ideológicos, historia de la organización y de sus actividades, biografías de sus dirigentes, fundadores y héroes, información sobre sus objetivos políticos e ideológicos, descripción de sus acciones, etc.

Así, la primera web con vocación de ser la plataforma oficial de Al Qaeda fue [www.maalemajihad.com](http://www.maalemajihad.com) (“hitos de la yihad”), el problema fue que justo un año después de su creación desapareció de la red, debido a que su administrador olvidó renovar la suscripción con el servidor chino donde se encontraba alojada. De esta manera, los terroristas han pasado a controlar sus mensajes, diciendo en cada momento lo que ellos desean y proyectando la imagen que pretenden transmitir. No obstante, la página por antonomasia de Al-Qaeda fue [www.alneda.com](http://www.alneda.com) (“la llamada”). En ella era posible encontrar bajo un formato atractivo y colorista, una amplia gama de recursos: comunicados oficiales, “noticias” sobre la marcha de la yihad, archivos de audio y vídeo, fotografías, logotipos, recomendaciones de seguridad a los activistas, instrucciones de carácter técnico para llevar a cabo “ciber-jiyad” y –sobre todo– foros donde era posible

interactuar directamente con la comunidad yihadista a través del intercambio de opiniones, sugerencias y opiniones (Torres Soriano, 2004: 227). Pero a mediados de 2002, Al Qaeda perdió su dominio a manos de un ciudadano estadounidense. Aunque, pese a todo, la organización terrorista ha tratado de resucitar una y otra vez la emblemática web, gracias a un error que suele encontrarse en muchos servidores, y que consiste en instalar la página como parásito alojado en otras páginas legítimas, donde permanecerá colgada hasta que alguien avise al dueño o sea de nuevo descolgada (Torres Soriano, 2004: 227). Esta táctica se mantuvo hasta abril de 2003, cuando se trató de nuevo de relanzar la web bajo el nombre de Al Faroq.

### **La Externalización de la Actividad Comunicativa en la Red.**

En muchas ocasiones, los grupos terroristas –en especial los yihadistas– suelen externalizar su acción propagandística, al dejar que sean los activistas más calificados los que se dediquen a estos menesteres. Aunque eso sí, acostumbran a tener un contacto directo con los grupos terroristas, por lo menos mantienen algún tipo de lazo de



conocimiento y confianza con individuos concretos y alguna autoridad suficiente para actuar en nombre de sus respectivas organizaciones, lo que explica que los grupos estén dispuestos a ceder una importante parcela de esta actividad (Torres Soriano 2009a, 320). El más famoso es Younis Tsouli, hijo de un diplomático marroquí destinado en el Reino Unido, que pasó de ser un simple *hacker* a productor y distribuidor de *warez*, para después centrarse en labores de mayor compromiso ideológico como podían ser: facilitar enlaces de utilidad para los grupos yihadistas, reubicar sus páginas, plasmar su pericia informática en los foros para que otros pudieran hacer lo mismo, colaborar con la plataforma propagandística como Global Islamic Media Front, Tibyan Publications o Yihad Media Battalion, robar números de tarjeta de crédito, traducir textos, etc.

En el caso de Al Qaeda cuenta con la colaboración de estos voluntarios, además -desde 2005- la respalda el Frente Mediático Islámico Global (FMIG), que está haciendo de Internet una especie de nuevo “cuartel general” para desarrollar “la guerra santa mediática”, ya que hasta entonces la

organización sólo se limitaba a predicar la yihad internacional (Gunaratna, 2003). El primer comunicado del FMIG fue el firmado por “Salaheddine II”, el autoproclamado “emir” del movimiento, que invitaba a capacitarse para formar “Sarayas (brigadas) del Jihad mediático con el fin de romper el poder sionista en los medios de comunicación y aterrorizar así a los enemigos”. En este texto se explica que el FMIG es “una nueva Al Qaeda de información islámica sobre Internet. Nuestro objetivo consiste en denunciar al enemigo sionista [...]. No tenemos límites geográficos. Todos los especialistas en las nuevas tecnologías de la información y la comunicación están invitados a unirse a nosotros”<sup>2</sup>. De ahí que haya difundido más de 350 documentos, incluidos filmes y vídeos sobre las operaciones en Irak, Arabia Saudita, Afganistán y en otros puntos del planeta donde operan los grupos yihadistas, gracias también a la labor de su empresa audiovisual, “Sahab Institute for Media Production”. Además –periódicamente- están organizando concursos “on-line” para rapsodas o recitadores del Corán. Incluso, en los últimos tiempos han

<sup>2</sup> En: [www.univision.com](http://www.univision.com)





puesto anuncios de empleo en Internet pidiendo partidarios que colaboren en el montaje de sus vídeos y comunicados en la web sobre los extremistas en Irak, los territorios palestinos, Chechenia y otras zonas conflictivas donde hay combatientes activos<sup>3</sup>. Es más, están llegando a publicitar sus futuros ataques. Por ejemplo -en septiembre de 2006- Ayman al Zawahiri, señaló expresamente como objetivo a Francia y, en conjunto, a los países que apoyaron la Resolución 1701 de Naciones Unidas sobre el Líbano (Reinares, 2007: 4). Lejos quedan ya los tiempos en los que Al Qaeda dependía de los medios de comunicación occidentales y árabes, como Al Jazeera, a quienes acudía cada vez que necesitaba emitir un vídeo de algún atentado, un secuestro o hacer públicas las declaraciones de sus líderes. Ahora son ellos quienes controlan la difusión de mensajes y elaboran la estrategia propagandística de la organización.

### **Los Sitios Web de los Grupos Terroristas.**

Hoy en día, prácticamente todos los grupos terroristas, bien sea para divulgar la historia de la organización y de sus actividades, información sobre sus objetivos políticos e ideológicos, críticas de sus enemigos; o simplemente para lanzar amenazas o abrir foros de debate e interactuar con sus seguidores y simpatizantes. Aunque eso sí, no siempre son fáciles de encontrar ni de acceder, ya que como cabe de suponer suelen ser perseguidos por los servicios policiales y de inteligencia de los distintos gobiernos. De ahí, que normalmente se mantengan poco tiempo en una misma dirección, cambiando constantemente de ubicación; o bien, porque su acceso se encuentra limitado por un administrador. °

En todo caso, la tipología de los sitios web de los grupos terroristas sería la siguiente:

1. *Sites oficiales o webs* creadas y administradas directamente por miembros de la organización: Es el grupo menos numeroso pero el más importante y el más cuidado estéticamente y técnicamente, ya que este tipo de páginas son las principales fuentes para acceder a la difusión

<sup>3</sup> En Ryhno Zeros Web, del 4 de march of 2005.





de nuevos vídeos, grabaciones sonoras, libros y cualquier otro material original (Torres Soriano, 2009a).

2. *Foros*: Es un página web donde se coloca alguna pregunta sobre un tema en especial, esperando abrir un debate. Su diseño, gestión y estructura les vuelve especialmente atractivo para los grupos terroristas. En estos foros suelen registrarse destacados miembros del grupo, que con objeto de evitar los inconvenientes asociados a la “inestabilidad” de sus web oficiales, utilizan estas plataformas para colgar nuevos comunicados y enlaces hacia nuevo materiales (Torres Soriano, 2007: 260). Por este motivo estos foros suelen estar sometidos a varias medidas de “seguridad”. Por ejemplo, es frecuente encontrar contraseñas de entrada para prevenir la sobrecarga de las mismas, o pueden estar sometidos a la censura interna de sus administradores para evitar envíos que contradigan el mensaje yihadista, o pueden que los administradores delimiten los contenidos en función de la

categoría que les otorgan a los diferentes miembros en función de sus méritos dentro del foro, etc.

3. *Blogs*: Son utilizados para expresar opiniones y distribuir contenidos y enlaces con otras páginas. Gracias a los blogs se puede crear un verdadero “*feed back*” de la comunicación, ya que atraviesa un modelo bidireccional (uno a uno) para acabar en un modelo multidireccional (muchos a muchos). Los blogs se convierten así, en un espacio de discusión entre el lector y bloggero, pero también entre los lectores.
4. *Sites de distribución*: Tienen como objetivo el sustento de la infraestructura del grupo, de manera que los miembros del mismo no queden desenganchados de la *umma* virtual, como consecuencia de los *hackeos* por parte de los servicios de inteligencia y ciberactivistas individuales (Torres Soriano, 2007: 261). Además, muchas son auténticos directorios actualizados donde es posible encontrar reubicadas las más importantes



webs yihadistas, lo que las han convertido en un valioso recurso para aquellos individuos que se inician en el consumo de estos materiales, ofreciendo de manera sencilla y accesible toda una serie de recursos de información a través de los cuales pueden llevar a cabo una profundización en la ideología de los grupos (Torres Soriano, 2007: 261).

5. *Los grupos mediáticos*: El grupo mediático más representativo es, sin duda, el llamado Global Islamic Media (GIM), transformado posteriormente en Global Islamic Media Front (GIMF). Originalmente constituía uno de los grupos o espacios virtuales que la compañía Yahoo ofrece a los usuarios de sus cuentas gratuitas de correo electrónico. Dicho grupo atesoraba las direcciones de e-mail de casi 7.500 usuarios afiliados, los cuales recibían regularmente información sobre nuevos materiales, vídeos, enlaces, etc. (Torres Soriano, 2009a: 303).
6. *Las redes sociales*: Una red social que permite comunicar al instante a

cientos de miles de sus componentes, simplemente publicando un “*post*” que no puede superar los 140 caracteres. Además -en ellas- los usuarios pueden intercambiar de manera abierta: fotografías, textos y opiniones, a ellos se suman informaciones de interés como las nuevas direcciones webs de grupos terroristas.

7. *Páginas de alojamientos de vídeos y archivos*: YouTube, Internet. Archive, World TV; Megaupload o similares, esconden miles de archivos y videos de grupos terroristas.

Otra cuestión a tener en consideración son los destinatarios de las web. Debe tenerse en cuenta, que el 78% de las visitas a las web yihadistas proceden de Oriente Medio y el Norte de África, mientras que el 22% restante provienen del resto del mundo. Pero eso no significa que los grupos renuncien a buscar apoyo fuera de sus propias fronteras, ya que es normal encontrar páginas dirigidas exclusivamente a simpatizantes que residen en su territorio y otras destinadas para



aquellos que viven en otros lugares del planeta. Práctica, por cierto, muy habitual entre los grupos yihadistas. Dado que desde la óptica del yihadismo, los musulmanes afincados en Occidente son los perfectos muyahidínes, ya que conocen el idioma del enemigo, están habituados a sus usos y costumbres, y poseen un estatus jurídico que les facilita la movilidad y la confidencialidad de sus operaciones, pero también tienen una situación económica inferior al resto de la población de las sociedades en las que habitan, lo que les vuelve más permeables a la sensibilización psicológica que pueda proyectar este tipo de organizaciones.

### **Los Mensajes de los Grupos Terroristas por la Red.**

En todo caso, la información que los grupos terroristas difunden por Internet se dirige hacia los seguidores o miembros del grupo y a la causa, los simpatizantes y seguidores que no mantienen ningún tipo de vínculo directo con la organización, y los adversarios. No obviemos, que la guerra psicológica siempre ha sido un elemento esencial en las cruzadas de los

grupos terroristas. Por eso, la propaganda de guerra se dirige: en primera instancia, a la propia vanguardia para sostener la moral combatiente; luego, a la propia retaguardia que nutre de hombres y pertrechos a la vanguardia; posteriormente a los neutrales para impedir que se alíen con el enemigo, para mantenerlos en su posición equidistante o para atraerlos hacia la causa; asimismo se dirige hacia al enemigo, tanto a su vanguardia como a su retaguardia (Pizarroso, 2008: 51). De ahí, que la finalidad de los mensajes de los grupos terroristas, más en concreto de los yihadistas, sean:

- a) Transmitir la idea de que la victoria del enemigo es inalcanzable. Así, los mensajes de este tipo de grupos tratan de lograr que la población enemiga interiorice la idea de que es imposible “la victoria sobre el Islam” (Torres Soriano 2009a, 234). Por eso es frecuente que nieguen abiertamente la muerte o detención de algunos de sus miembros, o incluso dejen de hacer referencia a ellos, como si nunca hubieran existido. Al mismo tiempo que se dedican a ensalzar y magnificar sus



- victorias, como una forma no sólo de minar la moral del enemigo, sino también de incrementar la de sus seguidores.
- b) Deslegitimar a los gobernantes y las motivaciones que llevaron a emprender acciones contra ellos. De ahí, que su acción propagandística vaya dirigida a denunciar lo que ellos consideran los verdaderos motivos que han llevado a estos gobernantes a iniciar todo tipo de acciones para acabar con ellos. Con ello, no sólo intentan desprestigiar a la clase política de estos países, sino romper su unidad y fomentar la división.
- c) Transferir la culpabilidad. Así, la acción comunicativa está condicionada por la búsqueda de un efecto psicológico denominado “transferencia de culpabilidad” (Tugwell 1985), que se produce cuando la víctima de un atentado o la sociedad trasladan su responsabilidad de ese crimen hacia un actor diferente al que llevó a cabo dicha acción violenta.
- d) Generar un clima de alerta permanente que provoque una psicosis generalizada. Por ello, inundan la red de videos particularmente espectaculares o crueles, o de mensajes amenazantes o sobre posibles atentados, para obtener una repercusión mediática que no haga otra cosa que incrementar la sensación de vulnerabilidad de los países occidentales.
- e) Radicalizar a sus seguidores y reclutar nuevos simpatizantes. Para ello, se han dedicado a difundir, burlando los controles de los Estados, todo tipo de materiales sobre los ataques y atrocidades que están padeciendo los musulmanes, por ejemplo, en Irak o Palestina.

### Conclusiones

Internet se ha convertido en una gigantesca red de redes, en la que no manda nadie, imposible de controlar y en la que se interconectan millones de usuarios que pueden enviar y recibir mensajes, consultar bases de datos desde cualquier sitio, acceder a grandes cantidades de información multimedia,



relacionarse instantáneamente, etc. Un fenómeno social, del que no han sido ajenos los grupos terroristas que han encontrado en el ciberespacio un lugar ideal para producir, transmitir y difundir sin censuras sus propios materiales. En primer lugar, porque es más barato que los métodos tradicionales, dado que sólo es necesario un ordenador y una conexión en Internet. En segundo lugar, por el anonimato. En tercer lugar, por la variedad y el número de objetivos son enormes. En cuarto lugar, por lo difícil que resulta de contrabandear. En quinto lugar, porque sus acciones son complicadas de asociar. En sexto lugar, porque consiguen un altísimo impacto, golpeando directamente al adversario. Así, no han hecho otra cosa que lanzarse a la red. Hasta el punto que -en 1998- se identificaron por lo menos unas 30 organizaciones terroristas que tenían un espacio en Internet y justo dos años después se pudieron encontrar cientos de estas páginas en la red. Actualmente, existen alrededor de 10.000 sitios web dedicados a la divulgación de material violento y terrorista, lo que indica un crecimiento de la presencia de estos grupos en el ciberespacio (Sánchez Medero, 2008: 16). El único problema que han

encontrado son las vulnerabilidades que parece presentar el ciberespacio. No obstante, el balance sigue siendo más positivo que negativo, de ahí que los terroristas se hayan refugiado y trasladado a la red.

### Referencias:

- Adhami, Wael. (2007). La importancia estratégica de Internet para los grupos armados insurgentes en las guerras modernas. *International Review of the red cross*, diciembre 868, 305-327. Cambridge University Press.
- Arquilla, J. y Ronfeldt, D. (2002). *Networks and netwars: The future of terror, crime and militancy*. Santa Monica, Rand.
- Castells, M. (2007). La era de la información. En M. Castells (ed.) *Economía, sociedad y cultura*. La sociedad red. Madrid, Alianza.
- Colle, R. (2000). Internet: un cuerpo enfermo y un campo de batalla. *Revista Latina de Comunicación Social*, n° 30, junio. En: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000qjn/91colle.htm>
- Grey, D. H y Head, A. (2009). “The importance of the Internet to the



- post-modern terrorist and its role as form of safe haven”. *European Journal of Scientific Research*, 25 (3), 396-404.
- Gunaratna, R. (2003). *Al Qaeda. Viaje al interior del terrorismo islamista*. Barcelona, ServiDoc.
  - Hoffman, B. (1999). *Inside Terrorism*. Colombia, University Press.
  - Hoffman, B. (2006). *Combating Al Qaeda and the Militant Islamic Threat*. Santa Monica, Rand.
  - Jordán, J. (2002). “El terrorismo en la sociedad de la información. El caso del Al Qaeda”, en *El profesional de la información*, vol. 11, n° 4, julio-agosto, 297-305, Oxford, England.
  - Kahler, M. (2006). *Collective action and clandestine Networks: The case of al Qaeda*. San Diego, University of California.
  - Marret, J. L. (2003). *Terrorisme: les stratégies de communications*. Paris, Centre d’Études en Sciences Sociales de la Défense.
  - Merlos García, J. A. (2006). Internet como instrumento de la yihad. *Araucaria*, vol. 8, n° 016, diciembre, Universidad de Sevilla (España).
  - Nichiporu, B. y Builder, C. H (1997). Societal implications. En J. Arquilla, J. y D. Rondeft (ed.) *In Athena’s camp. Preparing conflict in the information age*. Santa Monica, Rand.
  - Ozeren, S ; Dincer, I y Al-Badayneh, D. M. (2006) *Understanding terrorism : Analysis of sociological and psychological aspects*. Amsterdam, IOS Press.
  - Pizarroso Quintero, A. (2008). “Aspectos de propaganda de guerra en los conflictos armados más recientes”. *Redes.com*, 5, 49-65, Sevilla, España.
  - Ranstor, M. (2004). Al Qaeda en el ciberespacio: desafíos del terrorismo en la era de la información. En F. Reinares y A. Elorza (eds.) *El nuevo terrorismo islamista. Del 11-S al 11-M*. Madrid, Temas de Hoy.
  - Reinares, F. (2007) ¿En qué medida continúa Al Qaeda suponiendo una amenaza para las sociedades europeas?. Madrid, *Real Instituto Elcano*.
  - Sánchez Medero, G. (2008) Ciberterrorismo: La guerra del siglo XXI. En *El Viejo Topo*, n° 242 marzo, 15/24, Barcelona, España.





- Sánchez Medero, G. (2009) Ciberguerra y Ciberterrorismo ¿realidad o ficción? Una nueva forma de guerra asimétrica. En F. Américo Cuervo-Argango y J. De Peñaranda Algar, J. (Comp.) *Dos décadas de Posguerra Fría. Actas de I Jornadas de Estudios de Seguridad*. (215/241). Madrid, Instituto Universitario General Gutiérrez Mellado-UNED.
- Sánchez Medero, G. (2009). 21<sup>st</sup> Century to two new challenges: Cyberwar and Cyberterrorism. *Nómadas. Mediterranean Perspectives*, 1, marzo, 665/681, Madrid, España.
- Tibbetts Patrick S. (2002). *Terrorist use of the Internet and related information technologies*. Fort Leavenworth, Kansas, School of advanced military studies. United States Army Command and General Staff College. En: <http://www.dtic.mil/cgi-bin/GetTRDoc?AD=ADA403802&Location=U2&doc=GetTRDoc.pdf>
- Timothy, T. L. (2003) Al Qaeda and the Internet: The Danger of Cyberplanning, *Parameters*, Spring: 112-123, United Kingdom.
- Torres Soriano, M. (2004). Violencia y acción comunicativa en el terrorismo de Al Qaeda. *Política y Estrategia*, octubre-noviembre, 96, Chile.
- Torres Soriano, M. (2007). *La dimensión propagandística del terrorismo yihadista global*. Granada, Tesis Doctoral de la Universidad de Granada.
- Torres Soriano, M. (2009a). *El eco del terror. Ideología y propaganda en el terrorismo yihadista*. Madrid, Plaza y Valdés Editores.
- Torres Soriano, M. (2009b). *Terrorismo yihadista y nuevos usos de Internet: La distribución de propaganda*. ARI 110, Madrid.
- Tugwell, Maurice A. J. (1985). “Transferencia de la culpabilidad”, en Rapoport, David C. *La moral del terrorismo*. Barcelona, Ariel.
- Weimann G. (2004). *How modern terrorism uses the internet*. United States.
- Weimann G. (2006). *Terror on the Internet. The new arena, the new challenges*. Washington, United States Institute of Peace Press.
- Weimann, G. y Fellow, S. (2004). *Terror on the Internet: The new arena, The new challenges*. United





*States Institute of Peace.* En: [rts/2004/0513\\_weimann.html](https://www.usip.org/2004/0513_weimann.html)  
<http://www.usip.org:80/fellows/repo>

• .