

Armas de seducción masiva: La factoría audiovisual con la que Estado Islámico ha fascinado a la generación millennial

Javier Lesaca

Armas de seducción masiva

La factoría audiovisual de Estado Islámico para fascinar a la generación *millennial*



PENÍNSULA ATLANTA

Fecha de publicación: 20 junio, 2017

Editor: Ediciones Península

Autor: Javier Lesaca

Longitud de impresión: 517

En el verano de 2014, un vídeo se hizo viral en la red. En él un encapuchado con nítido acento británico degollaba en nombre de Estado Islámico al periodista estadounidense James Wright Foley, secuestrado dos años antes. Era la tarjeta de presentación de un nuevo grupo terrorista que se daba a conocer al mundo no solo a través de bombas y balas sino también de vídeos elegantemente filmados, revistas bien diseñadas y trabajados hashtags en Twitter.

Desde entonces, los terroristas han producido y difundido más de 1.300 vídeos con el propósito de construir un relato propio que fascine y movilice a sus audiencias. Mediante estudiadas referencias a videojuegos, series y películas de actualidad, Dáesh busca convertir el terrorismo en un producto de comunicación transmedia popular y seductor, capaz de canalizar la frustración, el odio y el vacío intelectual y político, incluso el aburrimiento sistemático, de jóvenes de todos los países del mundo.

Tal como pudo verse en Bruselas y en París, y en sus atentados posteriores, Estado Islámico ha cambiado para siempre el modo en que el terrorismo piensa y actúa. Las nuevas armas de seducción masiva de grupos violentos y extremistas están obligando a los Estados y a las instituciones modernas a rediseñar por completo sus políticas de seguridad y de comunicación pública e institucional. La batalla por las mentes y los corazones de las nuevas generaciones de ciudadanos acaba de empezar. Y los resultados son imprevisibles...

<https://rapidgator.net/file/3f950f134933b61cfd94734d38d587e3/hwyduAhP6.pdf.rar.html>