

Divulga UAB

Revista de difusió de la recerca de la
Universitat Autònoma de Barcelona

09/09/2025

Retórica para borrar sentimientos: ¿cómo lo han hecho las revistas de ISIS?



El auge de la captación de jóvenes para fines terroristas es una creciente preocupación en todo el mundo. Un nuevo artículo examina los mecanismos de captación de ISIS en la revista *Dabiq* y plantea un análisis retórico de sus contenidos. Se trata de una investigación relevante ante el aumento de la desinformación en los espacios digitales y útil para localizar individuos radicalizados y prevenir sus acciones.

iStock/champpixs

La captación de jóvenes de todo el mundo, también en Europa, para fines terroristas es un fenómeno en auge, tal como ha destacado hace poco un [artículo](#) del *Wall Street Journal*. Una tesis doctoral del Departamento de Medios, Comunicación y Cultura de la UAB plantea un análisis retórico de la revista *Dabiq*, una de las más difundidas e influyentes de ISIS, desde el punto de vista de las armas lingüísticas psicológicas y comunicativas de sus contenidos.

Nouran Khalil, junto con sus directoras Carme Ferré-Pavia y Luisa Martínez García, han publicado en la revista *Media, War & Conflict*, de la editorial Sage, los primeros resultados

de investigación. El artículo "*Dabiq: An analysis of the usage of selective moral disengagement in terrorist-produced media*" plantea un análisis de contenido de todos sus números, unas mil páginas de la revista.

La investigación analiza qué mecanismos de distanciamiento moral están presentes en la retórica de la publicación. Estos elementos se basan en los planteamientos de Albert Bandura, un reconocido psicólogo relacionado con las formas de aprendizaje. Los resultados indican que los siete mecanismos de distanciamiento (justificación, eufemismos aplicados a actos violentos y víctimas, deshumanización, desplazamiento de responsabilidades, difusión de éstas, rechazo de consecuencias y comparaciones ventajosas hacia los victimarios) están presentes en *Dabiq*.

De ellos, los más frecuentes, de manera mayoritaria, son la justificación moral y el desplazamiento de responsabilidad. Así, los yihadistas de ISIS usan estos mecanismos identificados por la psicología para generar sus alianzas y sentimiento de grupo, para tolerar, promover y cometer actos violentos que, humanamente, parecen alejados de toda característica de empatía humana o piedad religiosa. Así, los hallazgos sugieren que el impacto psicológico en los lectores podría ser mucho más grave que el del mero uso de propaganda, activando mecanismos profundos que pueden desconectar el juicio moral y la autonomía humana.

Esta investigación es particularmente relevante y oportuna, dado el auge de los medios falsos, la manipulación en línea y la creciente prevalencia de la toxicidad en los espacios digitales, espacios muy atractivos para terroristas de toda índole. Este conocimiento, desde la comunicación, puede acompañar tanto a las autoridades que vigilan las redes para localizar a individuos radicalizados que pueden cometer atentados, como a los programas de prevención y freno de los procesos de radicalización en jóvenes, planeando el combate a este tipo de discursos y mecanismos morales.

Nouran Khalil, Carme Ferré-Pavia

Departamento de Medios, Comunicación y Cultura

Luisa Martínez-García

Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad

Universitat Autònoma de Barcelona

carme.ferre@uab.cat, luisa.martinez@uab.cat

Referencias

Khalil, N.; Ferré-Pavia, C., & Martínez-García, L. (2025). **Dabiq: An analysis of the usage of selective moral disengagement in terrorist-produced media**. *Media, War & Conflict*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/17506352251334906>

[View low-bandwidth version](#)