

28/09/2026

Les revistes d'ISIS: una nova existència en un univers contra els altres



Investigadores del grup Comress de la UAB han explorat com la propaganda d'Estat Islàmic construeix identitats i percepcions a través del discurs. A partir de l'anàlisi de *Dabiq*, la revista en anglès de l'organització terrorista, l'estudi mostra de quina manera els missatges s'articulen per dividir el món entre «nosaltres» i «ells», legitimar la violència i redefinir la pertinença al grup. La recerca revela com la narrativa propagandística pot arribar no només a persuadir, sinó a transformar profundament la manera com els lectors entenen el seu paper en el món.

iStock/EyeEm Mobile GmbH

No fa falta explicar què ens va passar per la ment quan nois nascuts i escolaritzats a Ripoll es van apuntar a generar una massacre a la Rambla de Barcelona, o quan llegíem que dones i homes de tot el món es van allistar a la guerra de Síria amb les milícies islàmiques, o quan veiem als nostres carrers que dones migrades tapen el caparró de les seves nenes de tot just 2 anys, una cosa que l'Alcorà no indica en cap moment, les mateixes que al segle XXI van tapades fins als ulls a l'Occident.

En l'article de les investigadores del grup Comress (Comunicació i Responsabilitat Social) Luisa Martínez i Carme Ferré-Pavia, i la doctoranda del programa de Mitjans, Comunicació i

Cultura Nouran Khalil planteja com la persuasió i la propaganda mou consciències per enganyar, convèncer de causes peregrines o subvertir l'empatia humana. La recerca revela quins són els mecanismes de manipulació de les creences i accions humanes. Si en una altra part del estudi analitzem els mecanismes morals, en aquesta ho revisem des de la perspectiva del *framing*, o els enquadraments periodístics.

Què passaria si la propaganda no sols persuadís a les persones, sinó que els digués qui són, a qui estimar i a qui odiar? En aquest estudi analitzem *Dabiq*, la revista en anglès d'Estat Islàmic (ISIS), com un model de com es construeix la identitat a través de la narrativa, en com contenen el que contenen. Al llarg de 206 articles publicats entre 2014 i 2017, ISIS es retrata com un grup sagrat —devot, heroic i moralment superior— mentre dibuixa tots els forasters com a enemics de Déu, mereixedors de violència i extermini.

En aplicar la teoria de l'enquadrament i la teoria de la identitat social (dues parts conceptuals que guien el mètode), i mitjançant una anàlisi inductiva del contingut, el nostre article mostra com ISIS construeix sistemàticament un univers polaritzat de «nosaltres contra ells» en el qual se santifica la violència, es deshumanitza als oponents i la pertinença a aquest grup es converteix en una obligació tant moral com existencial.

El resultat no és només persuasió, sinó transformació: als lectors no sols se'ls ofereix només una causa, sinó també una nova identitat a través de la qual veure el món. En una època en la qual la polarització i el conflicte d'identitats estan remodelant la política, els mitjans de comunicació i la vida pública, rastrejar com s'emmarca i s'utilitza la identitat com a arma és clau per a comprendre els mecanismes d'influència, el control ideològic i les forces que ens divideixen i mobilitzen.

Carme Ferré-Pavia

Directora del Departament de Mitjans, Comunicació i Cultura

Grup de recerca en Comunicació i Responsabilitat Social

Universitat Autònoma de Barcelona

Carme.Ferre@uab.cat

Referències

Khalil, N., Ferré-Pavia, C., & Martínez García, L. C. (2025). **It's us vs. them: social identification framing and polarization in ISIS' Dabiq Magazine**. *Behavioral Sciences of Terrorism and Political Aggression*, 1–19. <https://doi.org/10.1080/19434472.2025.2596197>.

[View low-bandwidth version](#)