Valeria Vizcaino, Ana Isabel Carrillo y Romina Pérez

Radicalización y reclutamiento online: Estado Islámico y The Proud Boys frente a frente

Online Radicalization and Recruitment: Islamic State and The Proud Boys Face to Face

Resumen

Pese a surgir de contextos ideológicos, geográficos y culturales radicalmente distintos, los movimientos extremistas contemporáneos comparten patrones tecnológicos y comunicativos en sus procesos de radicalización.

Este estudio explora los mecanismos mediante los cuales discursos digitales logran movilizar a individuos hacia la acción, centrándose en dos casos paradigmáticos: el Estado Islámico y The Proud Boys. A través de un enfoque comparativo, se analizan los objetivos ideológicos, el público destinatario y los símbolos empleados por cada grupo en sus narrativas digitales. Al abordar comparativamente dichas tácticas, el estudio resalta que estas apelan a sentimientos de desarraigo particularmente entre hombres jóvenes. El estudio propone que más allá de las diferencias doctrinales, la radicalización actual se sostiene en dinámicas discursivas comunes facilitadas por el ecosistema digital.

Palabras clave: radicalización, reclutamiento, redes sociales, IS, Proud Boys

Abstract

Despite emerging from radically different ideological, geographical, and cultural contexts, contemporary extremist movements share technological and communicative patterns in their radicalization processes. This study examines the mechanisms by which digital discourses motivate individuals to take action, focusing on two paradigmatic cases: the Islamic State and the Proud Boys. Through a comparative approach, the ideological objectives, audiences, and symbols employed by each group in their digital narratives are analyzed.

By comparatively addressing these tactics, the study highlights that they appeal to feelings of displacement, particularly among young men. Therefore, the study proposes that beyond doctrinal differences, current radicalization is sustained by common discursive dynamics facilitated by the digital ecosystem.

Keywords: radicalization, recruitment, social media, IS, Proud Boys

Valeria Vizcaino Sánchez, Licenciatura de Relaciones Internacionales, Tecnológico de Monterrey.
Ana Isabel Carrillo Pascalis, Licenciatura de Relaciones Internacionales y Derecho, Tecnológico de Monterrey.
Romina Pérez Barrientos, Licenciatura de Relaciones Internacionales y Derecho, Tecnológico de Monterrey.

Para citar este artículo: Vizcaino, V., Carrillo, A. y Pérez, R. (2025), Radicalización y reclutamiento online: ISIS y The Proud Boys frente a frente, Revista Internacional de Estudios sobre Terrorismo, nº15, pp.20-30.

Recibido
06/07/2025
Aceptado
27/08/2025

1. Introducción

Internet ha sido utilizado como una plataforma desde la que los terroristas no solo buscan financiación o informan sobre la planificación y ejecución de sus ataques y acciones, sino también ha sido empleada para que estas agrupaciones difundan propaganda, "convocatorias" de reclutamiento y promocionen adiestramiento. Todo ello mediante comunicados y vídeos publicados en redes sociales, foros y sitios cifrados para radicalizar y captar nuevos miembros, inclusive menores de edad.

El terrorismo actual ha migrado al entorno digital, donde las redes sociales, con 5.17 mil millones de usuarios en 2023 (Statista, 2024), actúan como armas poderosas para difundir odio, extremismo y desinformación. Los grupos terroristas, independientemente de su ideología, emplean estrategias digitales similares para manipular narrativas, radicalizar y reclutar seguidores, aprovechando la escasa regulación. Con esto en mente, el estudio plantea la hipótesis de que la radicalización no se debe a un factor ideológico exclusivo de un grupo o de otro, sino que, en este caso de estudio, tanto Estado Islámico como the Proud Boys recurren a las mismas estrategias digitales de generación de una identidad colectiva a través de narrativas y simbolismos, las cuales propician el reclutamiento y posteriormente la radicalización y adoctrinamiento de los iniciados.

Para trabajar sobre esta hipótesis se emplea una metodología deductiva en ambos casos de estudio para analizar dichos métodos de radicalización y reclutamiento. Como base teórica, se utilizarán los conceptos de "habitus" de Bourdieu (Bourdieu y Ruiz De Elvira, 1998) y "identidad cultural" de Hall (Hall y du Gay, 1996) para explicar la formación ideológica. En este sentido, las redes sociales serán entendidas como espacios cerrados que refuerzan ideologías extremas (Tufekci, 2017). Además, se toma la definición de radicalización y reclutamiento según Neumann y Rogers (2007), y se diferenciarán los grupos extremistas de los terroristas (Laqueur, 1977; Bötticher, 2017).

Inicialmente, se presenta una breve contextualización sobre el problema y la importancia de las redes sociales en el reclutamiento de nuevos miembros por parte de grupos terroristas y se expondrá un breve perfil de los dos grupos propuestos. Posteriormente, se profundizará en el análisis comparativo. En este, se describen las similitudes en los métodos de reclutamiento y radicalización de ambos grupos a partir del marco teórico propuesto, así como de la información recogida y analizada en la sección anterior. Por último, se expondrán los principales hallazgos y recomendaciones para futuras investigaciones.

2. Importancia de las redes sociales en el marco del terrorismo

Las redes sociales han llegado a irrumpir como un nuevo elemento dentro del ecosistema terrorista, reconfigurando la interacción entre los actores anteriormente conocidos de una forma sin precedentes. Las redes sociales representan herramientas multifuncionales que permiten desde la propagación de discursos ideológicos hasta la coordinación logística de atentados. Todo este fenómeno se ve reflejado en la digitalización del terrorismo, dado que es un ambiente en el que lo virtual y lo físico se homogenizan.

Partiendo desde lo contemporáneo, plataformas como Telegram, X (antes Twitter), Facebook y YouTube no son solo canales de difusión, sino verdaderas puestas en escena donde los grupos radicales proyectan poder, intimidan y reclutan adeptos. De acuerdo a Flores Sánchez (2007), estas plataformas ofrecen ventajas claves para el terrorismo, puesto que representan herramientas de bajo costo, alcance global, anonimato relativo y resistencia a la censura.

Francisco Agra (2022) desarrolla cómo el ciberespacio ha desdibujado las fronteras entre el adoctrinamiento ideológico y la ejecución delictiva. A partir de este nuevo escenario se presenta la oportunidad ideal para maximizar presencia, dado que este terrorismo empoderado por las redes sociales ya no requiere desplazamiento físico ni contacto directo. Basta con un canal en YouTube o una cuenta de Instagram para desencadenar un proceso de radicalización.

Esta nueva realidad, inicia explícitamente durante los años noventa con el uso de páginas web estáticas hasta la migración a redes sociales y apps (aplicaciones) cifradas tras la Primavera Árabe y el ascenso del Estado Islámico. Haciendo referencia a lo anterior, Flores Sánchez (2007) señala que el punto de inflexión fue la guerra de Afganistán e Irak, donde el "e-terrorismo" comenzó a consolidarse como estrategia.

Los atentados del 11-M en Madrid evidenciaron este planteamiento inicial, dado que el uso de plataformas digitales para la planificación logística y la justificación ideológica de ataques fue crucial[1]. No obstante, se debe de tener en cuenta que dicho fenómeno se encuentra en constante evolución, tomando una dirección más descentralizada y enfocada al autoadoctrinamiento.

Lo llamativo de las redes sociales para los terroristas recae en su capacidad de diseminar contenido de forma viral. Esto a su vez representa un desafío para todas las estructuras planteadas a nivel legal y técnico. Dado que la moderación de contenido es insuficiente, los algoritmos amplifican discursos extremistas y no existe un consenso internacional para regularlo[2]. Como sociedad no se ha demostrado tener esa capacidad de reacción equivalente a la evolución que ha presentado el fenómeno. Agra (2022), sustentando este planteamiento, resalta que los marcos legales aún se encuentran rezagados ante la velocidad con la que el terrorismo se adapta al entorno digital. Por su parte, el anonimato, el cifrado y la fragmentación de la red son condicionantes claves que impiden identificar rápidamente amenazas emergentes, por lo que es necesario que la ciberseguridad capaz de combinar vigilancia tecnológica, reformas legales y estrategias preventivas en redes sociales.

1 Otro ejemplo de ello fue el caso francés "Ministerio Público contra Arnaud y otros", donde emplearon en su investigación medios como la vigilancia física, el análisis forense y la vigilancia digital, ya que en este contexto, Arnaud, alias "Abdallah", incitaba a la yihad y utilizaba herramientas como Pretty Good Privacy (PGP) y WinZip para cifrar sus comunicaciones y proteger archivos sensibles. Por ejemplo, PGP ofrecía cifrado asimétrico altamente seguro, mientras que WinZip permitía comprimir y proteger documentos con contraseña. Estas tecnologías dificultan el acceso a la evidencia. La frase incitadora "apresúrate a buscar el martirio cuanto antes" fue clave para vincularlo a actos planificados y justificar su condena (Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito, 2013, pp. 57 - 65).

2 Algunas plataformas digitales fueron pioneras en la difusión del terrorismo digital en la primera década del siglo XXI. La inmensa mayoría de estas plataformas ya están bloqueadas o han quedado inutilizadas hoy en día. Algunos ejemplos de ello son *Al Neda*, que empezó a operar en 2001 y fue un sitio clave de Al Qaeda para difusión de propaganda, vídeos e instrucciones. Algo similar ocurre con *Maalemajihad.com*, que tuvo su auge en el año 2000, tuvo una breve vida, y estaba centrada en la formación ideológica y táctica de nuevos miembros. Un último caso es Ogrish.com, utilizada entre el año 2000–2006. Aunque no era específicamente yihadista, fue usada para difundir vídeos sumamente violentos de ataques y ejecuciones; (Gutiérrez Gutiérrez, 2012).

3. Tácticas de radicalización y reclutamiento yihadista en redes sociales

3.1. Objetivo, estructura, motivación y presencia del grupo

El Estado Islámico (IS) es una de las organizaciones terroristas más poderosas y extensas que han existido. En su auge, controló aproximadamente el 60% del territorio sirio y el 40% del iraquí, lo que le permitió ejercer un dominio significativo sobre ambas sociedades. Desde la proclamación de su califato en 2014, operó como un Estado paralelo, llegando a tener mayor autoridad que los gobiernos legítimos de la región (Speckhard & Ellenberg, 2020).

Económicamente, IS se consolidó como un actor poderoso en el escenario internacional. Sus principales fuentes de financiación incluyeron el robo de bancos, secuestros, tráfico ilegal de petróleo, esclavitud sexual y otras actividades ilícitas. Además, el grupo implementó de manera radical la ley islámica o "Sharia", lo que conllevó numerosas violaciones a los derechos humanos, especialmente contra mujeres y menores de edad, quienes eran frecuentemente explotados o esclavizados bajo justificaciones religiosas (Speckhard & Ellenberg, 2020).

En el ámbito cultural, IS también causó estragos. Se lucró mediante la venta ilegal de piezas arqueológicas de gran valor y, al mismo tiempo, destruyó patrimonio histórico para reforzar su narrativa ideológica. Estas acciones tenían una doble intención: financiar sus operaciones y utilizar la destrucción como propaganda para atraer seguidores, demostrar poder y promover el rechazo hacia religiones o identidades consideradas "infieles". Estas prácticas buscan eliminar cualquier forma cultural o religiosa distinta, lo que las convierte en una forma de terrorismo simbólico y cultural (Terrill, 2017).

En cuanto a su estructura, esta organización terrorista ha operado de manera descentralizada, es decir, ha sabido construir una "burocracia" hasta cierto punto como la de un estado federal en el que existe un mando central unificador, que controla todas sus ramas u oficinas regionales, las cuales operan también de manera casi autónoma gestionando sus propias operaciones y finanzas y permitiendo al grupo adaptarse más fácilmente a distintos contextos socioculturales (Al-Azhar Observer, 2023).

3.2. Principales canales de reclutamiento

Los medios de reclutamiento de nuevos miembros en esta organización han evolucionado en conjunto con la sociedad digital en la que vivimos hoy en día, sin embargo, la esencia de sus métodos han sido siempre los mismos:

1. Captación de adeptos a una edad temprana, es decir, atraen niños o adolescentes para enseñarles ideas extremistas desde muy jóvenes.

2. Radicalización en centros penitenciarios, haciendo llegar a las cárceles su ideología con el fin de convencer a presos para unirse a su causa violenta.

3. Explotación de redes sociales, utilizando internet para difundir propaganda, reclutar y coordinar ataques fácilmente.

Hoy en día, tras el desmantelamiento del califato de IS que dejó a su paso ciudades arrasadas como es el caso de Mosul (BBC Mundo, 2017), y las ciudades sirias de Raqa y Alepo (Luizard, 2015); se ha transitado hacia un califato digital o "cibercalifato", en el que las principales redes de reclutamiento son protagonizadas por las redes sociales que usa todo el mundo a diario, tales como Youtube, Telegram, Instagram, y Twitter, además de redes no tan comunes como Twitch para expandir su dominio y presencia sin fronteras (Las Heras, 2022).

3.3. Discurso audiovisual: narrativa, simbología y público objetivo

Hoy en día, toda ideología necesita de un discurso audiovisual para atraer a más gente a sus filas, en especial cuando se trata de religión y las narrativas de la otredad, de lo occidental en este caso. Es por ello que su discurso combina imágenes de armonía social con escenas extremas de violencia, generando una contradicción radical, ya que presenta una sociedad ideal bajo el califato, mientras exhibe ejecuciones y torturas brutales ocultando su delirio religioso-nacionalista bajo una narrativa de orden y perfección social inalcanzable en un mundo globalizado y multicultural. Finalmente, el atractivo visual se sostiene en mostrar el sufrimiento físico como prueba última del poder y la fe en acción (González, 2017).

Como organización terrorista, IS se ha caracterizado desde sus inicios como un grupo extremadamente violento y grotesco, que exhibe sin ningún tipo de filtro todos sus actos violentos y atentados, haciendo uso de contenido audiovisual como arma global y mostrando ejecuciones con estética mediática para sembrar terror. Es una organización que no oculta sus crímenes, sino que, al contrario, los convierte en espectáculo, y logra fusionar violencia, fe y poder en una estrategia comunicativa que se ha normalizado (González, 2017).

Su propaganda en Occidente se dirige principalmente a jóvenes desarraigados a su contexto familiar, emocionalmente vulnerables y en busca de identidad, ya que su discurso victimiza al mundo musulmán. Rechaza el orden occidental y ofrece sentido, pertenencia y prestigio a través del adoctrinamiento cerrado, el control grupal y una visión de la llegada del juicio final. De ahí surge la urgencia por redimirse ante Alá, porque los "verdaderos creyentes" serán salvados y los "infieles" destruidos, justificando así la violencia como parte de un plan divino inevitable; una narrativa legitimada por una ideología fundamentalista e intolerante a la otredad (Romero Ramírez & Durán Rodríguez, 2010).

4. Tácticas de radicalización y reclutamiento de extrema derecha en redes sociales

4.1. Objetivo, estructura, motivación y presencia del grupo

En el espectro del extremismo contemporáneo, *The Proud Boys* representa una clara manifestación del auge de la extrema derecha a través de símbolos nacionalistas, discursos supremacistas y una defensa agresiva de la identidad masculina tradicional. Fundado en 2016 por el comentador canadiense Gavin McInnes, *The Proud Boys* es clasificada por el FBI como un grupo neo-facista de extrema derecha, destacando principalmente por su participación en el Asalto al capitolio de los Estados Unidos el 6 de enero de 2021 (Bailard et al., 2024:2057-2056).

El grupo se identifica como "Chovinistas occidentales que se niegan a disculparse por crear el mundo moderno." (Kutner, 2020:5) Si bien, no se autodenominan como parte del *alt right,* Kutner (2020) demuestra la existencia de símbolos criptofascistas, imaginería de supremacía blanca y la afinidad hacia puntos de vista racistas, misóginos y homofóbicos en la ideología del grupo; elementos clave del *alt right* (Kutner, 2020:5). Con esto en mente, y bajo el lema "The West is Best", el objetivo del grupo es restaurar una cultura occidental, blanca, americana, cristiana que reafirme el papel del hombre blanco en la sociedad actual.

Si bien se desconoce la estructura oficial del grupo, se puede intuir una jerarquización dentro de los Proud Boys, existiendo niveles de 'membresía' dentro de este que, a su vez, establecen el camino marcado desde el reclutamiento hasta la radicalización dentro del grupo. (DeCook, 2018, p.488; Kutner, 2020:4-5).

4.2. Principales canales de reclutamiento

Desde su creación, los Proud Boys han hecho uso de una serie de redes sociales tanto para la comunicación interna como externa, fungiendo como una herramienta clave para llevar a cabo actividades cruciales que comprenden desde el reclutamiento de nuevos miembros hasta la planeación de eventos y la proliferación de su ideología (Bailard et al., 2024:2058).

Desde 2016 hasta 2018, los Proud Boys explotaron las principales redes sociales como Instagram, Facebook y Twitter a su favor. No obstante, en 2018, estas últimas removieron las principales cuentas del grupo, incluyendo la de su fundador (Linton, 2018). Este hecho, consolidó el uso de Instagram como la plataforma principal de los Proud Boys; generando a su vez una migración a plataformas como Truth Social y Parler para el reclutamiento de potenciales miembros, y Telegram para la comunicación encriptada dentro del grupo (Kelly, 2024, p.4; Bailard et al., 2024: 2058).

4.3. Discurso audiovisual: narrativa, simbología y público objetivo

A través de estas plataformas, el grupo busca atraer un perfil específico de reclutas con "una lista definida de identidades: blanco, libertario, antifeminista y antimoderno." (Kelly, 2024: 9) En este sentido, el grupo busca reclutar hombres jóvenes, marginados, que expresan una percepción de pérdida del "lugar social" que les corresponde frente al papel protagónico de ideologías progresistas.

De acuerdo con diversos estudios (DeCook, 2018; Kelly, 2024; Kutner, 2020), los Proud Boys han construido una identidad provocadora a través del uso de herramientas narrativas y audiovisuales para la generación de una simbología compartida entre los miembros del grupo. Entre ellas destacan los memes, la metáfora de la 'píldora roja', las teorías conspirativas y el uso y exhibición de uniformes y tatuajes. Las primeras resultan especialmente clave para el proceso de reclutamiento.

DeCook (2018), destaca que los memes "se han convertido en un medio para difundir propaganda, [siendo] fragmentos pequeños de ideología política y cultural que son fácilmente digeribles "(DeCook, 2018:485). En este sentido, los Proud Boys se han vuelto expertos en usar y configurar memes para reclutar e inducir. Las principales características de estos son el uso del mantra 'Occidente es el mejor' - 'The West is the Best' - y el uso de símbolos tradicionalmente relacionados con la masculinidad americana como lo son la figura del tío Sam y el whiskey Jack Daniels (DeCook, 2018:491-492).

Además de esta simbología visual, el contenido de los memes consolida las principales narrativas de supremacía y justificación del grupo[3]. Este tipo de memes fomentan la determinación de los Proud Boys de regresar a una sociedad puramente occidental, blanca y cristiana lejos del multiculturalismo actual (DeCook, 2018, p.500). Si bien pudieran parecer como publicaciones inofensivas, detrás de estos memes se encuentra una poderosa forma de propaganda subconsciente e invisible que refuerza la ideología extremista del grupo.

La metáfora de la píldora roja es otra de las herramientas narrativas más importantes que los Proud Boys emplean constantemente para reclutar nuevos miembros. Esta imagen, inspirada en Matrix (1999), establece que existe una simulación ocasionada por las ideologías progresistas de la cual se debe despertar para restaurar el orden y los valores occidentales en la sociedad (Kelly, 2024:6). Esta teoría conspirativa busca apelar a la precariedad, la incertidumbre y la exclusión social; factores y sentimientos clave que los Proud Boys saben capitalizar para el reclutamiento (Kutner, 2020, p.6). Esto a su vez, permite al grupo construir una nueva concepción de la realidad basada en la "precariedad como hombre estadounidense blanco de clase trabajadora en riesgo de perder su lugar en la sociedad" (Kutner, 2020:6). Este discurso funge como una doble herramienta al facilitar el reclutamiento y justificar las acciones extremistas que surgen de dicho discurso.

3 Por ejemplo, una de las publicaciones presentadas por DeCook (2018) exhibe el siguiente texto, "- Papá, ¿por qué no hay musulmanes en Star Trek? -, - Por qué es el futuro, hijo -".

5. Análisis comparativo: similitudes y diferencias

A continuación, se presenta el análisis comparativo entre el Estado Islamico y *The Proud Boys*. Entre los elementos a comparar se encuentran la motivación y objetivos de cada grupo, su narrativa, público objetivo y la simbología que los caracteriza o a la que recurren para realizar sus actos. Para fines visuales la comparación se presenta en la *Figura 1*, detallándose posteriormente los principales hallazgos.

Elemento	Estado Islámico	The Proud Boys
Motivación/Objetivos	Busca imponer un califato islámico global mediante violencia, propaganda y control territorial, financiado con actividades ilícitas. Impusó la sharia, destruyó patrimonios y sometió poblaciones para consolidar su poder.	Desea restaurar una cultura occidental, blanca y cristiana, reafirmando el rol dominante del hombre blanco mediante nacionalismo, violencia y rechazo a la diversidad e ideologías progresistas.
Narrativa	Combina violencia extrema con promesas divinas, mostrando un califato ideal frente a un mundo corrupto. Atrae jóvenes vulnerables ofreciendo identidad y redención mediante la yihad.	Promueve una visión antifeminista, antimoderna y supremacista donde el hombre blanco debe "despertar" del engaño progresista para restaurar el orden occidental, cristiano y tradicional.
Canales de reclutamiento y público objetivo	Recluta jóvenes vulnerables usando redes sociales, prisiones y adoctrinamiento infantil. Difunde propaganda digital y promete identidad y redención mediante violencia sustentada en una ideología yihadista radical.	Reclutan principalmente a través de redes sociales como Instagram, Truth Social, Parler y Telegram. Estas plataformas facilitan la difusión de su ideología y la captación de miembros, sobre todo hombres jóvenes carentes de identidad y propósito.
Simbología	Mezcla violencia, fe y poder en imágenes impactantes. Usa brutalidad y orden ideal para aterrorizar y adoctrinar, mostrando el dolor físico como prueba de fe y dominio.	Incluye memes, uniformes y la "píldora roja", que representa el "despertar" frente al engaño progresista, exaltando la masculinidad, la supremacía blanca y valores occidentales tradicionales.

Figura 1. *Tabla comparativa ISIS vs Proud Boys*. Fuente: elaboración propia.

En cuanto a las motivaciones de ambos grupos, se puede apreciar una diferencia abismal, ya que si bien ambos grupos están relacionados con la identidad de una sociedad, el Estado islamico busca construir desde cero un Estado puramente islámico basado en la rama suní. Mientras, The Proud Boys busca defender y reinstalar una cultura occidental donde los hombres blancos cisgenero sean el grupo dominante, sometiendo al resto de facciones sociales ante ellos a través de la violencia.

En segundo lugar, la narrativa es un factor en el que, hasta cierto punto, se encuentran ambos grupos, ya que suelen buscar hombres jóvenes que no tienen un sentido de pertenencia o identidad sólida. Sin embargo, una diferencia clave está en que IS sí acepta mujeres dentro de sus filas, dándoles un papel más o menos notorio, mientras que en The Proud Boys no hay lugar para ninguna persona del sexo femenino.

La narrativa de ambos grupos sin duda es promover una ideología que se considera como "la mejor para la sociedad" según el contexto de cada uno. Es así que IS promueve que solo por medio de la yihad es como el ser humano puede lograr redimirse ante Alá y así poder alcanzar el paraíso. Por su parte, la narrativa de The Proud Boys considera que regresando a la sociedad antimoderna, antifeminista, y androcentrista es como se podrán conservar los pilares de la sociedad estadounidense y restaurar el orden cristiano tradicional.

Por último, en lo que respecta a la simbología, ISIS se enfoca en mezclar perfectamente la violencia con la fe mediante imágenes traumáticas, como videos de ataques terroristas, ejecuciones públicas a "infieles" o acciones de esclavitud. Todo ello bajo la justificación de que quien tome esas acciones a favor del islam, en defensa de sus ideales y por Alá lograra la redención y llegar al paraíso. Por otro lado, The Proud Boys se enfoca en crear un contenido visual principalmente en el que la masculinidad, los valores cristianos tradicionales y la supremacía blanca sean los protagonistas, utilizando principalmente el poder blando de los recursos comunicativos.

6. Conclusión

La presente investigación, a partir del análisis efectuado y el estudio comparativo previamente presentado ha evidenciado que, a pesar de las diferencias ideológicas, culturales y geográficas, tanto Estado Islámico como The Proud Boys comparten patrones narrativos, comunicativos y tecnológicos relativamente similares en sus procesos de reclutamiento y radicalización digital. En este sentido, uno de los principales hallazgos es el público objetivo al que buscan captar. Pues, ambos grupos explotan las crisis identitarias de jóvenes, especialmente aquellos que se sienten marginados o silenciados dentro de su contexto político-social actual. Utilizando discursos que prometen sentido, pertenencia y una causa trascendental, así como un espacio de comunidad digital con otros que comparten su misma concepción de la realidad. Si bien se reconocen las diferencias entre ambos grupos en torno a ideología, símbolos, objetivos y plataformas, tanto IS como The Proud Boys han sabido explotar perfectamente el uso de narrativas, simbolismos cuidadosamente construidos y estrategias audiovisuales clave, tales como memes o videos para la obtención de sus objetivos.

El análisis comparativo realizado demuestra la aceptación de la hipótesis principal del estudio: la radicalización y reclutamiento va más allá del contenido ideológico. La efectividad de ambos grupos para el reclutamiento se sustenta más bien en su capacidad de instrumentalizar el entorno digital, generando un sentido de pertenencia y creación de un *habitus* propio de cada uno. Esto facilita el proceso de adoctrinamiento y sustenta las manifestaciones físicas de violencia en pro del grupo.

A partir de los hallazgos se está en condición de proponer una serie de futuras líneas de investigación. Primero, se aconseja profundizar en la generación de evidencia primaria de las narrativas de ambos grupos a través de técnicas como la etnografía digital. Segundo, extender el análisis comparativo a otros grupos dentro de las mismas categorías o, en todo caso, realizar el mismo ejercicio dentro de otro tipo de grupos como aquellos de extrema izquierda. Tercero, profundizar en el papel de la inteligencia artificial y las tecnologías emergentes, explorando sus implicaciones a futuro y su potencial riesgo. Y, finalmente, se recomienda profundizar en la investigación y creación de marcos legales y regulatorios para los discursos extremistas y de odio que, como se demostró, hacen uso de tácticas narrativas sofisticadas, evadiendo las restricciones actuales.

7. Referencias

Agra, S. V. F. (2022). La digitalización del miedo: del terrorismo clásico al terrorismo tecnológico. El Criminalista Digital, (10), 17–37.

Al-Azhar Observer. (15 febrero 2023), La estructura organizativa de ISIS: una red global extendida.

Bailard, C. S., Tromble, R., Zhong, W., Bianchi, F., Hosseini, P., & Broniatowski, D. (2024). "Keep Your Heads Held High Boys!": Examining the Relationship between the Proud Boys' Online Discourse and Offline Activities. American Political Science Review.

BBC Mundo. (11 agosto 2017). Los mapas, fotos y gráficos muestran la devastación de Mosul, la ciudad en Irak donde Estado Islámico creó su califato. BBC News Mundo.

Bourdieu, P., & Ruiz De Elvira, M. D. C. (1998). La Distinción: Criterios y bases sociales del gusto. Taurus.

DeCook, J. R. (2018). Memes and symbolic violence: #proudboys and the use of memes for propaganda and the construction of collective identity. *Learning, Media and Technology*, *43*(4), 485–504.

Flores Sánchez, M. L. (2007). Internet como herramienta del integrismo yihadista. Dialnet.

González, J. A. (2017). Paradojas comunicativas en los videos del Estado Islámico. Cuadernos de Lingüística Hispánica, (28), 15–34.

Gunaratna, R. (2003). Inside Al Qaeda: Global network of terror. The Berkley Publishing Group.

Gutiérrez Gutiérrez, A. (2012). Cómo el terrorismo islamista usa internet. QdC: Cuadernos de Criminología, (8), 8–13.

Hall, S., & du Gay, P. (Eds.). (1996). Questions of Cultural Identity. SAGE Publications.

Kelly, M. (2024). Recruiting Terrorists: How ISIS and the Proud Boys Employ Social Media to Gain Followers. *Journal of Theta Alpha Kappa*, *48*(1), 1–18.

Kutner, S. (2020). *Swiping Right: The Allure of Hyper Masculinity and Cryptofascism for Men Who Join the Proud Boys*. International Centre for Counter-Terrorism.

Las Heras, P. (21 marzo 2022). ¿Cómo recluta el ISIS a sus miembros? Global Affairs. Universidad de Navarra.

Llobet Anglí, M. (2015). Lobos solitarios yihadistas: ¿Terroristas, asesinos o creyentes? Instituto Universitario General Gutiérrez Mellado.

Luizard, P.-J. (2015). La emergencia del Estado Islámico: Claves geopolíticas, historia y clivajes confesionales. Nueva Sociedad, (257), 49–60.

Millington, C. (2024). Bad history: a historian's critique of Rapoport's "four waves of modern terrorism" model. Critical Studies on Terrorism, 17(3), 488–505.

Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito. (2013). El uso de internet con fines terroristas. Naciones Unidas.

Rapoport, D. C. (2004). The four waves of modern terrorism. En A. K. Cronin & J. M. Ludes (Eds.), Attacking terrorism: Elements of a grand strategy (pp. 46–73). Georgetown University Press.

Romero Ramírez, A. J., & Durán Rodríguez, M. del M. (2010). Islam y terror. Convergencia, 17(54), 53–68.

Sánchez Medero, R. (2010). Terrorismo y comunicación digital. Universidad Complutense de Madrid.

Speckhard, A., & Ellenberg, M. D. (2020). ISIS in Their Own Words: Recruitment history, motivations for joining, travel, experiences in ISIS, and disillusionment over time – Analysis of 220 in-depth interviews of ISIS returnees, defectors and prisoners. Journal of Strategic Security, 13(1), 82–127.

Statista. (2022). Online Extremism.

Terrill, W. A. (2017). Antiquities destruction and illicit sales as sources of ISIS funding and propaganda. Strategic Studies Institute, U.S. Army War College.