

información en clave a sus colaboradores durante la invasión, con consignas y mensajes de todo tipo frente a los cuales las poblaciones no tenían cómo reaccionar. No obstante, no fueron los únicos que se valieron de la radio para tal fin, los argelinos también lo hicieron en su guerra de liberación, con la apertura de la cadena *La voz de Argelia libre*. Por tanto, la radio se convirtió en el medio ideal de propaganda para los conflictos que se produjeron durante la segunda mitad del siglo, mientras que anteriormente era la prensa escrita la que se empleaba para informar y desmoralizar al enemigo.

Aunque, igualmente hay que decir que el cine ha jugado un papel relevante a la hora de transmitir mensajes y defender acciones. Valga de ejemplo, los dos documentales: *El triunfo de la voluntad* (1936) y *Las Olimpiadas* (1936), dirigidos por la realizadora berlinesa Helena *Leni* Riefenstahl para mostrar al mundo las fortalezas del III Reich. Pero esto no ha sido un hecho aislado, a lo largo de la historia del cine se han producido largometrajes y documentales históricos que han ido relatando gráficamente los acontecimientos principales que han ido sucediendo hasta nuestros días, y muchos de ellos, han sido controlados por el aparato estatal que los han impulsado. Durante la Segunda Guerra Mundial, por ejemplo, Hollywood a la hora de realizar sus superproducciones escuchaba a las recomendaciones de la *Office of War Information*, por no hablar del propio código de autocensura *Hays* que impuso a sus productores.

La irrupción de la televisión en la transmisión de los conflictos bélicos y la aparición de la llamada «guerra mediática» se produjo a raíz de la guerra de Vietnam. De este modo, la televisión vino a recoger el testigo al cine y la radio, que habían sido los dos medios más habituales para la difusión de este tipo de noticias y mensajes, y todo por su enorme capacidad para transmitir la información de forma rápida y visual a un público mucho más amplio. Con lo cual, la televisión dejó de ser un medio para entretener para pasar a ser la generadora de la *agenda setting*, es decir, convertirse en una herramienta que contribuye a determinar los temas de actualidad. El problema fue que durante la guerra de Vietnam el aparato estatal norteamericano todavía no estaba preparado para asumir ni controlar ese flujo de información y las repercusiones que éste podía tener y que tuvo, finalmente, sobre la población. Y de ahí, que fueran muchos los que dijeran que los estadounidenses podrían haber ganado la guerra en el campo de batalla pero que la perdieron, sobre todo, en los salones de las casas americanas.

No obviemos, que las imágenes de los féretros y los soldados muertos regresando a casa levantaron no pocas ampollas en una sociedad que cada día que pasaba era menos partidaria de continuar una guerra que no comprendían ni compartían. En cambio, la primera guerra del Golfo sí mostró el potencial de la televisión para crear y generar imágenes y mensajes, ya que durante este conflicto todo fue totalmente controlado, manipulado y filtrado. Primero porque el Ejército norteamericano se reservó la capacidad de veto, y segundo porque la estructura de comunicación era extremadamente lenta, y por ello cuando algo llegaba lo hacía fechado con ciertos días de retraso por lo cual carecía de validez y no era publicado. De esta manera, se podría decir que la guerra del Golfo fue preparada para su difusión en los medios de comunicación y destinada para un público muy determinado, sólo la cadena árabe *Al Jazeera* pudo burlar este control. Aunque pese a todo, la televisión se convirtió en el principal medio que utilizaron los ciudadanos para consumir información sobre dicho conflicto bélico.

Pero serán las tecnologías de la información y la comunicación las que nos ofrecerán un nuevo escenario al anteriormente descrito. Hoy en día, Internet, abre el panorama mediático a la guerra a tiempo real transmitida de forma virtual, no obstante, estamos asistiendo a acontecimientos bélicos al mismo tiempo en que se están produciendo, y lo que es más importante, la Red ha habilitado a que cualquiera pueda convertirse en trasmisor de información, con lo cual la censura de mensajes e imágenes es casi imposible. Sólo bastaría con introducir la palabra «guerra» en el buscador *Google* y en pocos segundos tendremos millones de referencias aludiendo a este término. Por tanto, el caudal de información es de tal calibre, que no sólo es improbable que se pueda censurar sino que se pueda acceder a él en su totalidad. Valga de ejemplo, el conflicto de Kosovo.

Sin embargo, esto también puede traer, aunque resulte paradójico, desinformación, ya que la cantidad de datos fragmentados, simplificados, descontextualizados y desorganizados separan cada vez más al receptor de la realidad, incrementado su desinformación. Además, si esto no fuera suficiente, la segunda guerra de Irak nos trajo, ante la necesidad comercial de los medios de comunicación de transmitir la guerra en directo y la necesidad de control y propaganda de los gobiernos atacantes, la simbiosis del reportero-soldado, la denominada *embedded* (Tucho, 2003: p. 144). No obstante, y pese a esto, la Red ha venido a revolucionar la difusión e información de los conflictos bélicos.

En todo caso, como hemos podido comprobar los medios de comunicación ha sido y continúan siendo un elemento esencial en la transmisión de los conflictos bélicos. Tal vez, porque desde la Primera Guerra Mundial los estrategas bélicos han sido conscientes de que un guerra se pierde antes frente a la opinión pública que en el campo de batalla. Es más, la información sobre el conflicto, canalizada e interpretada a través de los diferentes medios de comunicación de masas, se ha convertido en un recurso crucial para lograr erosionar la moral de combate del enemigo, concienciar a la propia población sobre la necesidad de soportar el esfuerzo bélico, o simplemente tratar de asentar entre la ciudadanía un relato de la realidad que legitimase la propia posición y contribuyese al logro de los objetivos planteados (Torres Soriano, 2010: p. 131).

Internet revoluciona a los corresponsales guerra

Internet ha reforzado el papel del redactor de mesa y ha modificado la tarea del corresponsal, ya que ahora las dos pueden acceder a la vez a los medios del país de destino, contextualizar las crónicas, corregirlas o completarlas. Por tanto, se puede decir que las corresponsalías de guerra también han sufrido una gran transformación desde sus inicios hasta ahora, y, en gran parte, entre otros factores, por Internet. La primera guerra donde hubo un corresponsal fue en la guerra de Crimea (1854), y como consecuencia del espectacular incremento de ventas que experimentó el diario que recogía las crónicas de ese enviado, los demás medios de comunicación se animaron a enviar a sus propios corresponsales. Pero la verdadera revolución en el ámbito de los medios de comunicación se produjo en la guerra de Vietnam (1955), cuando la gente pudo comprobar los horrores de la guerra con sus propios ojos gracias al envío de las crónicas y las imágenes en directo.

Aunque esto provocó tal efecto entre la población que supuso un punto de inflexión entre las relaciones de los medios de comunicación y el Gobierno estadounidense, pero también con el resto de los gobiernos. Tal es así, que en la guerra de las Malvinas (1982), el Gobierno británico tan sólo dejó acceso al conflicto a periodistas afines, además de utilizar la estrategia de la censura, para asegurar el control de la información bélica. Cosa que se volvió a repetir en los sucesivos conflictos, valga de ejemplo, la primera guerra del Golfo (1991). Sin embargo, la guerra de Kosovo (1999) vino a romper la tónica dominante, y en este conflicto armado se terminó con la censura gracias a las nuevas tecnologías, pero sobre todo a Internet. La proliferación de *web* alternativas a los medios oficiales de uno y otro lado, nos permitió valorar el calibre de lo que allí estaba sucediendo. La segunda guerra del Golfo (2003) supuso la inclusión de corresponsales de guerra en las unidades militares, pudiéndose ver a tiempo real lo que estaba ocurriendo. Pero lo más importante es que tanto los soldados como los insurgentes se convirtieron en periodistas improvisados que se dedicaban a colgar en la Red, imágenes y relatos, captados por sus propios móviles y sus experiencias.

Pero las nuevas tecnologías no sólo ha ayudado a contrarrestar la censura de los gobiernos y liberando la información sobre este tipo de sucesos, sino que también están contribuyendo a facilitar la labor de los corresponsales de guerra. Por ejemplo, las corresponsalías de guerra ya no necesitan de un gran volumen de medios para llevar a cabo su trabajo, ahora simplemente con un ordenador con conexión a Internet, una cámara digital o teléfono móvil o un videoteléfono, el corresponsal puede desempeñar su trabajo desde casi cualquier lugar del planeta. No olvidemos, que Internet nos permite salir al aire por radio, enviar videos, mandar las noticias por *e-mail* con archivos, etc., y todo ello, a tiempo real. Ahora existe la posibilidad de recepcionar la guerra desde el mismo escenario a tiempo real, y de ahí, que la población pueda seguir los conflictos bélicos, casi, como estuviera ahí. Tal es así, que unos segundos después de que el primer tele-tipo diera la noticia de que las sirenas antiaéreas sonaban en Bagdad, las principales *web* informativas del todo el mundo ponían en marcha su maquinaria para informar del comienzo de la guerra de Irak. Aunque esto obliga a los corresponsales de guerra a tener conocimientos de edición en *web*, grabación, maquetación, etc.

Pero la Red, además, está permitiendo que los corresponsales de guerra puedan hacer otro tipo de crónicas sobre lo que están presenciando, ya que existen diferencias notables entre las informaciones sobre la guerra que transmiten los enviados especiales para los diarios y los contenidos que se encuentran en una *warlong*. En éstos los periodistas y usuarios suelen aportar más información, más opinión y más material gráfico. Así, se puede decir que los *blogs* han provocado el nacimiento de un nuevo tipo de periodistas y cronistas que emergen contando historias y narrando hechos que les convierten en verdaderos agentes informadores.

Pero además, según diferentes estudios, la información diseminada a través de Internet, recibe una mayor credibilidad que cuando esa misma información es recibida a través de otro medio de comunicación (Corman, Hess y Justus, 2006). La Red goza de un halo de credibilidad y ausencia de censuras, que la convierten en el principal recurso de información para todas aquellas personas concienciadas del omnipresente sesgo político e ideológico de los medios de masas tradicionales (Torres Soriano, 2008). El valor e interés

informativo de estos materiales, ha obligado a los medios de comunicación tradicionales, no sólo a dar cabida en sus espacios a los materiales obtenidos por estos periodistas amateur, sino también a convertir en noticia la disponibilidad de nuevo material gráfico sobre un suceso pasado (Torres Soriano, 2010: p. 138). Pero también hay que reconocer que la información en Internet está sometida a continuas visiones contradictorias. Un mismo hecho puede ser presentado de formas completamente distintas.

Internet hace partícipe a otros actores en la difusión de los conflictos

El papel de las nuevas tecnologías en el desenvolvimiento de los acontecimientos es crucial, por eso los distintos gobiernos están empleando sus *web* para difundir su propia versión para explicar y difundir cualquier acontecimiento, por no hablar del control que ejercen sobre la información que se divulga en los distintos medios de comunicación. No olvidemos, que la guerra no es una actividad que se haya ubicado solamente en el espacio físico del campo de batalla sino también en el ámbito «inmaterial» de la comunicación y las percepciones populares, ya que la información se ha convertido en un recurso crucial para lograr erosionar la moral de combate del enemigo, concienciar a la propia población sobre la necesidad de soportar el esfuerzo bélico, o simplemente tratar de asentar entre la ciudadanía un relato de la realidad que legitimase la propia posición (Torres Soriano, 2008: p. 30).

El problema es que Internet permite evadir todas esas restricciones físicas y generar, incluso, un volumen superior de interacciones con una comunidad global que no necesita ni de una ubicación geográfica concreta, ni de un conocimiento físico entre ellos (Torres Soriano, 2008: p. 37). Por eso, los gobiernos también se han lanzado a la Red para establecer nuevas estrategias comunicativas, más aún que el ciberespacio ha multiplicado el número y la naturaleza de los actores que participaran en este proceso horizontal de comunicación, eliminando así la asimetría informativa existente. Téngase en cuenta que en cualquier conflicto el verdadero valor reside en la habilidad para generar las imágenes que alimentan a la opinión pública de millones de hogares.

Por tanto, el papel de las nuevas tecnologías es crucial en el desenvolvimiento de los acontecimientos bélicos. Tanto el uso de páginas *web* y portales por los gobiernos implicados para difundir información como la publicación de fotografías de satélites civiles, el uso de la videoconferencia por la CNN y la fusión de video, audio y texto por parte de periódicos digitales y portales de medios de comunicación en la Red, son cruciales. Por ejemplo, en el caso de la colisión aérea entre el avión de reconocimiento de la Armada estadounidense del tipo EP-3 y de un caza F-8 chino (1 de abril de 2001) es un buen ejemplo, para conocer el uso de los gobiernos de la Red. En el momento del incidente la posición adoptada por cada uno de los gobiernos fue radicalmente distinta. Mientras que los chinos insistieron que el culpable era el avión norteamericano, el Pentágono mantuvo que la colisión había sido causada por el piloto chino. Lo curioso es que ambas partes pusieron rápidamente la información a disposición de la prensa. Es más pocas horas después de la colisión, el Pentágono lanzaba una página monográfica sobre el incidente y los esfuerzos para liberar a los prisioneros (www.defencelink.mil), mientras que el mando estadounidense en el océano Pacífico hacia lo mismo (www.pacom.mil)

para ofrecer los comunicados de prensa y fotografías digitales en otros datos. Asimismo, se crearon enlaces a las informaciones y comunicados vinculados con el tema que aparecían en las páginas de los Departamentos de Estado y de Defensa o de la Casa Blanca. A su vez, el Gobierno de Pekín utilizó las páginas *web* gubernamentales para publicar comunicados de prensa y artículos mostrando su visión del incidente.

Tal es la importancia que ha adquirido la comunicación que los ejércitos modernos suelen disponer de unidades con los medios suficientes para desarrollar operaciones psicológicas y de propaganda sobre el terreno. Ya que desde la Primera Guerra Mundial, los estrategas bélicos son conscientes de que una guerra se pierde ante frente a la opinión pública que el campo de batalla (Tucho, 2003: p. 142). Así, por ejemplo, las Fuerzas Armadas estadounidenses cuentan con una unidad o regimiento de operaciones psicológicas, cuyo Cuartel General está en Fort Bragg (Carolina del Norte): el *4th Psychological Action Group*. Es el único de los grupos de operaciones psicológicas activo en Estados Unidos y cuenta con 1.200 efectivos militares, a los que se añaden varias docenas de analistas civiles de alta cualificación (Pizarroso, 2008: p. 52). Entre sus funciones cabe destacar: la propagación de noticias falsas, el control de la información y de las imágenes, la intimidación, la difusión de noticias favorables, la creación de una opinión pública, la legitimación de sus acciones, la guerra psicológica, la elaboración de comunicados, el control de los periodistas mediante el sistema «incrustados» o «embarcados», etc.

Los medios de comunicación musulmanes también vienen a modificar el panorama audiovisual durante la última década, mejorando ostensiblemente la cantidad de operadores. Tal vez el hecho más importante haya sido la aparición de *Al Jazeera*, que desde el año 1996 ofrece una visión específicamente árabe de los acontecimientos globales como contrapeso informativo a la cadena estadounidense CNN. Además, también una importante presencia en Internet gracias a la página que lanzó en inglés durante la guerra del Golfo. Tal es su importancia que durante el transcurso del mencionado conflicto la palabra más buscada por diversos motores (*Google, Yahoo, Kartoo, etc.*) fue *Al Jazeera*, según la Asociación para el Progreso de las Comunicaciones (1).

Por otra parte, está *Al Hurra*, una red de televisiones que informa sobre los asuntos regionales e internacionales, cuya oficina central está ubicada en Springfield, cerca de Washington D.C., dado que es una corporación financiada por el Congreso de Estados Unidos a través del (*Broadcasting Board of Governors*). No olvidemos, que la red de televisiones *Al Hurra* forma parte de la estrategia de diplomacia pública diseñada por el gobierno de George W. Bush, para intentar influir en la opinión pública árabe. Otro producto gestionado por BBG, *Radio Sawa* ha tenido mucho más éxito que su homóloga televisiva, al utilizar una programación que combina las noticias y la música popular. No olvidemos, que con anterioridad a la aparición de los medios de comunicación global, toda estrategia de comunicación en tiempos de guerra partía de la existencia de diferentes audiencias perfectamente diferenciadas. Así, lo normal es elaborar distintos mensajes con diferentes objetivos según se trate de la audiencia propia, la neutral o la del enemigo.

Los ciudadanos se han convertido en receptores y emisores de noticias. Los *blogs* se convirtieron en un espacio de discusión sobre la información relacionada con la guerra,

(1) En: www.apc.org.

ya son un medio democrático para difundir ideas, en el sentido que cualquier persona con acceso a un ordenador con Internet y unos conocimientos básicos puede establecer uno. Durante la guerra de Irak proliferaron los *blogs* de soldados, exiliados iraquíes, analistas, parlamentarios y también algún que otro periodista. Por ejemplo, entre estos últimos destacaba la página de un antiguo periodista del *New York Daily News* y de la agencia de noticias *Associated Press*, Chris Allbritton. Su *blog* *Back to Irak* era un experimento en periodismo independiente que recibía unas 15.000 visitas diarias según su autor. Entre las páginas *web* de militares destacaban las de Smash (<http://www.ull.es/publicaciones/latina/www.lt.smash.us>), el pseudónimo de un soldado estadounidense que narraba a diario sus aventuras en el desierto iraquí. Otro soldado estadounidense que se identificaba con Will, creó un *blog*, titulado *A minute Longer-A soldier's tale*, en que relataba las experiencias bélicas sin entrar en detalles como su localización o otros datos de este tipo. Algunos corresponsales también mantuvieron su propio *blog*. Kevin Sites, enviado por la CNN al norte de Irak, ofrecía una mirada alternativa a la penuria de su trabajo que no incluía en sus crónicas. Otro caso fue el del supuesto iraquí de Bagdad, bajo el pseudónimo *Salam Pax*, se dedicó a contar el día a día de su vida en la ciudad.

Pero no sólo *blogs* sino también las redes sociales están jugando un papel importante en la difusión de hechos y en la movilización de los cibernautas. Es cierto, que normalmente se utilizan para enviar mensajes banales, pero no siempre es así, dada cuenta que los mensajes de estos *microblogs* pueden enviarse desde la *web*, desde un móvil vía SMS o, incluso, desde los sistemas de mensajería instantánea (en el caso de *Twitter*, *Aol*, *GTalk*, *Mac*, *LiveJournal* y *Jabber*), con una facilidad asombrosa. Una idea, casi un telegrama, que pasa de nuestra cabeza a la *web*, en un entorno en el que Internet y los dispositivos móviles cada vez tienen una relación más íntima. Tal es así, que muchas de las imágenes que pudimos ver de la represión iraní contra los manifestantes que reclamaban una repetición de las últimas elecciones legislativas fueron difundidas a través de este tipo de mensajería. Pero también fueron empleados durante la convocatoria de las distintas movilizaciones que se celebraron en las distintas capitales del mundo en contra de la guerra de Irak.

Durante esta guerra la Red jugó un papel crucial para difundir los mensajes antibélicos y movilizar a la población. Aunque también los grupos patrióticos como, por ejemplo, fue el caso de «Patriotas por la Defensa de América», «Estudiantes por la Guerra» o el portal *Give War a Chance* articularon páginas para apoyar la intervención de Irak. Pero no fueron los únicos, ya en España, por ejemplo, tanto los gobiernos como los partidos utilizaron este medio para lanzar sus posiciones. De esta manera, mientras que los primeros informaban sobre su postura en el conflicto, los segundos argumentaban sus razones para oponerse. De igual forma los militares emplearon este medio para proporcionar datos sobre los resultados de las acciones armadas, el armamento utilizado y otras cuestiones. Las fuerzas policiales asimismo recurrieron a la Red para recolectar información sobre las diferentes organizaciones y sobre las movilizaciones previstas con la intención de prever posibles alteraciones del orden público. Las organizaciones no gubernamentales se valieron de ellas para obtener fondos o voluntarios e informar a los cibernautas sobre sus puntos de vista sobre el conflicto.

El correo electrónico de la misma manera es otra herramienta de comunicación alternativa. Una encuesta del año 2004 detectó que el 95% de los soldados estadounidenses en

Irak, utilizaba el correo electrónico y que dos tercios lo utilizaban tres veces a la semana (Ricks, 2006: p. 306). Su empleo no sólo se ha limitado a incrementar y acelerar el flujo de información entre los soldados y sus círculos familiares, sino que se convirtieron en una fuente fundamental para conformar la percepción popular sobre el desarrollo del conflicto. Así, por ejemplo, algunas de las informaciones que más han dañado la imagen de Estados Unidos y sus aliados en el conflicto iraquí, fueron originadas por materiales elaborados y difundidos por los propios soldados, como las tristemente famosas fotografías de torturas a los prisioneros iraquíes de la prisión de Abu Graib u otras imágenes similares (Torres Soriano y García Marín, 2009b: p. 20).

La irrupción de los medios de comunicación alternativos que ha sido posible gracias a la plataforma que les ha rendido Internet. Este ha sido el caso, por ejemplo, de *Nodo50*, que es un proyecto autónomo de contrainformación telemática orientado a los movimientos sociales, o *Rebelión*, un medio de información alternativa que publica las noticias que no son consideradas importantes por los medios de comunicación tradicionales, o la *Red Informativa con Voz*, que es un espacio dentro de la comunicación radiofónica que apuesta por el intercambio informativo, o la radio clandestina (<http://www.clandestine-radio.com/>), etc.

Pero, además, gracias a Internet han emergido un gran número de medios de comunicación que utilizan la red para terminar con el monopolio de las grandes corporaciones mediáticas, e impulsar una nueva forma de ofrecer la información. Así, actualmente en la *World Wide Web* conviven miles de publicaciones periodísticas entre las que podemos distinguir dos grandes categorías. Por un lado, están las publicaciones en la Red, que son las versiones digitales de los medios convencionales, y por otro, las publicaciones de la Red o en red, que son los medios concebidos para y desde la Red. En todo caso, estas últimas han impuesto otra manera de ofrecer la información que se ha extendido e implantado en todos los medios que disponen de ediciones en la Red. Y esto indudablemente ha afectado a la manera de trabajar de los profesionales de la comunicación porque Internet permite:

1. El uso ilimitado de los recursos: se puede fácilmente combinar texto, fotos, audio y video.
2. Un espacio y tiempo ilimitado: porque la cantidad de «páginas» en un sitio *web* no depende de la disponibilidad de papel y el contenido no está supeditado a los márgenes de tiempo, con lo cual los temas pueden tratarse con mayor profundidad al no estar sujetos a las limitaciones de los medios tradicionales.
3. Un lenguaje distinto: en Internet la redacción debe ser activa, fácil de leer y con apoyo gráfico porque los cibernautas entran a buscar, a ver y, por último, a leer.
4. Un servicio profesionalizado: en Internet un medio de comunicación debe ofrecer a cada quien la posibilidad de ver, escuchar, leer y recibir sólo los mensajes que deseen, más cuando la red tiene capacidad de conocer los gustos de cada usuario.
5. Una actualización constantemente de la información: en la Red los contenidos no tienen porque permanecer 24 horas hasta que se publique la nueva edición del periódico o hasta que se produzca la nueva emisión del programa de radio o televisión. En Internet, todo se cuenta al instante de suceder y los pormenores se agregan según se van presentando o conociéndose, y de ahí, que los distintos medios realicen varias

ediciones en función de la franja horaria y el público predominante que acude a cada una de ellas.

6. Una interactividad: Internet es un canal bidireccional.
7. Una hipermedia: ya no es obligatorio incorporar en el cuerpo de la noticia pasajes, ahora un enlace hipertextual a terceras páginas permite ampliar, aclarar o relacionar, cualquier información, bien mediante nuevos textos o recursos infográficos o audiovisuales.
8. Una fuente inagotable de información: cualquiera con unos pocos conocimientos de edición y con acceso a la Red puede convertirse en informador.
9. Un menor coste: Internet supone un ahorro respecto a los viejos formatos, porque no es necesario invertir en producción y en transporte. Además, los medios de comunicación ya no deben disponer de grandes despliegues técnicos para sus transmisiones desde el lugar de los hechos, solo basta tener una o dos personas con un portátil o un móvil, una conexión inalámbrica y un equipo de transmisión vía satélite.
10. Una mayor diversidad en las informaciones: los formatos *on-line* permiten verter opiniones e informaciones que no siempre se pueden difundir en los medios convencionales.
11. Un cambio en las teorías clásicas de la comunicación: la Red permite que la información se difunda en forma de malla, de modo que cualquiera es al mismo tiempo emisor y receptor (Cerezo, 2003: p. 7).

Los terroristas emplean la Red para financiarse, reclutar, entrenarse, comunicarse, organizarse, coordinarse, planificar ataques, publicitar sus acciones, ideologizar, amenazar y perpetuar pequeñas intrusiones a sistemas informáticos para dañar *web* robar de información. Pero además se dedican a enviar mensajes con unas finalidades muy distintas. Por ejemplo, intentan transmitir la idea de que la victoria del enemigo es inalcanzable. Así, los mensajes de este tipo de grupos trataban de lograr que la población enemiga interiorice la idea de que es imposible «la victoria sobre el islam» (Torres Soriano 2009a: p. 234). Por ello, solían negar los reverses sufridos, como una estrategia de mantener su imagen de invulnerabilidad. Al mismo tiempo que ensalzaban y magnificaban sus victorias, como una forma no sólo de minar la moral del enemigo sino también de la de incrementar la de sus seguidores. Pero intentaban deslegitimar a los gobernantes y las motivaciones que llevaron a emprender acciones contra ellos. De ahí, que su acción propagandística fuera dirigida a denunciar los que ellos consideraban los verdaderos motivos que habían llevado a estos gobernantes a iniciar todo tipo de acciones para acabar con ellos.

Al mismo tiempo, que la Red les está permitiendo difundir sus propios mensajes, noticias, informaciones o documentos, de manera que puede ampliar su público potencial. Téngase en cuenta que antes de de la inclusión de las nuevas tecnologías en el mundo yihadistas, no podían llegar más allá de los círculos más cercanos, es decir, de los simpatizantes y sus potenciales reclutas. Los medios que empleaban 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 (ejemplo boletines fotocopiados, o cintas de video grabadas con cámaras personales, etc.). Y eso pese a los esfuerzos propagandísticos que realizaban los grupos terroristas. De esta manera no es de extrañar que la mayoría de las

organizaciones cuenten 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. (2).

Además, las nuevas tecnologías, y en particular Internet, han abierto un nuevo panorama en la estrategia comunicativa de los grupos terroristas, ya que gracias a ellas pueden burlar las restricciones que les imponían los tradicionales medios de comunicación y así llegar a un mayor público objetivo. No olvidemos que antes de Internet la única información que nos llegaba sobre las actividades terroristas era la que nos facilitaban los medios de comunicación, y ésta siempre estaba condicionada por la propia política que los grupos mediáticos mantenían a este respecto. Así, en muchos de los casos, los videos y documentos que los grupos terroristas facilitaban a estos medios para su difusión eran ignorados o cuando eran publicados eran recortados y retocados. Por no mencionar el riesgo que suponía para los propios terroristas hacer llegar sus misivas a los medios de comunicación. Recuérdese que, por ejemplo, Al Qaeda empleaba una complicada red de mensajería para distribuir sus comunicados. Normalmente, antes del que medio en concreto recibiera el material, está había recorrido cientos de kilómetros, utilizándose para ello multitud de portadores para evitar su localización e intercepción. Pero pese a todo, y aún a sabiendas que los medios distorsionan sus noticias, existe una relación de dependencia dado que los grupos terroristas son conscientes del enorme poder de los medios a la hora de concitar la atención de la sociedad en sus mensajes. Dado que hasta el momento era la única forma de garantizar una elevada cuota de intimidación y potenciación de sus convicciones ideológicas y la fidelidad de los miembros del grupo.

Pero con la irrupción de las nuevas tecnologías e Internet, las cosas han cambiado de forma sustancial, ya que los grupos terroristas no sólo han podido incrementar la calidad de sus materiales, sino que además les ha permitido evadir la intermediación de todos aquellos actores que ejercían de filtradores de sus mensajes. Los medios de comunicación de masas han perdido así su posición de preeminencia a la hora de seleccionar el tipo de materiales que serían conocidos por la sociedad. Todo porque la Red permite establecer un contacto directo y sin censuras entre el difusor y un público potencialmente ilimitado. Además, el abaratamiento, fácil manejo y disponibilidad de los modernos medios de filmación y distribución *on-line* de imágenes hace posible que cualquiera pueda realizar su particular contribución al relato del conflicto. De esta manera, la Red está contribuyendo a eliminar la asimetría informativa, ya que cualquier grupo armado, por débil que sea, tiene la capacidad de generar la información que quiere ofrecer en cada momento, casi de manera inmediata. Ahora son ellos mismos, los que elaboran, editan y difunden sus materiales sin restricciones y en el momento que quieren. Para ello han desarrollado toda una red de ciberactivistas que colaboran con la organización en tales menesteres, pero además han creado toda una infraestructura al servicio de la propagada del grupo como, por ejemplo, Frente Mediático Islámico Global de Al Qaeda. Esto les está permitiendo cuidar su imagen y elaborar más detalladamente su mensa-

(2) En la Red se pueden encontrar las *web* del Ejército Republicano Irlandés, Ejército de Liberación Nacional Colombiano, las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia, Sendero Luminoso, ETA y Hezbollah, etc.

je según la finalidad que se pretende alcanzar. Además, gracias a la Red los grupos terroristas están pudiendo llevar su mensaje más allá de sus propias fronteras y de sus seguidores y simpatizantes, y por tanto, contribuyendo a consolidar y potenciar el poder del grupo y su causa.

Conclusiones

El éxito de Internet en los medios de comunicación reside en la renovación permanente y actualizada de los contenidos y la facilidad de acceso a la información. Pero también hay que tener en consideración que en la Red hay mucha información, pero no toda es de fiar, y eso supone una ventaja para los medios editados en papel. Por lo tanto, se puede decir que de momento Internet es sólo una herramienta, eso sí útil, pero al fin y a cabo una herramienta. Aunque, también hay que reconocer que ha venido a transformar a los medios y a la manera de trabajar de sus profesionales, porque no se puede negar, por ejemplo, que está cambiando tanto la relación con las fuentes como con los lectores. Actualmente, el periodista no se conforma con contar lo que pasa en la sociedad e interpretarlo, sino que gestiona conocimiento y dispone de instrumentos para una mayor mediación y capacidad de interactuar con todos los actores.

Los gobiernos encuentran en la Red un nuevo espacio que es necesario intentar controlar y actuar, dada la importancia que hoy en día ha adquirido la información y comunicación en los conflictos armados, o en la preparación de ellos. Todo esto les ha llevado a crear sus propias unidades de comunicación, que no sólo se dedican a transmitir la información que quieren sobre un determinado hecho, sino que también tiene como función arremeter y atacar los medios del contrario. Todo para levantar el ánimo de sus tropas y legitimar ante la opinión pública la necesidad de intervención, o bien para desalentar al enemigo. El resto de actores ha encontrado en Internet una red gigantesca, en la que no manda nadie, barata, difícil de controlar, y donde cualquiera puede convertirse en servidor de información y no sólo en consumidor pasivo, sin que sea necesaria la intermediación de los medios de comunicación tradicionales.

Pero pese al avance y revolución que está suponiendo, Internet todavía presenta limitaciones como medio, por ejemplo, los profesionales de los medios de comunicación deben capacitarse para poder utilizar y aprovechar la Red; el usuario debe tener conocimientos mínimos de informática para acceder a la información; todavía tiene un acceso limitado y costoso en muchas partes del mundo; no todos los usuarios están acostumbrados a informarse por Internet, etc.

Bibliografía

- ADAMS, James: *La próxima guerra mundial. Los ordenadores son las armas y el frente está en todas partes*, Granika, Buenos Aires, 1999.
- ADELL, Jordi: «La Internet: posibilidades y limitaciones», en *Jornada: la Comunidad Valenciana ante la Nueva Sociedad de la Información: ciencia, tecnología y empresas*, Valencia, diciembre de 1994.
- ALDRICH, Richard: *Cyberterrorism and computer crimes: issues surrounding the establishment of an international legal regime*, USAF, Institute for National Security Studies, Colorado, 2000.

- AMIRAH FERNÁNDEZ, Haizam: «¿Tiene Al Qaeda una estrategia global?», *ARI*, número 74, Real Instituto Elcano, en: <http://www.realinstitutoelcano.org/analisis/484/ARI-74-2004-E.pdf>
- ARQUILLA, J. and RONFELDT, D.: *Networks and netwars: The future of terror, crime and militancy*, Rand, Santa Monica, 2002.
- CASTELLS, Manuel: *La era de la información: economía, sociedad y cultura*, Alianza Editorial, Madrid, 1997.
- CEREZO, J. M.^a y ZAFRA, J. M.: «El impacto de Internet en la prensa», *Cuadernos Sociedad de la Información*, Fundación Auna, Madrid, 2003.
- CORMAN, Steven R.; HESS, Aron and JUSTUS, Z. S.: «Credibility in the Global War on Terrorism: Strategic Principles and Research Agenda», *Consortium for Strategic Communication*, junio de 2006, en: <http://www.comops.org/article/117.pdf>
- DÍAZ NOCI, Javier: «¿Hacia dónde va el periodismo en Internet?», *Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, número 1, pp. 77-100, 2001.
- EXPÓSITO MORAS, Ángel: «Los medios de comunicación en la evolución de los conflictos», en «Conflictos, opinión pública y medios de comunicación», *Cuadernos de Estrategia*, número 148, pp. 65-96, Ministerio de Defensa, Madrid, agosto de 2010.
- GARCÍA MARÍN, Javier: «Conflictos y cobertura mediática: una aproximación desde la comunicación política», en «Conflictos, opinión pública y medios de comunicación», *Cuadernos de Estrategia*, número 148, pp. 99-128, Ministerio de Defensa, Madrid, agosto de 2010.
- GUNARATNA, Rohan: *Al Qaeda. Viaje al interior del terrorismo islamista*, ServiDoc, Barcelona, 2003.
- HOFFMAN, B.: *Inside Terrorism*, University Press, Colombia, 1999.
— *Combating Al Qaeda and the Militant Islamic Threat*, Rand, Santa Monica, 2006.
- JORDÁN, Javier: «El terrorismo en la sociedad de la información. El caso del Al Qaeda», *El profesional de la información*, número 11, 4, pp. 297-305, 2002.
- KAHLER, Miles: *Collective action and clandestine Networks: The case of al Qaeda*, pp. 1-45, University of California, San Diego, 2006.
- LUNGU, María Ángeles: «Guerra.com. El Internet y las operaciones sociológicas», *Military Review*, número 5, pp. 18-23, septiembre-octubre de 2002.
- LUZÓN FERNÁNDEZ, Virginia: *La irrupción de Internet en las rutinas productivas de los informativos diarios televisivos. El caso TV3, Televisió de Catalunya*, editorial Bellaterra, Universidad Autónoma de Barcelona, 2001.
- MARRET, Jean Luc: *Terrorisme: les stratégies de communications*, Centre d'Études en Sciences Sociales de la Défense, París, 2003.
- MASIP, Pere: «Rutinas periodísticas e Internet en la información diaria», *Noves Competències Professionals*, número 6, pp. 561-575, 2005.
- MERLOS GARCÍA, M. Alfonso: «Internet como instrumento de la yihad», *Araucaria*, número 8, 16 de diciembre de 2006.
— «La comunicación en situaciones de crisis: del 11-M al 14-M», *Actas del XIX Congreso Internacional de Comunicación*, pp. 113-126, 2006.
- NICHIPORU, B. and BUILDER, C. H.: «Societal implications», en ARQUILLA, J. and RONDEFT, D. (eds.): *In Athena's camp. Preparing conflict in the information age*, Rand, Santa Monica, 1997.
- O'NEILL, Bard: *Insurgency and Terrorism. Inside modern revolutionary warfare*, Brassay's, Washington, 1990.
- PIZARROSO QUINTERO, Alejandro: «Aspectos de propaganda de guerra en los conflictos armados más recientes», *Redes.com*, número 5, pp. 49-65, 2008, en: <http://www.compoliticas.org/redes/pdf/redes5/4.pdf>

- RANSTOR, Magnus: «Al Qaeda en el ciberespacio: desafíos del terrorismo en la era de la información», en REINARES, Fernando y ELORZA, Antonio (eds.): *El nuevo terrorismo islamista. Del 11-S al 11-M*, editorial Temas de Hoy, Madrid, 2004.
- REDONDO, Myriam: «Del corresponsal al reporterote exterior: Internet y la nueva tecnología del periodista internacional», *Globalsociedad*, número 3, junio-julio de 2007, en: <http://www.globallaffairs.es/Noticia-145.html>
- RICKS, T. E.: «The Gamble. General Petraeus and the American Military Adventure in Iraq, 2006-2008», *The Penguin Press*, Nueva York, 2009.
— «Fiasco. The American Military Adventure in Iraq», *The Penguin Press*, Nueva York, 2006.
- SÁDABA RODRÍGUEZ, Igor y ROIG DOMÍNGUEZ, Gustavo: «Internet: nuevos escenarios, nuevos sujetos, nuevos conflictos», *Nodo50*, 2004, en: <http://www.uned.es/ntedu/asignatu/5-Nodo50.htm>
- SÁNCHEZ MEDERO, Gema: «Ciberterrorismo: la guerra del siglo XXI», *El Viejo Topo*, número 242, pp. 15-24, marzo de 2008.
— «21st Century to two new challenges: Cyberwar and Cyberterrorism», *Nómadas. Mediterranean Perspectives*, número 1, pp. 665-681, marzo de 2009.
— «Internet: una herramienta para las guerras en el siglo XXI», *Revista Política y Estrategia*, número 114, pp. 63-104, junio-diciembre de 2009.
- SCHILLER, Herbert I.: «El dominio de las redes electrónicas mundiales», *Le Monde Diplomatique*, agosto-septiembre de 1998.
- TIMOTHY, T. L.: «Al Qaeda and the Internet: The Danger of Cyberplanning», *Parameters*, primavera de 2003.
- TORRES SORIANO, Manuel: «Violencia y acción comunicativa en el terrorismo de Al Qaeda», *Política y Estrategia*, número 96, octubre-noviembre de 2004.
— «Información y conflictos bélicos en la era de Internet», en FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, José Julio; JORDÁN, Javier y SANSÓ-RUBERT, Daniel (ed.): *Seguridad y defensa hoy*, Plaza & Valdés Ediciones, pp. 29-51, Madrid, 2008.
— «Terrorismo yihadista y nuevos usos de Internet: la distribución de propaganda», *ARI*, número 110, Madrid, Real Instituto Elcano, 2009.
— «Guerras YouTube. El impacto de las nuevas tecnologías de información en el tratamiento mediático de los conflictos armados», en «Conflictos, opinión pública y medios de comunicación», *Cuadernos de Estrategia*, número 148, pp. 131-157, Ministerio de Defensa, agosto de 2010.
- TORRES SORIANO, Manuel R. y GARCÍA MARÍN, Javier: «Conflictos bélicos y gestión de la información: una revisión tras la guerra de Irak», *Confines*, número 5/10, pp. 11-23, agosto-diciembre de 2009.
- TUCHO FERNÁNDEZ, Fernando: «La construcción de los conflictos armados». *Comunicar*, número 21, pp. 141-146, 2003.
— «La construcción de los conflictos armados», *Comunicar*, número 21, pp. 141-145, 2003.
- WEIMANN, Gabriel and FELLOW, Senior: «Terror on the Internet: The new arena, the new challenges», United States Institute of Peace, 2004, en: http://www.usip.org:80/fellows/reports/2004/0513_weimann.html.

RESEÑAS DE LIBROS Y REVISTAS