

Capítulo cuarto

La disrupción digital en el contexto de las guerras híbridas

Javier Lesaca Esquiroz

Resumen

Las guerras híbridas son la principal amenaza para la estabilidad de una nación Estado como España. Las ofensivas asimétricas pueden provenir por parte de otros Estados, pero también por parte de grupos de naturaleza subnacional y no estatal. Las batallas por condicionar y manipular de manera artificial la opinión pública representan un arma cada vez más poderosa para erosionar la cohesión social de un país y el pacto social que une a los ciudadanos con sus instituciones públicas. La evidencia y el análisis científico demuestran que, en los últimos cinco años, las operaciones ofensivas de disrupción comunicativa por parte de Gobiernos y de grupos violentos y extremistas han aumentado en cantidad y en complejidad. La investigación y monitorización de estos intentos de desestabilización de la opinión pública demuestra que existe una metodología de la disrupción que consiste en los siguientes procesos: a) detección de las vulnerabilidades sociales de un país; b) creación de una narrativa que fomente estas vulnerabilidades en la opinión pública; c) implementación de una red de medios de comunicación propios, y d) utilización automatizada y tramposa de las plataformas de comunicación social. Los Estados deben entender la naturaleza de esta amenaza y construir capacidades que permitan hacerle frente con eficacia.

Palabras clave

Guerra híbrida, interrupción, comunicación, desinformación, opinión pública.

Abstract

Hybrid warfare are the main threat to the stability of a nation-state like Spain. Asymmetric offensives may come from other states, but also from subnational and non-state groups. The battles to artificially manipulate the public opinion of a given country represent an increasingly powerful weapon to erode the social cohesion of a country and the social contract that links citizens with their public institutions. Evidence and scientific analysis reveal that, in the last five years, the offensive operations of communicative disruption by governments and violent and extremist groups have increased in quantity and complexity. The investigation and monitoring of these attempts to destabilize public opinion shows that there is a methodology of disruption that consists of the following processes: a) detection of social vulnerabilities in a country; b) creation of a narrative that fosters these vulnerabilities in the public opinion; c) implementation of a network of own communication media; d) automated and cheating use of social communication platforms. States must understand the nature of this threat and build capacities that allow it to face it effectively.

Keywords

Hybrid warfare, disruption, communication, disinformation, public opinion.

La revolución tecnológica y sus implicaciones en la gobernanza

En el año 2013, los ejecutivos de Google Eric Schmidt y Jared Cohen eran optimistas con respecto al papel que las nuevas tecnologías de la información iban a jugar en la construcción y formación de la opinión pública. Según estos autores, las nuevas plataformas digitales servirían para construir una sociedad más y mejor informada: «Las personas que traten de perpetuar mitos sobre religión, cultura, etnicidad o cualquier otra cosa tendrán que luchar por mantener sus narrativas a flote entre un mar de nuevas audiencias informadas»¹. Sin embargo, la realidad está constatando que las narrativas basadas en mitos se han adaptado con gran pericia al nuevo entorno digital y están saliendo a flote con éxito «en el mar de nuevas audiencias informadas».

El caso del Estado Islámico o Dáesh, entre otros, ha sido un ejemplo paradigmático de la eficaz adaptación de las narrativas mitológicas al nuevo contexto informativo digital. Estado Islámico entendió, desde su nacimiento en el año 2013, la comunicación como un pilar clave de su estrategia. En este sentido, este grupo yihadista siguió el comportamiento de los movimientos populistas tradicionales, que siempre han entendido la estrategia de comunicación como una de sus principales armas. Como explica Silvio Waisbord:

«Lo mediático siempre obsesionó al populismo, aun cuando los medios masivos eran la prensa, el cine y la radio a mediados del siglo xx. El populismo siempre estuvo convencido de que su éxito político requiere tener una sensibilidad extrema a los medios y replantear su funcionamiento de acuerdo con objetivos políticos... Para el populismo, los medios siempre fueron esencialmente instituciones políticas que deben ser colocados en el centro de la acción de Gobierno»².

Mishra considera en este sentido que el grupo terrorista Dáesh forma parte de la lista de movimientos populistas contemporáneos que están utilizando las nuevas plataformas de la comunicación como parte esencial de su proyecto político. Según este autor:

«Las mentes malignas de [sic] Dáesh se han dispuesto con particular energía a utilizar este mundo interdependiente en beneficio propio; en sus manos, Internet se ha convertido en un arma propagandística de devastadora eficacia para la yihad mundial. Pero los demagogos de todos los colores, desde Recep Tayyip Erdogan en Turquía, pasando por Narendra Modi en la India y Marine Le Pen en Francia, hasta Donald

¹ SCHMIDT, Eric; COHEN, Jared. *The New Digital Age: Transforming Nations, Business, and Our Lives*. Vintage Books. 2013. p. 35.

² WAISBORD, Silvio. *Vox Populista*. Gedisa. 2014. p. 17.

Trump en Estados Unidos, han pescado en aguas revueltas del cinismo, el aburrimiento y el descontento»³.

A pesar de su optimismo inicial, Eric Schmidt y Jared Cohen ya reconocían en el año 2013 que la revolución tecnológica estaba emparejada a una revolución en el ámbito de la gobernanza cuyas consecuencias eran y siguen siendo imprevisibles:

«La tecnología empodera a todas las partes involucradas y permite a los actores más pequeños tener impactos muy grandes. Y esos actores no necesitan ser oficiales o no oficiales. Por lo tanto, estamos convencidos de que es posible que se formen Estados virtuales y que sacudirán el entorno digital de los estados *[sic]* físicos en el futuro»⁴.

La previsión de Schmidt y Cohen tiene unas profundas implicaciones no solo para las instituciones públicas, sino para el actual orden mundial de Gobierno, basado precisamente en las relaciones entre Estados. La hipotética desaparición de los actuales Estados nación por modelos de «Estados virtuales» implica pensar en un sistema de gobierno, de relaciones internacionales y de convivencia completamente nuevo, desconocido y carente de certezas o seguridades jurídicas y legales. Un entorno ideal para el surgimiento de nuevos actores de poder que, en muchos casos, no tienen entre sus prioridades el reforzamiento de los modelos de democracia liberal basados en el respeto de los derechos y libertades de los ciudadanos. Mishra coincide en mostrar su pesimismo ante el prolongando declive de las actuales y tradicionales formas de gobierno que se está viviendo desde comienzo del siglo XXI:

«La globalización, caracterizada por capitales móviles, comunicaciones aceleradas y rápida movilidad, ha debilitado velozmente las formas anteriores de autoridad en todas partes, tanto en las democracias sociales de Europa como en los despotismos árabes, y ha generado una serie de nuevos e imprevisibles actores internacionales, desde nacionalistas ingleses y chinos, piratas somalíes, traficantes de seres humanos y *hackers* anónimos hasta Boko Haram. Las ondas de choque que emanaron de la crisis económica de 2008, del Brexit y de las elecciones presidenciales norteamericanas de 2016 confirmaron que, como escribió Hannah Arendt en 1968, por primera vez en la historia, todos los pueblos de la tierra tienen un presente común»⁵.

Existe un consenso académico en señalar que las expectativas generadas por la disrupción de las redes sociales en el siglo XXI en el ámbito de la comunicación han irrumpido con fuerza en un complejo escenario político. La tecnología que nació con la promesa de fortalecer el debate público, mejorar la calidad democrática de los Gobiernos y acercar a los ciudadanos con sus

³ MISHRA, Pankaj. *La edad de la Ira*. Galaxia Gutenberg. 2017. p. 17.

⁴ SCHMIDT, Eric; COHEN, Jared, *Op. cit.*, p. 35.

⁵ MISHRA, Pankaj. *Op. cit.*, p. 16.

administraciones e instituciones públicas se ha revelado como una de las principales amenazas de las propias estructuras de Gobierno. Esta afirmación no supone negar el potencial positivo y las constructivas aportaciones que las nuevas tecnologías están realizando en el ámbito de la mejora de la gobernanza. Estas reflexiones solo pretenden alertar del potencial destructivo que tienen estas herramientas si se utilizan con el objetivo de anular, debilitar o sustituir los actuales modelos de gobierno por nuevos modelos de poder que pueden conducir a un inexplorado e inquietante orden mundial. Tal vez, como reconoció el filósofo alemán Jürgen Habermas en una entrevista el 6 de mayo de 2018, «Es posible que con el tiempo aprendamos a manejar las redes sociales de manera civilizada»⁶.

De la misma forma que el nacimiento de la imprenta fue el detonante de los profundos cambios políticos, religiosos y sociales que se vivieron en Europa a partir del siglo xv, en especial del auge de la nación Estado⁷, la irrupción de las nuevas tecnologías de la comunicación puede estar provocando un nuevo fenómeno social y político con implicaciones en las raíces mismas de la democracia y la nación Estado⁸. Peter Dahlgren alertó en 2005 de las complejas consecuencias que tendría Internet en las democracias⁹. Cuatro años más tarde, Manuel Castells confirmó que «el proceso de formación y ejercicio de las relaciones de poder se transforma radicalmente en el nuevo contexto organizativo y tecnológico derivado del auge de las redes digitales de comunicación globales»¹⁰.

Castells considera que el principal cambio comunicativo que se produjo a comienzos del siglo xxi fue la llegada de lo que define como los «medios de auto comunicación de masas»¹¹. Según señalan Miskimmon, O'Loughlin y Roselle, las reflexiones de Castells sugieren que «la comunicación ha cambiado cómo funciona el poder»¹². Para este grupo de autores, «Internet y las plataformas de comunicación social han permitido a cualquier persona narrar y comunicar lo que considere, algo que antes estaba reservado a las élites»¹³.

⁶ HERMOSO, Borja. «Entrevista a Jürgen Habermas» [en línea], en *El País*. 6 mayo 2018. Disponible en web: https://elpais.com/elpais/2018/04/25/eps/1524679056_056165.html.

⁷ ANDERSON, Benedict. *Imagined Communities*. Londres: Verso. 1983.

⁸ DAHLGREN, Peter. *Media and Political Engagement*. Cambridge: Cambridge University Press. 2009.

⁹ DAHLGREN, Peter. «The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation» [en línea]. 2005. Disponible en web: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10584600590933160>.

¹⁰ CASTELLS, Manuel. *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial., 2009.

¹¹ CASTELLS, Manuel. «Communication, Power and Counter-Power in the Network Society». *International Journal of Communication* 1, n.º 1, 2007.

¹² MISKIMMON, Alistair; O' LOUGHLIN, Ben; ROSELLE, Laura. *Strategic Narratives. Communication Power and the New World Order*. Routledge. 2013. p. 2.

¹³ *Ibidem*.

Otros autores como Moisés Naim se muestran más escépticos sobre el verdadero papel que Internet está teniendo en la transformación de las relaciones de poder y de gobierno. Naim considera que:

«La degradación del poder no se debe a Internet ni a las tecnologías de la información en general [...] Es innegable que Internet, las redes sociales y otras herramientas están transformando la política, el activismo, la economía y, por supuesto, el poder. Pero ese papel, importante, se exagera y malinterpreta con demasiada frecuencia. Las nuevas tecnologías de la información son eso, herramientas, que para causar efecto necesitan unos usuarios que, a su vez, tienen objetivos, dirección y motivación. Facebook, Twitter y los SMS contribuyeron de manera crucial a fortalecer a los manifestantes en la Primavera Árabe. Pero los manifestantes y las circunstancias que les impulsaron a salir a la calle nacieron de situaciones dentro y fuera de sus países que no tenían nada que ver con Twitter o Facebook»¹⁴.

Según destaca Naim:

«El primer y más importante motor de la protesta fue la realidad demográfica de los jóvenes en países como Túnez, Egipto y Siria, personas más sanas y mejor preparadas que nunca, pero sin trabajo y profundamente frustradas[...]Sería un error tanto negar la función crucial que tienen las tecnologías de la información, en particular las redes sociales, en los cambios que estamos presenciando, como considerar que esos cambios son consecuencia exclusivamente de la adopción generalizada de estas tecnologías»¹⁵.

La revolución tecnológica, por tanto, podría entenderse como el combustible que ha avivado y escalado la hoguera de frustración ciudadana y crisis institucional que había prendido de manera global. El caso del Daesh es, una vez más, paradigmático de esta situación. La marginación y falta de encaje político de la población Suní en Irak y Siria, junto con las altas tasas de corrupción, desempleo juvenil y deficiente prestación de servicios públicos provocaron un creciente malestar y aumento de la desconfianza ciudadana ante sus instituciones. Sin embargo, para entender la rapidez con la que este malestar escaló, provocó movilizaciones y se canalizó hacia propuestas violentas y extremistas hay que incluir en la ecuación variables e indicadores tecnológicos. En este sentido, resulta muy valioso entender que en Irak, el país donde surgió Estado Islámico a finales del año 2013, el 92,2% de los adultos del país tiene teléfono móvil; un tercio de los ciudadanos (34,1%) ha usado el móvil para conectarse a Internet durante la última semana; el 40,3% de los ciudadanos encuestados reconoció haberse conectado a Internet durante la última semana; un 73,9% de los usuarios de Internet consume con frecuen-

¹⁴ NAÍM, Moisés. *El fin del poder*. Debate. Octubre 2013. p. 35.

¹⁵ NAÍM Moisés. *Op. cit.*, p. 36.

cia programas de televisión, noticias, vídeoclips, deportes y películas. y el 30% de los encuestados también reconoció haber usado las redes sociales durante la última semana¹⁶.

La revolución tecnológica ha dotado y «armado» a un gran número de ciudadanos de unas herramientas que les permiten, con mayor facilidad que nunca, marcar agenda, crear encuadres e influir en el proceso de conformación de la opinión pública «sin tener que pasar por las puertas de los medios de comunicación tradicionales», tal y como explicaba Nacos en 2002¹⁷. Esta situación es la que ha generado el nuevo fenómeno comunicativo de *auto-comunicación de masas* al que aludía Castells en 2009, un fenómeno «que incrementa de forma decisiva la autonomía en la medida en la que los usuarios se convierten en emisores y receptores del mensaje»¹⁸.

Silvio Waisbord también advierte del profundo cambio estructural que ha vivido el sector de los medios de comunicación y las consecuencias que estos cambios tienen en las relaciones de poder. Waisbord considera que:

«Los desarrollos tecnológicos posteriores en la primera mitad del siglo xx, el cine, la radio y la televisión ampliaron la condición de medios masivos como instituciones que controlaron el flujo unidireccional de información y contenidos. Los medios, como categoría, se identifican con la presunta unidad de industrias y tecnologías a gran escala que detentan una posición única y un poder notable [...]».

Sin embargo, la revolución tecnológica que se vivió a comienzos del siglo xxi cambió completamente estas reglas de juego. Tal y como indica Waisbord:

«En años recientes este orden de los medios masivos se ha resquebrajado, principalmente, debido a innovaciones tecnológicas que posibilitan la comunicación por fuera de las estructuras clásicas, masivas, de las viejas tecnologías e industrias[...] La digitalización y el crecimiento de Internet provocaron la explosión de medios y resquebrajaron divisiones tajantes entre comunicación interpersonal y masiva¹⁹».

Estas dos circunstancias (crisis de credibilidad y empoderamiento tecnológico) han dinamitado el escenario tradicional de configuración de la opinión pública. De igual modo, se ha debilitado la hegemonía que poseían los Gobiernos para generar y transmitir verticalmente enfoques y encuadres hegemónicos. Esta situación es aprovechada por grupos posmodernos subnacionales (algunos extremistas y violentos), movimientos sociales y grupos

¹⁶ Gallup. «Broadcasting Board of Governors. Media Use in Irak and Irak Kurdistan» [en línea]. Marzo 2015. Disponible en web: <https://www.bbg.gov/wp-content/media/2015/03/Irak-brief-FINAL.pdf>

¹⁷ Nacos, Brigitte L. *Mass-Mediated Terrorism*, Rowman & Littlefield Publishers. Londres: Inc. 2002.

¹⁸ CASTELLS, Manuel. *Op. cit.*, s.p.

¹⁹ WAISBORD, Silvio. *Op. cit.*, p. 26.

de presión (identificados o encubiertos) para comunicarse de manera directa con sus audiencias mediante novedosas técnicas de *marketing* e influir en la opinión pública de una manera eficaz. A diferencia de los medios de comunicación tradicionales, el nuevo escenario de comunicación no está basado en la transmisión de datos y hechos, sino en la difusión eficaz de historias conmovedoras, subjetividades y sentimientos, lo que conforma una opinión pública menos informada y más manipulable.

Los hechos han demostrado que el uso de Internet, las plataformas digitales sociales y las técnicas de *marketing* digital directo han reconfigurado la manera en que se crea la opinión pública y han alterado los papeles que tradicionalmente tenían asignados instituciones políticas y administrativas, medios de comunicación y ciudadanos. Es decir, la relación triangular entre los principales agentes de la comunicación se ha modificado. Este cambio en la forma en que se construye la opinión pública ha tenido efectos directos en el ámbito de las políticas públicas, de la gobernanza y, tal y como demuestra el caso de la estrategia de comunicación puesta en marcha por el Dáesh desde verano de 2014, también en el ámbito de la propia modernidad.

Una estrategia de comunicación erigida sobre la base de una narrativa transmedia²⁰ atractiva y distribuida directamente a las audiencias potenciales puede fortalecer las adhesiones hacia un grupo subnacional de carácter violento y extremista. La calidad y la cantidad de estas adhesiones pueden incluso convertirse en una amenaza que compita de manera directa con la legitimidad de una nación Estado. Los casos de Irak y de Siria son ejemplos paradigmáticos que serán analizados con detalle en los próximos capítulos.

El público general, los responsables gubernamentales y los medios de comunicación de masas formaban un triángulo de intereses relacionados que tradicionalmente ha contribuido a la formación de la opinión pública²¹. La relación que se establecía entre estos actores y el modo en que entre ellos se generaban y se difundían los enfoques de las noticias quedó reflejada en el modelo de activación por cascada descrito por Robert M. Entman, quien determina el proceso de construcción de la realidad a través de significados e interpretaciones (encuadres) y cómo se difunden estos encuadres desde los niveles más altos de la Administración política y bajan hasta el público y los ciudadanos con la complicidad de los medios de comunicación²².

Entman reconoce asimismo que, excepcionalmente, los encuadres pueden ascender desde el nivel más bajo de la cascada hasta las élites administrativas y políticas. En cualquier caso, este modelo, así como todas las teorías tradicionales de la comunicación, ha explicado el campo de creación de la

²⁰ LESACA, Javier. *Op. cit.*, s.p.

²¹ NACOS, Brigitte L. et al., Inc., Nueva York, 2002.

²² ENTMAN, Robert M. *Projections of Power*. Chicago: The University of Chicago Press, 2004.

opinión pública como un escenario bien definido, con unos actores y unos papeles también fijados y delimitados.

El debate sobre el monopolio en la creación de enfoques y representaciones hegemónicas en la opinión pública es de enorme trascendencia a la hora de entender los procesos históricos que forjaron la modernidad y la posmodernidad. Edward Said considera que la creación de la *civilización occidental* se realizó en gran parte en base a las representaciones que la modernidad creó sobre *Oriente*. Según Said:

«Oriente ha ayudado a definir Europa (u Occidente), como una imagen, idea, personal y experiencia de contraste. El Oriente forma parte integral de la civilización y cultural europea. El orientalismo representa esta parte cultural e ideológica que tiene forma de discurso y que ha sido apoyado por instituciones, vocabulario, académicos, imágenes, doctrinas y burocracias coloniales²³».

Este autor considera que la creación deliberada de mensajes por parte de Occidente para crear una imagen hegemónica de Oriente tenía una clara intencionalidad política por parte de los países modernos:

«El orientalismo puede ser analizado como un elemento institucionalizado para tratar con "Oriente", hacer análisis sobre él, declaraciones autorizadas, describirlo, enseñar, ocuparlo y dominarlo: en resumen, Orientalismo como un estilo occidental para dominar, reestructurar y tener autoridad sobre "Oriente"»²⁴.

Sin embargo, la guerra de encuadres, representaciones y construcción de prejuicios y estereotipos culturales con fines políticos no se ha producido simplemente de una «supuesta cultura occidental» hacia una «supuesta cultura oriental» (islámica, según la categorización de Samuel P. Huntington). Es un hecho cierto y demostrado que los principales líderes islamistas también dedicaron gran parte de sus esfuerzos a caricaturizar una imagen de Occidente también con objetivos políticos; más concretamente, con el fin de atacar a naciones Estado de la modernidad. Buen ejemplo de ello son las declaraciones de Hassan Al Banna a comienzos del siglo xx difundiendo una imagen prejuiciosa y negativa de los países europeos: «Importaron a sus mujeres medio desnudas a nuestra región, junto con sus licores, sus teatros, sus salones de danza, sus entretenimientos, sus historias, sus periódicos, sus novelas sus juegos estúpidos y sus vicios»²⁵. La caricaturización de occidente como una cultura decadente y moralmente corrompida ha sido una constante en el discurso islamista durante el siglo xx y el siglo xxi. El propio

²³ SAID, Edward. *Orientalism*. Vintage Books. New York: A Division of Random House. S.f. p. 2.

²⁴ *Ibidem*, p. 3.

²⁵ KAPLAN, Roy H. *Understanding Conflict and Change in a Multicultural World*. Rowman & Littlefield. 2014. p. 156.

Estado Islámico hereda la dialéctica de Hassan Al Banna: el 24 de noviembre de 2015 el Dáesh publicó un vídeo en el que ridiculizaba a los presidentes estadounidenses llamándoles «corruptos, mentirosos y fornicadores»²⁶.

La imprenta favoreció la creación de la modernidad: habilitó a los Estados el monopolio para crear imágenes propias y ajenas y construir comunidades imaginadas basadas en la razón, la ilustración, el pensamiento científico, la libertad individual y el imperio de la ley. La revolución tecnológica del siglo XXI ha robado a las naciones Estado el monopolio sobre la creación de imágenes, encuadres y estereotipos hegemónicos para definirse a sí mismas y definir «al otro». Y lo que aún es más intrigante, las nuevas tecnologías de la comunicación han habilitado a grupos antimodernos, cuya agenda pasa por romper con la herencia de la modernidad a crear imágenes y enfoques eficaces entre la opinión pública.

Schmidt y Cohen, en la reflexión que realizaron en el año 2013 sobre los potenciales escenarios de gobierno que podía generar la revolución tecnológica, ya advertían de esta particular guerra de encuadres y narrativas entre naciones Estado y naciones digitales:

«Grupos que carecen de una forma de Estado pueden elegir recrear una en el mundo digital. Aunque no tenga la misma legitimidad que un Estado real, la oportunidad de establecer soberanías virtuales puede ser, en los mejores casos, un paso útil hacia un estado [*sic*] real, y en los peores casos, la escalada de un conflicto que puede conducir hacia un complicado enfrentamiento civil»²⁷.

El Dáesh ha corroborado estas previsiones. El califato se ha establecido como una «institución virtual» con claras aspiraciones a transformarse en una institución real. Para ello ha declarado una guerra híbrida y asimétrica con batallas físicas sobre el terreno, acciones terroristas en el extranjero contra la población civil y ofensivas virtuales de comunicación digital que han logrado retar y desestabilizar no solo a los Estados de Irak y Siria, sino también a decenas de países de África, Asia, Europa e incluso Estados Unidos, Canadá o Australia.

La disrupción comunicativa como arma en el contexto de las guerras híbridas

Las guerras híbridas nacieron hace más de 2500 años. El general chino Sun Tzu, nacido en el año 544 antes de Cristo, ya dejó por escrito que «el arte de la guerra es el engaño»²⁸. Según Tzu, la «mayor excelencia en la guerra no consiste en ganar cada batalla, sino en someter al enemigo sin entrar en

²⁶ Al Hayat Media Center. *No Respite*. 24 noviembre 2015.

²⁷ SCHMIDT, Eric & COHEN, Jared. *Op. cit.*, p. 101.

²⁸ SUN Tzu (s. V a. C. /2013). *El arte de la guerra*. Ed. Medí. S.f.

batalla»²⁹. El militar prusiano nacido en 1780, Carl Von Clausewitz, también coincidió en señalar que la guerra era un concepto que iba mucho más allá del combate militar y del uso de la fuerza entre dos ejércitos. La definición que Clausewitz hace de la guerra gira entorno a dos ideas: que la guerra es una extensión de la búsqueda del interés humano, expresada a través de objetivos políticos; y que la búsqueda de esos objetivos políticos a veces implicaba el uso de la fuerza³⁰.

El mayor estadounidense Amos C. Fox en su estudio sobre las guerras híbridas considera que la definición de «uso de la fuerza» que realiza Clausewitz haría referencia hoy en día «no solo al ámbito del enfrentamiento físico, sino que incluiría los dominios de la información, el ciberespacio, el espacio electromagnético»³¹.

El investigador español Josep Baqués también considera al militar prusiano como uno de los precursores modernos de las actuales guerras híbridas. Según Baqués, la definición de guerra híbrida se ajusta a:

«La célebre trinidad de Clausewitz, según la cual el éxito de una campaña militar depende en buena medida de la conexión entre tres elementos fundamentales, esto es, la elite [*sic*] política (que el prusiano equipara a la “razón” que dirige la guerra), las fuerzas armadas [*sic*] (que equipara a la “voluntad” de luchar y vencer) y la propia sociedad (que equivaldría a la “pasión” o a la “emoción”). Por lo tanto, las brechas que puedan abrirse entre cualquiera de los vértices constituyen un auténtico Talón [*sic*] de Aquiles para toda parte de cualquier conflicto»³².

A finales del siglo xx, en el año 1999, dos generales chinos avanzaron ya con mayor precisión la complejidad y naturaleza poliédrica de los futuros enfrentamientos bélicos. Según Qiao Liang y Wang Xiangsui:

«Podemos mencionar una serie de medios y de nuevos métodos utilizados para luchar en una guerra no militar. Algunos de estos métodos existen, pero otros existirán en el futuro. Estos medios y métodos de guerra incluyen una guerra psicológica (difundir rumores que intimiden al enemigo y destruyan su estado de ánimo) y la guerra de comu-

²⁹ Ibídem.

³⁰ CARL VON CLAUSEWITZ. *On War*. Trans. HOWARD, Michael & PARET, Peter. Princeton, NJ: Princeton University Press. 1987. p. 75.

³¹ MAJ AMOS C. FOX. «Hybrid Warfare: The 21st Century Russian Way of Warfare» [en línea], en *School of Advanced Military Studies United States Army Command and General Staff College*. Fort Leavenworth, Kansas. 2017. Disponible en web: <http://www.dtic.mil/dtic/tr/fulltext/u2/1038987.pdf>.

³² BAQUÉS QUESADA, Josep. «Las guerras híbridas: un balance provisional» [en línea], en *Instituto Español de Estudios Estratégicos*. Enero 2015. Disponible en web: http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_trabajo/2015/DIEEET01-2015_GuerrasHibridas_JosepBaques.pdf. Pág 5.

nicación (manipular lo que los ciudadanos ven y oyen para liderar la opinión pública)»³³.

Existe, por tanto, un consenso académico en reconocer la antigüedad del concepto de guerra como un fenómeno que va más allá del enfrentamiento físico en un campo de batalla. Como bien señala Pedro Sánchez Herráez, han existido

«una gran cantidad de conflictos en los cuales se han empleado de manera combinada fuerzas y procedimientos regulares e irregulares como medio esencial para alcanzar la victoria; suelen citarse de manera recurrente la Guerra [*sic*] de Independencia de los Estados Unidos, la guerra contra la invasión francesa de España en 1808, la guerra de la China comunista de Mao, la Guerra de Vietnam»³⁴.

Sin embargo, como señala Moisés Naim:

«El poder de las armas no convencionales en una guerra se ha disparado en los últimos años. De hecho, en la actualidad, cuando las naciones Estado van a la guerra, el poder militar abrumador cuenta menos que antes. Las guerras son cada vez más asimétricas, con el enfrentamiento de grandes fuerzas militares contra otras más pequeñas y heterodoxas: rebeldes, movimientos separatistas, grupos insurgentes, milicias. Además, cada vez es más frecuente que las gane el bando con menos poder militar».

Naim hace mención a un estudio hecho en Harvard que señala que, en las guerras asimétricas que estallaron entre 1800 y 1849, el bando más débil (en número de soldados y armamento) alcanzó sus objetivos estratégicos en el 12% de los casos. Sin embargo, en las guerras que estallaron entre 1950 y 1998, el bando más débil prevaleció con más frecuencia, el 55% de las veces. Por diversas razones, el resultado de los conflictos asimétricos actuales tiene más probabilidades de decidirse en función de las estrategias políticas y militares de los bandos que de la pura fuerza militar. Es decir, un ejército moderno y de gran tamaño ya no basta para garantizar que un país pueda alcanzar sus objetivos estratégicos³⁵.

El final del siglo xx y el comienzo del siglo xxi están asistiendo con mayor frecuencia a la reedición de la historia bíblica que cuenta la victoria de David frente a Goliat. Los Estados nación cada vez tienen más dificultades para enfrentarse a enemigos no identificados o camuflados que minan los cimientos

³³ LIAN, Qiao; XIANGSUI, Wang. *Guerra irrestricta*. S.l. 1999. S.p.

³⁴ SÁNCHEZ HERRÁEZ, Pedro. «La Nueva Guerra Híbrida: un somero análisis estratégico» [en línea], en *Instituto Español de Estudios Estratégicos*. S.f. Disponible en web: http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_analisis/2014/DIEEEA54-2014_NuevaGuerraHibrida_PSH.pdf. Pág 4.

³⁵ NAÍM, Moisés. *Op. cit.*, p. 23.

de las instituciones públicas en nuevos escenarios de batalla, como la opinión pública, donde la superioridad de fuerza no supone un valor añadido.

En su reflexión sobre los actuales enfrentamientos bélicos, Pankaj Mishra considera que:

«Las guerras convencionales entre Estados empequeñecen ante las guerras entre terroristas y contraterroristas, insurgentes y contrain-surgentes: y hay además guerras económicas, financieras y cibernéticas, guerras por y a través de la información, guerras por el control del comercio y drogas y la emigración, y guerras entre milicias urbanas y grupos mafiosos. Los futuros historiadores acaso vean en semejante caos descoordinado el comienzo de la tercera —y la más larga y más extraña— de todas las guerras mundiales: una guerra que se asemeja, por su ubicuidad, a una guerra civil global»³⁶.

Los exdirectivos de Google Schmidt y Cohen también asumieron en el año 2013 que la guerra y los conflictos violentos utilizarían las nuevas tecnologías para combatir contra los Estados en nuevos campos de batalla. Según estos autores:

«La tecnología es una herramienta que genera igualdad de oportunidades y ofrece recursos muy poderosos para que las personas logren sus objetivos: algunos de ellos muy constructivos, otros de una inimaginable fuerza destructora. La verdad innegable es que la conectividad también beneficia a grupos terroristas, violentos y extremistas. La actividad terrorista del futuro incluirá aspectos físicos y virtuales, desde el reclutamiento a la implementación de actos terroristas»³⁷.

Ya en el año 2005, la Estrategia de Defensa Nacional de Estados Unidos mencionaba una serie de amenazas emergentes e identificaba retos de «carácter irregular». Según este documento, el pensamiento de seguridad estaba transformándose: de ser una «mera lucha de guerra de naciones» hacia una guerra contra «una lista de enemigos más amplia: irregulares, terroristas catastróficos y amenazas disruptivas, que tratan de usurpar y desplazar la hegemonía y el poder americano a través de disrupciones tecnológicas»³⁸.

Sin embargo, tal y como señalan Miguel García Guindo y Gabriel Martínez-Valera, no fue hasta ese año 2005 cuando se acuñó por primera vez la definición contemporánea de *guerra híbrida*. Mattis y Hoffman, en su artículo

³⁶ MISHRA, Pankaj. *Op. cit.*, p. 14.

³⁷ SCHMIDT, Eric; COHEN, Jared. *Op. cit.*, p. 151.

³⁸ HOFFMAN, Frank G. «Hybrid Warfare and Challenges, Joint Forces Quarterly» [en línea], en *Small Wars Journal*, n.º 52. 2009. Disponible en web: <http://smallwarsjournal.com/documents/jfqhoffman.pdf>. HOFFMAN, Frank G. «Conflicts in the 21st Century: The Rise of Hybrid Wars» [en línea], en *Potomac Institute for Policy Studies*. Arlington, Virginia. 2007. P. 13. Disponible en web: http://www.potomacinstitute.org/images/stories/publications/potomac_hybridwar_0108.pdf

Future Warfare: The Rise of Hybrid Wars, al hablar de los Estados Unidos, advertían de que la superioridad de este último crearía una lógica que impulsaría a los actores estatales y no estatales a abandonar el modo tradicional de hacer la guerra y a buscar una capacidad o algún tipo de combinación de tecnologías y tácticas que les permitiera obtener una ventaja sobre su adversario. Una lógica que no encontraba acomodo en la clasificación de las amenazas emergentes que apareció en la Estrategia Nacional de Defensa de los Estados Unidos publicada en marzo de ese mismo año, y que, como se ha señalado anteriormente, distinguía entre tipos de guerra tradicional, irregular, catastrófica y disruptiva³⁹. Por su parte, Pablo Sánchez Herraiz considera como hito de «nacimiento» de la guerra híbrida el conflicto que en 2006 enfrentó a Israel y Hezbolá, guerra en la cual esta formación islámica no pudo ser derrotada o salió vencedora, según sean las fuentes consultadas frente a las poderosas y bien adiestradas Fuerzas de Defensa Israelíes (FDI)⁴⁰.

Miguel García Guindo y Gabriel Martínez-Valera consideran que el concepto de guerra híbrida, proviene del término *guerra compuesta*, que se le atribuye al historiador Tomas Huber (1996) y que describe el fenómeno de las fuerzas regulares e irregulares que combaten de manera coordinada.

«Huber explica la guerra compuesta a modo de marco intelectual para entender el fenómeno de las fuerzas convencionales, (regulares) y las fuerzas no convencionales (irregulares) que operan bajo dirección unificada a fin de lograr el estado final deseado. El autor analiza la coordinación y la relativa simultaneidad de estas fuerzas que operan de manera cohesionada, pero nunca fusionadas o combinadas, en el campo de batalla»⁴¹.

El militar estadounidense Daniel Lasica señaló en el año 2009 que lo que persiguen (las guerras híbridas) es dominar el arte operacional sin restricciones a base de sobrepasar las fronteras y las leyes cognitivas y morales de la guerra que sustentan el pensamiento de defensa de los países occidentales⁴². Lasica defiende que el actor que recurre a la guerra híbrida saca provecho del concepto de Estados Unidos (asentado en los tratados de Jomeini)

³⁹ GARCÍA GUINDO, Miguel; MARTÍNEZ-VALERA GONZÁLEZ, Gabriel. «La guerra híbrida: noticiones preliminares y su repercusión en el planeamiento de los países y organizaciones occidentales» [en línea], en *Instituto Español de Estudios Estratégicos*. 15 febrero 2015. P. 4. Disponible en web: http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_trabajo/2015/DIEET02-2015_La_Guerra_Hibrida_GUindo_Mtz_Glez.pdf.

⁴⁰ SÁNCHEZ HERRÁEZ, Pedro. «La Nueva Guerra Híbrida: un somero análisis estratégico» [en línea], en *Instituto Español de Estudios Estratégicos*. 2014. P. 3. Disponible en web: http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_analisis/2014/DIEEA54-2014_NuevaGuerraHibrida_PSH.pdf.

⁴¹ GARCÍA GUINDO, Miguel; MARTÍNEZ-VALERA GONZÁLEZ, Gabriel. *Op. cit.*, S.p.

⁴² LASICA, Daniel (2009). *Strategic Implications of Hybrid War: A Teory of Victory*. Fort Leavenworth, Kansas School of Advanced Military Studies, United States Army Command and General Staf College.

sobre una teoría estratégica de victoria basada en la derrota de la voluntad de lucha del adversario, lo que no ha sucedido en las últimas guerras de Irak y Afganistán ni en los conflictos de Hizb Allah (2006) y Hamás (2009 y 2013), estas dos últimas contra las Fuerzas de Defensa Israelíes (IDF, en sus siglas en inglés)⁴³.

La OTAN, en la declaración emitida tras la cumbre de Cardiff (Gales, 4-5 de septiembre de 2014) menciona expresamente el término *amenazas de guerras híbridas* y *amenazas híbridas* en diferentes epígrafes. En dicho documento se expresa la necesidad de poder hacer frente a este tipo de retos, para lo cual, se señala, la Alianza necesita poseer las herramientas y procedimientos necesarios para disuadir y responder de manera efectiva a estas amenazas, así como las capacidades para reforzar a las fuerzas de cada nación⁴⁴.

La OTAN también incide en la importancia de desestabilizar de las guerras híbridas:

«Los conflictos híbridos incluyen movilizar recursos en múltiples sectores para desestabilizar el funcionamiento de un estado [*sic*] y polarizar su sociedad. A diferencia de la guerra convencional, el “centro de gravedad” en la guerra híbrida es una población objetivo. El adversario trata de influenciar a los responsables políticos influyentes y a los principales responsables de la toma de decisiones. El agresor a menudo recurre a acciones clandestinas, para evitar la atribución o la retribución. Sin dejar el rastro de una pistola humeante»⁴⁵.

Países como España ya han reconocido oficialmente la amenaza para la seguridad que supone este nuevo tipo de guerras. La Estrategia de Seguridad Nacional elaborada por el Gobierno de España en el año 2017 incluye de manera explícita la amenaza de acciones híbridas como uno de los principales retos de seguridad a los que debe de hacer frente el país. Este documento define las *acciones híbridas* de la siguiente manera:

«Se trata de acciones combinadas que pueden incluir, junto al uso de métodos militares tradicionales, ciberataques, operaciones de manipulación de la información, o elementos de presión económica, que se han manifestado especialmente en procesos electorales. La finalidad últi-

⁴³ *Ibidem*.

⁴⁴ NATO (OTAN), «Wales Summit Declaration, Press Release (2014) 120» [en línea]. 5 septiembre 2014. Párrafos 13 y 104. Disponible en web: http://www.nato.int/cps/en/natohq/official_texts_112964.htm?selectedLocale=en.

⁴⁵ PINDJAK, Peter. «Deterring hybrid warfare: a chance for NATO and the EU to work together?» [en línea], en *OTAN*. 2014. Disponible en web: <https://www.nato.int/docu/review/2014/Also-in-2014/Deterring-hybrid-warfare/EN/index.htm>.

ma que se persigue es la desestabilización, el fomento de movimientos subversivos y la polarización de la opinión pública»⁴⁶.

La definición del Gobierno de España reconoce también que este tipo de amenaza puede venir tanto por parte de «agentes estatales» como «no estatales», y que combinan el empleo de «medios militares con ataques cibernéticos, elementos de presión económica o campañas de influencia en las redes sociales»⁴⁷. La Estrategia de Seguridad Nacional de España sitúa el origen de estas nuevas amenazas en el complejo contexto sociopolítico y económico que se define en el primer capítulo de este trabajo. El Gobierno de España considera que:

«Ligado en gran medida a la situación de crisis económica de estos años, el auge de grupos con visiones proteccionistas [sic] y nacionalistas exclusivistas es una de las notas dominantes en este periodo. Este fenómeno se ha aprovechado de factores de fondo como la desaceleración del crecimiento económico, la desigualdad o la polarización social e identitaria, y ha adquirido una mayor relevancia internacional y estratégica. La influencia de movimientos exclusivistas crece por el uso masivo de las redes sociales. Asimismo, la manipulación de la información por parte de agentes externos ejerce de factor de influencia en la era de la *posverdad*, con efectos negativos en la cohesión social y la estabilidad política»⁴⁸.

Miguel García Guindo y Gabriel Martínez-Valera González también subrayan que el uso (o el mal uso) de la comunicación se está consolidando como una de las principales armas en el contexto de las guerras híbridas. Estos autores consideran que los actores de guerra híbrida

«explotan hábilmente las limitaciones impuestas a las fuerzas de las grandes potencias occidentales. Entre estas se incluyen las reglas de enfrentamiento, la voluntad política, la cobertura del conflicto por los medios de comunicación, las tradiciones militares, las normas de la guerra, así como los límites cognitivos y geográficos»⁴⁹.

García Guindo y Martínez-Valera González destacan también el creciente papel de

«los esfuerzos de propaganda destinados tanto a la población local, a la del adversario, como a la Comunidad Internacional [sic] [...] Este tipo de esfuerzos deben socavar la legitimidad del oponente para ejecutar las operaciones militares, modelan la agenda interna e internacional,

⁴⁶ GOBIERNO DE ESPAÑA. *Op. cit.*, p. 16.

⁴⁷ GOBIERNO DE ESPAÑA. *Op. cit.*, p. 32.

⁴⁸ GOBIERNO DE ESPAÑA. *Op. cit.*, p. 34.

⁴⁹ GARCÍA GUINDO, Miguel; MARTÍNEZ-VALERA GONZÁLEZ, Gabriel. *Op. cit.*, s.p.

presentan un marco interpretativo alternativo de referencia y, sobre todo, minan la fortaleza pública del contrario»⁵⁰.

Como se explicará en las siguientes páginas, el uso de la comunicación como elemento de disrupción en un contexto de guerras híbridas es un proceso complejo que requiere implementar una metodología determinada. Uno de los principales elementos para irrumpir de manera eficaz a través de la comunicación es la creación de relatos o narrativas. Félix Arteaga destacó en el año 2010 la importancia de la guerra de relatos y narrativas en el nuevo contexto bélico a la hora de modular la audiencia doméstica o global. Según Arteaga, la clave del enfrentamiento «está en la percepción». Por ello:

«Las partes enfrentadas han tenido que adaptar su estrategia militar a la batalla de las ideas buscando los “relatos”, las narraciones del conflicto que les favorezcan. Lo que ocurre en el enfrentamiento armado es importante, pero lo es mucho más la habilidad que se tiene para narrarlo. La batalla entre narraciones tiene un frente local, donde la acción armada debe ganarse el favor de la población y, sobre todo, evitar que perciba al bando contrario como ganador. Esa misma batalla se libra también en la retaguardia, donde las opiniones públicas alejadas geográficamente de la realidad del conflicto siguen el enfrentamiento a través de las narraciones gubernamentales, mediáticas o insurgentes. La percepción cuenta más que la realidad y el nuevo centro de gravedad consiste en generar una percepción tan desfavorable del contrario que desmovilice su voluntad de prevalecer y la confianza de quienes lo apoyaban»⁵¹.

Las guerras híbridas de agentes nacionales

Como se ha señalado anteriormente, la amenaza de las guerras híbridas puede provenir por parte de agentes estatales y por parte de agentes no estatales. La Estrategia de Seguridad Nacional de España menciona de forma explícita dos países especialmente activos en reconfigurar el escenario internacional. Este informe considera que está creciendo «la competición entre actores estatales, con distintas visiones sobre la seguridad y sobre el papel de las instituciones multilaterales. Potencias como China y Rusia han adoptado un papel más activo en el escenario internacional y proyectan su poder más allá de su entorno regional»⁵².

⁵⁰ *Ibidem*.

⁵¹ ARTEAGA, Félix. «Terrorismo, contrainsurgencia y opinión pública», en JORDÁN, Javier; POZO, Pilar; G. GUINDO, Miguel (coords.) *Terrorismo sin fronteras: actores, escenarios y respuestas en un mundo global*. Navarra: Editorial Aranzadi. 2010. pp. 213-230.

⁵² GOBIERNO DE ESPAÑA. *Op. cit.*, p. 31.

Rusia ha sido uno de los países que más ha desarrollado el concepto de guerras híbridas o, en palabras, de la doctrina militar rusa, «guerras no declaradas» y «guerras no lineales». En febrero de 2013 el general Valery Gerasimov, jefe del Estado Mayor de las Fuerzas Armadas de la Federación Rusa, publicó un artículo en la revista *Military Industrial Kurier* en el que describía una nueva forma de entender la guerra y la paz en el siglo XXI. Según este militar ruso, «las guerras ya no se van a declarar y, una vez comenzadas, seguirán procedimientos no familiares»⁵³.

Según este general ruso, impulsor de la denominada *doctrina Gerasimov*, un Estado próspero puede «en cuestión de meses e incluso días, transformarse en una zona de terrible conflicto armado; sufrir una intervención extranjera y hundirse en una red de caos, catástrofes humanitarias y guerra civil». Gerasimov, que basa su reflexión en el estudio de las Primaveras Árabes, considera que:

«El papel de los medios no militares para lograr objetivos políticos y estratégicos ha crecido y, en muchos casos, han excedido el poder de la fuerza de las armas en su eficacia. Los métodos más utilizados en un conflicto están cada vez más relacionados con el uso de la información política y económica, las medidas humanitarias y otras medidas no militares, aplicadas de manera coordinada con protesta ciudadanas [sic]. Todo esto se complementa con medios militares de carácter oculto, que incluyen el uso de acciones informativas y las acciones de las fuerzas de operaciones especiales»⁵⁴.

Can Kasapoglu, investigador del Colegio de Defensa de la OTAN, explica en un artículo publicado en noviembre de 2015 que nuestra estrategia de «guerras híbridas» o «guerras no lineales de Rusia» comenzó a tomar forma tras los «catastróficos resultados de la primera guerra ruso-chechena entre 1994 y 1996»⁵⁵. Kasapoglu considera que las nuevas técnicas de guerra híbrida de Rusia comenzaron a aplicarse en 2008 con la guerra entre Rusia y Georgia, pero cobraron especial relevancia en la guerra de Ucrania y durante la aneación de la península de Crimea en marzo de 2014⁵⁶.

⁵³ COALSON, Robert. «Top Russian General Lays Bare Putin's Plan for Ukraine» [en línea], en *Huffington Post*. S.f. Disponible en web: https://www.huffingtonpost.com/robert-coalson/valery-gerasimov-putin-ukraine_b_5748480.html.

⁵⁴ COALSON, Robert. «Top Russian General Lays Bare Putin's Plan for Ukraine» [en línea], en *Huffington Post*. S.f. Disponible en web: https://www.huffingtonpost.com/robert-coalson/valery-gerasimov-putin-ukraine_b_5748480.html.

⁵⁵ KASAPOGLU, Can. «Russia's Renewed Military Thinking: Non-Linear Warfare and Reflexive Control» [en línea], en *Research Division. NATO Defense College*. Rome. N.º 121. Noviembre 2015. Disponible en web: <http://cco.ndu.edu/Portals/96/Documents/Articles/russia%27s%20renewed%20Military%20Thinking.pdf>.

⁵⁶ *Ibidem*.

En su reflexión sobre estos nuevos métodos bélicos, Kasapoglu recuerda que las guerras informativas y psicológicas que Rusia utilizó durante su campaña híbrida en Ucrania en 2014 no eran del todo nuevas, y recuperan la teoría soviética del control reflexivo. La *teoría de control reflexivo* se define como un medio de transmitir a un adversario información previamente preparada para inclinarlo a tomar voluntariamente una decisión predeterminada deseada por el iniciador de la acción⁵⁷. Es decir, consistiría en hacer llegar al adversario informaciones manipuladas o descontextualizadas que fueren a que este adversario tome de manera voluntaria decisiones en contra de sus propios intereses.

Timothy L. Thomas explica que el concepto de control reflexivo ha existido «mucho más tiempo que los conceptos de guerra de información y operaciones de información». Según este autor, este concepto se desarrolló en la literatura militar soviética en los años setenta. En ese momento, V. A. Lefebvre, que estaba trabajando dentro del contexto y la lógica de un juego reflexivo, definió el control reflexivo como «un proceso por el cual un enemigo transmite a su oponente las razones o bases para tomar de manera voluntaria decisiones equivocadas»⁵⁸.

Según un informe del Real Instituto Elcano, el concepto de control reflexivo está enfocado en Rusia en la actualidad «a influenciar en aspectos como la filosofía, sociología, psicología, pedagogía, *inteligencia artificial*, computación, asuntos militares, inteligencia, contrainteligencia y muchas otras áreas»⁵⁹.

«La estrategia rusa de control de la información pasa por estar más interesada en los aspectos cognitivos, cuyo objetivo es localizar el eslabón más débil y explotarlo. Son usadas operaciones de desacreditación moral y psicológica (PSYOPS), usando o manipulando datos biográficos, hábitos, deficiencias psicológicas, etc.»⁶⁰.

El Centro de Excelencia de Comunicaciones Estratégicas de la OTAN reconoce en un informe elaborado en el año 2014 que Rusia «ha demostrado su voluntad de modernizar las herramientas de la era soviética y adaptarlas al complejo entorno informativo actual»⁶¹. Este informe de la OTAN considera

⁵⁷ THOMAS, Timothy L. «Russia's Reflexive Control Theory and the Military» [en línea], en *Journal of Slavic Military Studies*. N.º 17. 2004. P. 237-256. Disponible en web: https://www.rif.edu/~w-cmmc/literature/Thomas_2004.pdf.

⁵⁸ *Ibidem*.

⁵⁹ REAL INSTITUTO ELCANO [en línea], en *Ciber Elcano n.º 10*. Enero 2016. Disponible en web: http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/d26694804b495a16a1e0e-3c12a87c07d/Ciber_Elcano_Num10.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=1452614978930.

⁶⁰ *Ibidem*.

⁶¹ NATO. «Analysis of Russia's Information Campaign Against Ukraine. Examining non-military aspects of the crisis in Ukraine from a strategic communications perspective» [en línea], en *Strategic Communications Centre of Excellence*. 2014. Disponible en web: <https://www.stratcomcoe.org/analysis-russias-information-campaign-against-ukraine>.

que la campaña de información y comunicación «fue central para las operaciones de Rusia en Ucrania». Según la OTAN:

«La campaña informativa y de acción militar desarrollada por Rusia corresponde a las características de una nueva forma de guerra donde las líneas entre paz y guerra, fuerza militar extranjera y grupos locales de autodefensa son borrosas y el espacio principal de batalla se ha movido desde el terreno físico a la guerra por las mentes y los corazones de las poblaciones en disputa».

La OTAN concluye que Crimea «puede considerarse un campo de entrenamiento para Rusia para testear esta nueva forma de guerra híbrida y asimétrica, que combina una campaña intensiva de información, la guerra cibernética y el uso de fuerzas especiales»⁶².

El mayor estadounidense John R. Davis reconocía en un artículo publicado en una revista de la OTAN que las acciones híbridas de Rusia en 2014 en Ucrania pillaron a la OTAN y al mundo «por sorpresa»⁶³. Este militar estadounidense considera que uno de los principales éxitos de Rusia en su campaña en Ucrania fue «el uso de operaciones de información y psicológicas orientadas a apoyar la causa rebelde, incitar a la violencia y movilizar a sus audiencias cuando fuera necesario»⁶⁴. Al mismo tiempo, esta estrategia estaba encaminada a atemorizar, intimidar y provocar la inacción de las audiencias enemigas. John R. Davis presta especial atención al sofisticado proceso de elaboración de narrativas que implementó Rusia en su campaña de información. Según Davis, los medios rusos emplearon diferentes estrategias narrativas para diferentes audiencias: «Una narrativa estaba encaminada a lograr un apoyo internacional a los intentos rusos por lograr una solución pacífica a la crisis en Ucrania. Otra narrativa estaba encaminada a las audiencias internas y pro rusas [*sic*] de Ucrania, donde se promovía el nacionalismo y el victimismo»⁶⁵.

Las técnicas informativas de Rusia en el contexto de las guerras híbridas no han dejado de sucederse en diferentes puntos del mundo desde el año 2014. En el año 2016, un informe financiado por la oficina del primer ministro de Finlandia advertía de las campañas de información provenientes de Rusia para desestabilizar los Estados Bálticos. Este estudio, elaborado por Bettina Renz y Hanna Smith, considera que «los principales medios que Rusia adoptará para crear inestabilidad y socavar la moral en un estado [*sic*] adversario estarán relacionados con la guerra de la información». Los autores

⁶² *Ibidem*.

⁶³ DAVIS JR., John R. «Continued Evolution of Hybrid Threats» [en línea], en *The Three Swords Magazine. Joint Warfare Centre. NATO*. 2015. S.p. Disponible en web: http://www.jwc.nato.int/images/stories/threeswords/CONTINUED_EVOLUTION_OF_HYBRID_THREATS.pdf.

⁶⁴ *Ibidem*.

⁶⁵ *Ibidem*.

consideran que las campañas de información rusas en los Estados Bálticos se enfocan en la difusión de falsedades, en socavar la moral creando divisiones entre las diferentes agrupaciones étnicas, lingüísticas y políticas dentro de estos estados o mediante una insatisfacción general con el gobierno. El informe cita expresamente unas declaraciones del general ruso Valery Gerasimov que reconoce que «el objetivo es hacer uso de la oposición interna del adversario como un frente de lucha permanente»⁶⁶.

Este informe hace una especial mención a la estrategia de los medios rusos para aprovecharse a su favor de los regímenes liberales y de respeto a la libertad de expresión que impera en los Estados Bálticos. Renz y Smith consideran que la guerra de información rusa «hace uso para sus propios fines de la presencia de libertad de expresión en los estados [sic] democráticos». Esta situación provoca que «los Estados bálticos quedan en una situación de indefensión ante la producción de propaganda de Moscú, que está diseñada para dividir sus estados [sic]». El informe, en este sentido, cita a Pomerantsev y Weiss cuando denunciaron que «el Kremlin ha aprendido sistemáticamente a utilizar los principios de las democracias liberales contra ellas». Renz y Smith concluyen que las guerras asimétricas «están consiguiendo que los propios sistemas democráticos se están convirtiendo en una vulnerabilidad contra ellos mismos por culpa de las acciones rusas»⁶⁷.

Existen abundantes indicios para sospechar que las tácticas de guerras híbridas implementadas por Rusia en Ucrania o en los Estados Bálticos no han sido una excepción. Desde el año 2014 hasta la actualidad, diversos investigadores e instituciones han denunciado y demostrado el uso de prácticas informativas desestabilizadoras por parte de agentes rusos en diversos países de Europa y de América. Los investigadores Edward Lucas y Peter Pomerantsev aseguran, en un estudio publicado en agosto de 2016, y consideran que el uso por parte de Rusia de la información como arma no es nuevo, «pero la sofisticación y la intensidad están aumentando»⁶⁸. Según estos autores: «Occidente comenzó a darse cuenta de que la desinformación representa una seria amenaza para Estados Unidos y sus aliados europeos, principalmente los “estados [sic] de primera línea” —Polonia, los Estados bálticos, la República Checa, Eslovaquia y Ucrania—, pero también para Europa occidental y Norteamérica». Lucas y Pomerantsev aseguran que:

⁶⁶ RENZ, Bettina; SMITH, Hanna. «Russia and Hybrid Warfare. Going Beyond the Label» [en línea], en *Papers Aleksanteri*. Enero 2016. S.p. Disponible en web: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=0ahUKEW-j0k_CHh9bYAhUic98KHWNJBYgQFgg2MAI&url=https%3A%2F%2Fwww.stratcomcoe.org%2Fdownload%2Ffile%2Ffid%2F4920&usg=AOvVaw2HUcl2dQ3JTA8CEjs1yQaT.

⁶⁷ Ibidem.

⁶⁸ LUCAS, Edward; POMERANZEV, Peter. «Winning the Information War. Techniques and Counter-strategies to Russian Propaganda in Central and Eastern Europe» [en línea], en *Center for European Policy Analysis*. Agosto 2016. S.p. Disponible en web: <http://cepa.org/reports/winning-the-Information-War>.

«En todo el mundo occidental, el Kremlin promueve el discurso conspirativo y utiliza la desinformación para contaminar el espacio de información, aumentar la polarización y socavar el debate democrático. Las acciones de Rusia aceleran la disminución de la confianza en las alianzas y organizaciones internacionales, instituciones públicas y medios de comunicación»⁶⁹.

Lucas y Pomerantsev coinciden con Renz y Smith en considerar que el principal objetivo de estas campañas de guerra de comunicación es el de aumentar las tensiones internas de los países que son objetivos de estos ataques:

«A diferencia de la propaganda soviética, los métodos contemporáneos de guerra de información de Rusia no promueven la agenda del Kremlin. En cambio, están calibrados para confundir, desconcertar y distraer. Rusia trata de erosionar el apoyo público a los valores euroatlánticos para aumentar su propio poder relativo. Explota las tensiones étnicas, lingüísticas, regionales, sociales e históricas, y promueve las causas antisistema, extendiendo su alcance y dándoles una falsa apariencia de legitimidad»⁷⁰.

Un claro ejemplo de esta táctica de erosión de los valores europeos se pudo constatar en la precampaña italiana, donde, según una información publicada por Bloomberg, el medio de comunicación ruso Sputnik fue uno de los principales responsables de fomentar el discurso antinmigratorio en Italia⁷¹.

Siguiendo la teoría soviética del control reflexivo, las nuevas guerras de comunicación de Rusia en el contexto de las guerras híbridas estarían destinadas a proveer a la opinión pública de los países adversarios de informaciones falsas, confusas o descontextualizadas con el objetivo de que los ciudadanos tomen de forma voluntaria las peores decisiones para sus propios intereses y los intereses de sus países.

Confundir y desestabilizar a la opinión pública estadounidense parece que fue el objetivo de la estrategia de disrupción rusa en la campaña electoral estadounidense de 2016. Según se desprende de la investigación que hizo pública el pasado 16 de febrero el Departamento de Justicia de Estados Unidos, trece ciudadanos rusos y tres compañías del mismo país fueron oficialmente acusadas de poner en marcha una sofisticada red de información diseñada para alterar las elecciones estadounidenses de 2016 y favorecer al candidato Donald Trump. Según indica el informe del Departamento de Justicia, en el conocido como *informe Mueller*, la campaña comenzaba desde unas oficinas en San Petersburgo en Rusia, se distribuía en redes sociales americanas y, en última instancia, in-

⁶⁹ *Ibidem*.

⁷⁰ *Ibidem*.

⁷¹ BLOOMBERG. «Russia Helped Shape Italy's Twitter Obsession With Immigrants» [en línea]. 1 marzo 2018. Disponible en web: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-03-01/russia-helped-shape-italy-s-twitter-obsession-with-immigrants>.

fluenciaba en los estados clave de las elecciones presidenciales. La investigación también señala que la maquinaria rusa robó identidades de ciudadanos estadounidenses y agitó debates sociales controvertidos como la inmigración, el debate racial o la religión con el objetivo de dividir a la población estadounidense. Según indicó Rod J. Rosenstein, el fiscal general que ha llevado el proceso, «las pruebas confirman que conspiradores rusos quieren promover la discordia en Estados Unidos y minar la confianza pública en la democracia»⁷².

La revista *The Economist* publicaba el 24 de febrero de 2018 un extenso análisis de la guerra informativa rusa a raíz del denominado *informe Mueller*; coincidía en el análisis hecho público por los investigadores estadounidenses y señalaba que los objetivos de estas campañas de guerra de comunicación tienen un objetivo a largo plazo que consiste en debilitar las democracias occidentales, deteriorando la confianza de los ciudadanos en sus instituciones y dividiendo y enfrentando a la población. *The Economist* señala directamente a los medios de comunicación rusos como RT y Sputnik de servir de plataformas para difundir la desinformación. Así mismo, apunta a instituciones rusas como el IRA (Agencia para la Investigación de Internet) de poner en marcha herramientas automatizadas (bots) para la difusión de mensajes de manera masiva en redes sociales. El artículo de *The Economist* cita un informe de noviembre de 2017 del Centro Stratcom de la OTAN donde señala que el 70% de los mensajes en lengua rusa sobre la OTAN en los Estados Bálticos está generado por bots. Asimismo, hace referencia a un estudio realizado por la consultora 89Up durante la campaña del Brexit en Reino Unido en 2016 que indica que los mensajes distribuidos por los bots rusos durante este proceso electoral tuvieron una audiencia potencial de diez millones de perfiles digitales⁷³.

Las guerras de comunicación puestas en marcha por Rusia en el contexto de los conflictos híbridos no parece que hayan llegado a su fin. Al contrario, la evidencia demuestra que estas técnicas se encuentran en su momento más álgido. Los portavoces del Comité de Inteligencia del Senado de Estados Unidos advirtieron el 4 de octubre de 2017 que las operaciones desinformativas rusas «seguirán activas y determinadas a sembrar el caos en diversos procesos electorales durante los próximos meses y años»⁷⁴.

⁷² APUZZO, Mat; LAFRANIERE, Sharon. «13 Russians Indicted as Mueller Reveals Effort to Aid Trump Campaign» [en línea], en *The New York Times*. 16 febrero 2018. Disponible en web: https://www.nytimes.com/2018/02/16/us/politics/russians-indicted-mueller-election-interference.html?rref=collection%2Fnewseventcollection%2Frussian-election-hacking&action=click&contentCollection=politics®ion=stream&module=stream_unit&version=latest&contentPlacement=54&Págtype=collection.

⁷³ THE ECONOMIST. «The discord amplifier» [en línea]. 24 febrero 2018. Disponible en web: <https://www.economist.com/news/briefing/21737297-mueller-indictment-reveals-some-kremlins-tactics-russian-disinformation-distorts>.

⁷⁴ FANDOS, Nicholas. «Senate Intelligence Heads Warn That Russian Election Meddling Continues» [en línea], en *The New York Times*. 4 octubre 2017. Disponible en web: <https://www.nytimes.com/2017/10/04/us/politics/senate-intelligence-committee-russia-election-trump.html>.

La creciente actividad desestabilizadora rusa utilizando medios informativos quedó también patente el 10 de enero de 2018 con la publicación de un informe del Senado de Estados Unidos donde se constataban de manera probada casos de injerencias en Ucrania, Georgia, Montenegro, Serbia, Bulgaria, Hungría, Letonia, Lituania, Estonia, Dinamarca, Finlandia, Noruega, Suecia, Holanda, Reino Unido, Francia, Alemania, España e Italia⁷⁵.

Las guerras híbridas de agentes no nacionales

El fenómeno de las guerras híbridas no está vinculado en la actualidad exclusivamente a enfrentamientos entre naciones Estado: grupos de carácter subnacional han comenzado a implementar con éxito campañas híbridas contra Estados con el objetivo de erosionar sus instituciones y causar la máxima desestabilización. Estas amenazas híbridas provenientes de agentes no estatales también incluyen acciones de disrupción digital y comunicativa. La Estrategia de Seguridad Nacional del Gobierno de España considera que:

«Además de la difusión de poder a nivel estatal, se observa, gracias a la tecnología y a la creciente conectividad, una importante traslación de poder hacia actores no estatales. Individuos y grupos emergen como actores relevantes, que ganan influencia y mutan el orden tradicional de Estados. Así, una de las tendencias notables es la frecuencia con que el terrorismo yihadista ha golpeado en los últimos años en varias regiones, incluyendo Europa»⁷⁶.

El caso del Dáesh es un ejemplo nítido de cómo un grupo no estatal, mediante una guerra de carácter híbrido, puede lograr desestabilizar decenas de países en distintos continentes mediante la aplicación de campañas bélicas sobre el terreno, acciones violentas irregulares (terrorismo), acciones de ciberdelincuencia y campañas de disrupción comunicativa.

La revista Atlantic, en un artículo de noviembre de 2016, ya consideró al grupo terrorista Estado Islámico como un fenómeno exitoso de disrupción digital:

«Durante mucho tiempo se ha celebrado el poder de Internet para unir a las personas. Sin embargo, resulta que esta misma tecnología está siendo convertida en un arma de guerra. Los teléfonos inteligentes y las redes sociales han alterado claramente las reglas del conflicto violento, desde el reclutamiento hasta las crónicas en el campo de batalla. Pero los mayores efectos de esta tecnología pueden ser aún más

⁷⁵ COMMITTEE ON FOREIGN RELATIONS UNITED STATES SENATE. «Putin's Asymmetric Assault on Democracy in Russia and Europe: Implications for U.S. National Security» [en línea]. 10 enero 2018. Disponible en web: <https://www.foreign.senate.gov/imo/media/doc/FinalRR.pdf>.

⁷⁶ GOBIERNO DE ESPAÑA. *Op. cit.*, p. 31.

importantes, y contribuyan *[sic]* expandir las causas y la incidencia de la guerra, así como su alcance. Las plataformas de los medios sociales refuerzan las narrativas de “nosotros contra ellos”, exponen a las personas vulnerables a ideologías violentas e inflaman los odios largamente latentes. Crean oleadas masivas de opinión popular que son casi imposibles de predecir o controlar»⁷⁷.

Scott Jasper y Scott Moreland también incluyeron en diciembre de 2014 a Estado Islámico como un ejemplo de «amenaza híbrida» y destaca entre las estrategias de este grupo terrorista su uso de la «propaganda y las guerras de información»⁷⁸. En septiembre de 2014, el presidente de los Estados Unidos, Barack Obama, apoyó esta terminología cuando advirtió que el Estado Islámico representaba un nuevo tipo de desafío: una especie de híbrido no solo de la red terrorista, sino de las ambiciones territoriales y algunas estrategias y tácticas de un ejército⁷⁹.

El Comité de Servicios Armados de la Cámara de Representantes de Estados Unidos incluyó al Dáesh como un ejemplo de guerra híbrida, dentro de otros ejemplos clásicos citados con frecuencia:

«La guerra entre Israel y Hezbollah en el verano de 2006, la evolución de ISIS [Estado Islámico de Irak y Siria] en los últimos algunos *[sic]* años, con encriptación, drones, capacidades de precisión y continuo derramamiento de sangre en el este de Ucrania, sugieren que nuestro pronóstico de amenazas híbridas en el medio del espectro del conflicto, un anuncio violento híbrido, no estaba muy lejos. Quizá imperfecto, pero no muy lejos la predicción»⁸⁰.

La metodología de la disrupción comunicativa

La disrupción digital y comunicativa se ha consolidado como una eficaz arma de guerra que es necesario definir e identificar como una disciplina diferente

⁷⁷ EMERSON T. BROOKING; P.W. SINGER. «War Goes Viral. How social media is being weaponized across the world» [en línea], en *The Atlantic*. Noviembre 2016. Disponible en web: <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2016/11/war-goes-viral/501125/>.

⁷⁸ JASPER, Scott; MORELAND, Scott. «The Islamic State is a Hybrid Threat: Why Does That Matter?» [en línea], en *Small Wars Journal*. 1 diciembre 2014. Disponible en web: <http://smallwarsjournal.com/jrnl/art/the-islamic-state-is-a-hybrid-threat-why-does-that-matter>.

⁷⁹ OBAMA, Barack H. (President of the United States). «President Obama: What Makes Us America» [en línea]. 60 Minutes interview with Steve Croft at the White House, en *Central Broadcasting Network (CBS)*. Washington DC. 28 septiembre 2014. Disponible en web: <http://www.cbsnews.com/news/president-obama-60-minutes/>.

⁸⁰ House of Representatives. Committee on Armed Services. One Hundred Fifteenth Congress. First Session. «The Evolution of Hybrid Warfare and Key Challenges». 22 marzo 2017. Disponible en web: <https://www.gpo.gov/fdsys/pkg/CHRG-115hhrg25088/pdf/CHRG-115hhrg25088.pdf>.

a las ofensivas y ataques cibernéticos. Los ataques cibernéticos contra infraestructuras o intereses estratégicos de un Estado también son acciones propias de una guerra híbrida, pero sus metodologías, objetivos y consecuencias son distintos a las acciones de disrupción digital y comunicativa.

Las instituciones públicas y empresas cuentan en la actualidad con múltiples recursos para responder con rapidez y eficacia ante un ataque contra sus sistemas digitales. Tal y como se demostró con el ciberataque provocado por el virus Wannacry en mayo de 2017, los Estados, las empresas y los ciudadanos de los países afectados tardaron minutos, incluso segundos en recuperar su normal funcionamiento. A pesar de la magnitud del ataque, las consecuencias quedaron reducidas a pérdidas financieras que fueron asimiladas con relativa facilidad por las partes afectadas.

Las acciones de disrupción digital y comunicativa, por el contrario, tienen como objetivo alterar a largo plazo la convivencia y las relaciones entre los ciudadanos y las instituciones públicas de un Estado, así como romper el contrato social que sostiene un Estado de derecho. Las consecuencias políticas, sociales y económicas pueden ser de gran magnitud y sus efectos durar durante generaciones.

Las acciones de hackeo de la opinión pública mediante ataques de disrupción digital y comunicativa siguen un patrón constante, tanto en acciones ofensivas por parte de Estados nación como por parte de grupos subnacionales no estatales como el Dáesh. Esta metodología está asentada sobre cuatro pilares que incluyen la combinación de diversas disciplinas, como la sociología, la política, la literatura, el periodismo y la tecnología. Los cuatro pasos que se requieren para implementar una exitosa campaña de disrupción digital y comunicativa para desestabilizar la opinión pública de una nación Estado son los siguientes:

a) Análisis y detección de vulnerabilidades sociales y políticas de un país

La disrupción comunicativa, tal y como se ha demostrado en los diversos casos probados de guerra híbrida por parte de Rusia, está basada en explotar las debilidades internas de un país. El hackeo de la opinión pública no consiste en comenzar nuevos frentes o incendios en la política interna de un país considerado como adversario. La estrategia está enfocada en arrojar combustible y retroalimentar debates y confrontaciones políticas que polarizan una sociedad. En el caso de Estados Unidos, la supuesta disrupción comunicativa generada por Rusia alimentó debates políticos y sociales previos ya existentes. Por su parte, el grupo terrorista Dáesh realizó un profundo análisis social y político de las comunidades suníes de Irak y Siria con el objetivo de detectar y explotar las principales vulnerabilidades de estos Estados y proponer una narrativa encaminada a generar un nuevo contrato social con los ciudadanos suníes de estos países.

b) Creación de narrativas transmedia

Una vez detectadas las principales vulnerabilidades de un sistema político, los responsables de la acción disruptiva crean unos guiones y unas narrativas eficaces y transmedia capaces de generar una resonancia cultural y una movilización entre sus audiencias potenciales. Estas narrativas están pensadas para ser distribuidas a través de diferentes formatos y diferentes personajes y se adaptan a las particularidades culturales y estéticas de las audiencias a las que van dirigidas.

c) Creación de una red de medios propios

La distribución de contenidos del *marketing* digital se asienta desde la primera década del siglo XXI en una triple estrategia llamada «medios propios, medios pagados y medios ganados». Existe un consenso generalizado en el sector de la comunicación al aceptar que la combinación de estos tres elementos es la base para la difusión eficaz de los contenidos de una campaña de *marketing*.

d) Los medios propios hacen referencia a las plataformas y canales de comunicación que una marca o un producto crea para comunicarse de manera directa con sus audiencias; los medios pagados hacen referencia a los anuncios y espacios pagados que la marca inserta en canales de comunicación ajenos, y los medios ganados hacen referencia a las informaciones, comentarios o comunicaciones no pagadas que agentes usuarios y agentes influyentes realizan sobre la marca.

e) Las narrativas construidas para canalizar y retroalimentar los conflictos socioeconómicos y políticos de un Estado nación son introducidas en el debate digital a través de una red de medios propios controlados jerárquicamente por los responsables de la disrupción. Los fenómenos de disrupción digital y comunicativa están vinculados con la pérdida de influencia y de credibilidad de los medios de comunicación tradicionales en todas partes del mundo. Esta pérdida de influencia se ha producido por dos motivos. El primero de ellos está ligado a la crisis económica y social que sacudió a gran parte de los países europeos, americanos y de Oriente Medio en el año 2008 y que erosionó la confianza que los ciudadanos tenían hacia los actores tradicionales de comunicación: agentes políticos y medios de comunicación. Por otro lado, la revolución tecnológica que se produjo en las mismas fechas permitió a nuevos agentes de comunicación comunicar y hacer llegar sus mensajes a sus audiencias potenciales sin tener que pasar por el papel mediador de los medios de comunicación tradicionales. De esta manera, agentes disruptores estatales y no estatales han creado en los últimos años diversas plataformas y grupos de comunicación propios que, en el actual y caótico panorama de conformación de la opinión pública, compiten casi en igual-

dad de condiciones con medios de comunicación tradicionales con decenas de años de prestigio y excelencia. Un caso paradigmático de estas redes de plataformas de medios propios vinculados a un Estado son los entramados mediáticos rusos RT, Ruptly y Sputnik. En el caso de grupos no estatales como el Dáesh, la estrategia se ha repetido con la misma lógica: este grupo terrorista ha difundido sus narrativas a través de una red de medios propios en diversas plataformas y formatos.

f) Creación de canales de distribución automatizados

El último paso de la disrupción es la distribución directa, automatizada y segmentada de las narrativas a las audiencias potenciales en entornos digitales. Para ello, los responsables de la acción comunicativa cuentan con estrategias en redes sociales de cuentas automatizadas (bots) que difunden con gran magnitud y segmentación los mensajes, sin esperar a que el usuario llegue de manera voluntaria a la plataforma donde está publicado el contenido. Se ha demostrado la existencia de estas herramientas automatizadas de distribución en casos de injerencias de actores estatales⁸¹, así como de actores no estatales⁸².

La disrupción comunicativa del Dáesh

El caso del grupo terrorista Estado Islámico es un perfecto ejemplo, un caso de disrupción digital y comunicativa en el contexto de una guerra híbrida de un agente no estatal contra diversas naciones Estado. El Dáesh implementa con claridad y eficacia los cuatro elementos que son necesarios para ejecutar con eficacia una campaña de disrupción digital. La estrategia de disrupción comunicativa del califato tiene elementos y metodologías coincidentes con estrategias similares puestas en marcha por grupos estatales. De hecho, una de las principales conclusiones del análisis de la estrategia de comunicación del Dáesh desde el año 2014 hasta el año 2018 es que gran parte de su narrativa está pensada para destruir el contrato social en Irak y en Siria y, al mismo tiempo, proponer un nuevo contrato social tomando como referencia y modelo las estructuras de las naciones Estado modernas.

⁸¹ LESACA, Javier. «Why did Russian social media swarm the digital conversation about Catalan Independence?» [en línea], en *Washington Post*. 22 noviembre 2017. Disponible en web: https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2017/11/22/why-did-russian-social-media-swarm-the-digital-conversation-about-catalan-independence/?noredirect=on&utm_term=.126764742aa3.

⁸² BERGER, J.M.; MORGAN, Jonathon. «The ISIS Twitter Census. The Brookings Project on U.S. Relations with the Islamic World» [en línea], en *Brookings*, Analysis Paper. N.º 20. Marzo 2015. Disponible en web: https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/06/isis_twitter_census_berger_morgan.pdf.

La narrativa disruptiva del Dáesh

La narrativa es la principal arma disruptiva en la gobernanza. Aquellos agentes que logren crear y difundir una narrativa eficaz entre la opinión pública de un determinado país se encontrarán en una posición favorable para implementar su agenda política. Miskimmon, O'Loughlin y Roselle consideran que «debemos tomarnos en serio lo que decimos sobre el mundo y cómo nos ven a nosotros mismos, si queremos explicar los grandes procesos en relaciones internacionales». Estos autores consideran que las narrativas son una parte integral de cómo los actores involucrados en las relaciones internacionales experimentan, comprenden y comunican sus pensamientos.

«Los seres humanos piensan en narrativas y cuentan historias para comprender el mundo que les rodea. Las narrativas fijan los eventos a un pasado, a un presente y a un posible futuro. Las narrativas crean actores y personajes, expectativas sobre su comportamiento y el papel que interpretan, generan significado al contexto y organizan los eventos en un plan que, a su vez, oculta y margina otras formas de entender la realidad. Las narrativas son un aspecto central para entender los procesos de conformación de identidad, el comportamiento de los protagonistas de un sistema internacional, la estructura de un sistema. De igual manera, las narrativas ayudan a entender cómo las ideas, los eventos y las políticas son contestadas por otros agentes»⁸³.

La principal arma disruptiva del grupo terrorista Dáesh en su campaña híbrida ha sido la creación y difusión de una narrativa que ha interpelado y movilizado de manera eficaz a sus audiencias. El éxito de la creación de la narrativa del Dáesh se fundamenta en un doble proceso: comprensión de las principales debilidades y vulnerabilidades de las audiencias y la difusión de las narrativas teniendo en cuenta las resonancias culturales de la audiencia.

Estado Islámico, desde sus comienzos públicos a finales del año 2013, contó con un importante valor añadido respecto a sus rivales y enemigos políticos en Irak y Siria. Esta ventaja consistía en tener la mejor información y análisis político y social de la población suní en estos dos países. Los promotores del califato supieron detectar y entender el creciente malestar que se apoderaba de la población suní en la primera década del siglo XXI.

A pesar del fuerte crecimiento económico que se produjo en Irak entre 2008 y 2012 (7% de crecimiento anual)⁸⁴, las cifras de reducción de la pobreza no mostraron la misma evolución positiva. En las provincias al sur de Kurdistán

⁸³ MISKIMMON, Alistair; O'LOUGHLIN, Ben; ROSELLE, Laura. *Strategic Narratives. Communication Power and the New World Order*. Routledge. 2013. P. 176.

⁸⁴ «The Unfulfilled Promise of Oil and Growth. Poverty, Inclusion and Welfare in Irak 2007-2012» [en línea], en *The World Bank Group*. Disponible en web: <http://www.worldbank.org/en/country/irak/publication/unfulfilled-promise-of-oil-and-growth>.

y al norte y alrededor de Bagdad, la pobreza disminuyó sustancialmente, con la única excepción de Nínive, donde la pobreza se disparó. En el año 2012, los niveles de pobreza en Bagdad (de mayoría chií) se mantuvieron estables en torno al 19%. Sin embargo, en la región de Nínive (de mayoría suní) el número de personas pobres se duplicó hasta llegar al 15,7%. Además de eso, en 2007, Nínive, Diyala y Salah El Deen (todas ellas de mayoría suní) juntos sumaron casi el 35% de las personas que vivían en extrema pobreza en Irak⁸⁵.

La marginación económica de la población suní en Irak se ratificó con un informe facilitado por la Oficina de las Naciones Unidas para la Coordinación de Asuntos Humanitarios (UNOCHA, por sus siglas en inglés), donde se corroboraba que las necesidades humanitarias más graves del país se concentran en las partes occidental y septentrional de Irak. Estas áreas coincidían en gran medida con los lugares donde el Dáesh logró concentrar gran parte de su poder sobre el terreno: Nínive, Al Anbar y Salah El Deen⁸⁶.

El Dáesh comprendió que estos datos contribuían de manera decisiva a acelerar la desconexión entre los ciudadanos suníes de áreas como Nínive con el Gobierno central Irakí (gobernado por la mayoría de los chiítas), que se mostraba incapaz de responder a los problemas sociales. El grupo terrorista Dáesh ha utilizado este resentimiento y percepción ciudadana para generar una narrativa que supiera canalizar ese malestar.

El profundo conocimiento que los precursores del califato tuvieron sobre la realidad sociopolítica y económica de Irak demuestra hasta qué punto sus líderes estaban asentados y posicionados dentro de estas comunidades. En este contexto, es especialmente relevante la información y las evidencias que muestran cómo relevantes altos cargos vinculados al partido Baath contribuyeron a la expansión del Dáesh por las áreas sunitas de Irak. Varios documentos secretos confiscados a altos cargos del Estado Islámico muestran que importantes miembros de la inteligencia de Saddam Hussein, como Samir Abd Muhammad al-Khlifawi, desempeñaron un papel decisivo en la creación y conversión del Dáesh en un movimiento social capaz de amenazar la existencia misma del Estado irakí⁸⁷.

El Dáesh comprendió el potencial que tendría elaborar una narrativa que sirviera para, por un lado, desconectar aún más a la población suní de sus instituciones públicas y, al mismo tiempo, promover una narrativa que fomentara un nuevo contrato social que sirviera para poner las bases de un nuevo Estado nación basado en los principios de los Estados modernos: el Estado Islámico.

⁸⁵ Ibídem.

⁸⁶ «Humanitarian Needs Overview» [en línea], en United Nations Office for the Coordination of Humanitarian Affairs. Irak. Noviembre 2015. Disponible en web: http://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/final_Irak_2016_hno.pdf.

⁸⁷ REUTER, Cristoph. «Secret Files Revel the Structure of th Islamic State» [en línea], en *Spiegel*. 18 abril 2015. Disponible en web: <http://www.spiegel.de/international/world/islamic-state-files-show-structure-of-islamist-terror-group-a-1029274.html>.

La disrupción digital en el contexto de las guerras híbridas

Como se ve en la imagen número 1, los mensajes del califato han girado en torno a cuatro grandes temáticas: entrevistas con milicianos, victorias militares, acciones de Gobierno y actos de violencia presentados como espectáculos. Las cuatro grandes temáticas de la narrativa del califato presentan una proporción muy equilibrada (en torno al 25% cada una), lo que sugiere que se trata de una estrategia planeada.

El análisis de las temáticas que guían la narrativa del Dáesh ofrece una interesante conclusión: solo el 15% de los vídeos de este grupo terrorista está únicamente enfocado a mostrar el asesinato de sus enemigos. El 85% del contenido de los 1500 vídeos distribuidos por el califato desde enero de 2014 hasta el 2018 destaca aspectos más relacionados con la gobernanza y la construcción nacional que con la diseminación de terror y caos. En concreto, el 33% de los vídeos del Dáesh muestran entrevistas con jóvenes de todas las partes del mundo en las que explican los aspectos positivos de viajar al califato; el 27% de los vídeos están basados en escenas de batalla en las que el Dáesh se muestra como un ejército propio de un país, capaz de derrotar a sus enemigos en el campo de batalla, y, por último, el 24% de los vídeos muestra la imagen del Dáesh como un Estado nación capaz de proveer servicios públicos a sus ciudadanos y de establecer un nuevo contrato social más justo y eficiente para la población suní de Irak y Siria. Esta última temática entronca de manera directa con el análisis que este grupo terrorista realizó sobre la situación política y socioeconómica de la población suní.

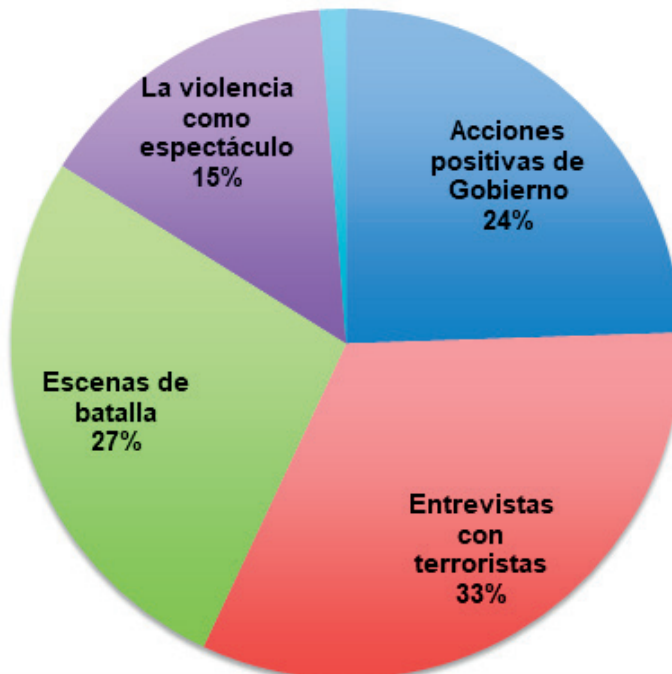


Imagen 1. Principales temáticas de los vídeos distribuidos por el Dáesh entre 2014 y 2018.

Estado Islámico no solo se ha preocupado por crear una narrativa y una temática eficaz para lograr sus logros políticos. El proceso de seducción de sus audiencias potenciales también ha incluido la elaboración y construcción de esas narrativas teniendo en cuenta las características y gustos culturales y estéticos de sus audiencias. Para ello, el Dáesh ha puesto en marcha una sofisticada estrategia transmedia, propia de las industrias del entretenimiento y el espectáculo audiovisual, dando lugar a un nuevo tipo de terrorismo que podría conocerse como *terrorismo transmedia*.

La principal característica del terrorismo transmedia es la elaboración de una narrativa basada en la ausencia de personajes y escenarios principales. O, lo que es lo mismo, una narrativa construida mediante múltiples personajes y diversos escenarios. Al Qaeda asoció su relato a un personaje principal (Bin Laden), que intervenía siempre desde un escenario monótono como una cueva o una sala vacía. El Dáesh rompió desde el principio con esta previsible estrategia comunicativa y aplicó al campo del terrorismo las técnicas más avanzadas de elaboración de guiones de las series de ficción y sagas de películas occidentales como *Juego de Tronos* o *Star Wars*. ¿Quién es el personaje principal de *Juego de Tronos*? ¿Cuál es el principal escenario donde se desarrolla la trama de *Star Wars*? La fuerza del guion de estas historias reside en la interacción de personajes y escenarios. Esa interacción es la verdadera protagonista de la trama. El líder, Abu Bakr al Baghdadi, solo aparece en uno de los mil trescientos vídeos distribuidos por los yihadistas. La fuerza de la narrativa Dáesh, al igual que *Juego de Tronos* o *Star Wars*, reside en la interacción entre múltiples personajes que se relacionan en distintos escenarios, incluso en diferentes plataformas, tal y como se produjo en la estrategia de comunicación del atentado de París del 13 de noviembre de 2015. El grupo yihadista ha ido implementando esta nueva metodología desde mediados de 2014 hasta finales de 2016.

La metodología narrativa empleada por este grupo criminal quedó identificada y definida en la industria del ocio y el entretenimiento en 2003 por Henry Jenkins:

«Según la tradición de Hollywood, una buena historia comienza o bien con un protagonista atractivo o bien con un mundo interesante. De esta afirmación podemos concluir el siguiente argumento: un buen personaje puede sostener múltiples narrativas y, por consiguiente, protagonizar una exitosa saga de películas. Por su parte, un mundo interesante puede sostener múltiples personajes (y sus respectivas historias) y, de esta manera, comenzar con éxito una saga de historias transmedia»⁸⁸.

⁸⁸ Jenkins, Henry. «Transmedia Storytelling» [en línea], en *MIT Technology Review*. Enero 2003. Disponible en web: <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/>.

Jenkins hacía referencia explícita a exitosas películas y series como *Star Trek*, *Star Wars*, *Tomb Raider*, *Indiana Jones*, *Buffy cazavampiros* o *El Señor de los Anillos*. Once años más tarde, en 2014, las historias transmedia definidas por Jenkins saltaron al mundo del terrorismo mediante la construcción por parte del Dáesh de «un mundo interesante que sostiene múltiples personajes»⁸⁹.

Pero la inspiración cultural occidental del Dáesh no se limita al modelo narrativo transmedia. Con el objetivo de generar la mayor resonancia entre sus potenciales audiencias, Estado Islámico llega incluso a copiar las escenas más populares del imaginario cultural adolescente. Concretamente, el 50% de los vídeos del grupo terrorista en los que se muestra la ejecución de un rehén contiene alguna referencia cultural procedente de productos audiovisuales populares entre las audiencias más jóvenes de los países occidentales.

Un fenómeno similar ocurre en los 345 vídeos publicados, entre enero de 2014 y diciembre de 2016, que incluyen escenas de batalla donde el Dáesh se presenta como un ejército victorioso. Al igual que con los vídeos de asesinatos, más de la mitad de estos productos audiovisuales contienen referencias culturales populares, especialmente del mundo de los videojuegos.

La introducción deliberada de estos elementos culturales propios de la cultura del ocio occidental en los vídeos de los terroristas es un fenómeno que está perfectamente estudiado por los estrategas de la organización terrorista. En verano de 2014 comenzó de manera sistemática y creciente la difusión de grabaciones que contienen las mencionadas referencias culturales. Del total de los mil trescientos vídeos editados y distribuidos hasta diciembre de 2016, un 23,05% contiene alguna referencia cultural explícita a productos culturales previos.

El califato habla el mismo idioma cultural que sus audiencias para que sus mensajes sean más eficaces. Según Entman, los enfoques que empleen elementos que contengan resonancias culturales tienen mayor potencial para influir en la opinión pública: «Cuanto mayor sea la resonancia cultural y la magnitud, más posibilidades existen de que el enfoque de un mensaje logre el apoyo de los pensamientos y las emociones de la audiencia»⁹⁰.

Escenas y planos copiados de películas de acción y de terror populares como *Saw*, *Hostel*, *El francotirador*, *Mad Max*, *Matrix* o *Misión Imposible*; interrogatorios, escenarios y efectos digitales inspirados en series sobre la lucha contra el terrorismo como *Homeland* o *Person of Interest*; efectos digitales, planos subjetivos y dianas interactivas plagiadas de videojuegos como *Call of Duty* o

⁸⁹ LESACA, Javier. *Armas de seducción masiva: la factoría audiovisual de Estado Islámico para fascinar a la generación millennial*. Ediciones Península. 2017.

⁹⁰ ENTMAN, Robert M. *Projections of Power. Framing News, Public Opinion and U.S. Foreign Policy*. Chicago: The University of Chicago Press, 2004.

Grand Theft Auto; videoclips con ritmo y estética hip-hop... Los elementos de inspiración cultural que el califato ha introducido en sus producciones audiovisuales han logrado transformar el terror en un producto cultural atractivo y popular y, sobre todo, han difuminado la línea estética que separaba la ficción de la realidad. Las audiencias potenciales perciben sus vídeos como elementos de ficciones fascinantes e imitables.

El análisis de estos elementos refleja que los videojuegos, seguidos por las películas de terror y acción, son las principales fuentes de inspiración de los guionistas del califato⁹¹.

Estrategia de medios y plataformas de difusión propias

El grupo terrorista, al igual que una marca o un producto, utiliza esta combinación de canales, propia del *marketing*, para difundir sus mensajes. El único elemento que los seguidores de Baghdadi no pueden utilizar sistemáticamente es el de medios pagados, puesto que ningún canal de comunicación prestaría sus espacios para que insertaran publicidad de pago.

De esta manera, la estrategia de difusión de los mensajes violentos quedaría principalmente asentada sobre dos patas: medios propios y medios ganados.

La estrategia de medios ganados se mide en función de las veces en las que el grupo terrorista consigue que sus creaciones audiovisuales marquen la agenda y sean reflejadas en los medios de comunicación tradicionales. La cobertura que las televisiones, los periódicos y las páginas web realizaron de la decapitación de James Foley o las informaciones que se publicaron tras la publicación del vídeo con el asesinato del piloto jordano quemado vivo en una jaula representan ejemplos de esta estrategia. Las únicas imágenes disponibles para informar de estos sucesos eran aquellas que proporcionaban los propios extremistas a través de sus propios medios. Los medios de comunicación tradicionales no tenían más remedio que replicar estas imágenes si querían informar del suceso, con lo que, de manera colateral, participaban en la estrategia de comunicación del califato.

La estrategia de medios propios del Estado Islámico resulta de gran relevancia, tanto por su magnitud como por su diversificación. Según explicó el periodista británico John Cantlei en uno de sus reportajes, el objetivo de la estrategia de medios de comunicación de los terroristas es el de «contrarrestar las ideas que provienen de Occidente de tal manera que los ciudadanos de aquí, los que están sobre el terreno, tengan una idea precisa de qué está haciendo el Estado Islámico. No la imagen distorsionada que genera la prensa occidental»⁹².

⁹¹ LESACA, Javier. *Armas de seducción masiva... Op. cit.*, p. 218.

⁹² Al Hayat Media Center. From Inside Haleb. 11 febrero 2015.

El Dáesh tiene la vocación de comunicar un gran número de mensajes a sus audiencias y quiere tener el control sobre el enfoque de esos mensajes. Para ello, la organización terrorista ha seguido el ejemplo de consolidación horizontal que se ha producido en los últimos años en el sector de las empresas de comunicación y ocio. La empresa que aglutinó y coordinó la mayor parte de este esfuerzo mediático del grupo violento fue *Al Hayat Media Center*, creada en junio de 2014.

Este proceso de integración de diversas empresas y medios responde, una vez más, a la estrategia transmedia que inspira toda la acción comunicativa del califato. La nueva narrativa creada por este grupo criminal requiere adaptar los procesos de difusión y también la forma en la que se relacionan las empresas que gestionan y difunden esos contenidos. La industria del ocio y del entretenimiento ha adaptado sus estructuras empresariales a esta nueva forma de contar historias, y el Dáesh ha copiado de manera exacta este proceso de consolidación empresarial.

Esta nueva forma de contar las historias y de conectar con las audiencias no solo ha tenido un impacto en la producción de los mensajes, sino en la propia industria de la comunicación y del entretenimiento. Según Jenkins:

«El *storytelling transmedia* es un reflejo de la consolidación económica que se está produciendo en la industria de los medios de comunicación. Un proceso que algunos observadores definen como sinergia. Las empresas modernas de comunicación están viviendo una integración horizontal que les permite mantener intereses a lo largo diversas industrias que antes actuaba [*sic*] de manera independiente. Un conglomerado de medios de comunicación tiene una ventaja para difundir su marca y expandir sus franquicias a lo largo del máximo número de plataformas»⁹³.

El Dáesh es el primer caso documentado de grupo violento y extremista que utiliza y se adapta de manera sistemática a la narrativa transmedia. Sus propias estructuras de comunicación están adaptadas para generar y difundir este tipo de mensajes. Los terroristas crearon en el año 2014 una red de medios propios inspirada en las sinergias de las empresas de comunicación occidentales, una red que incluye revistas en diversos idiomas, agencias de noticias, productoras audiovisuales y cadenas de radio; un conglomerado de medios, integrados horizontalmente, que difunde en diferentes formatos las mismas historias y los mismos encuadres, con el objetivo de que las diferentes audiencias puedan acceder al mensaje desde distintas plataformas.

En un vídeo publicado el 6 de julio de 2016, titulado *La estructura del califato*, el grupo terrorista explica los recursos con los que cuenta su ministerio (*di-*

⁹³ *Ibidem*.

wan) de comunicación⁹⁴. Los medios de comunicación oficiales propios que el califato reconoce de manera pública son las siguientes:

- a) Dos productoras audiovisuales con una audiencia global (no segmentada): Al Furqan y Al Hayat.
- b) 33 productoras audiovisuales regionales segmentadas en las diferentes regiones del califato.
- c) Una productora musical: Ajnad.
- d) Una emisora de radio: Al Bayan.
- e) Una revista en árabe: Al Nabá.
- f) Esta revista, que nació en el año 2014 como un panfleto que se repartía fotocopiado en aquellos lugares que el Dáesh lograba conquistar, mutó en el año 2015 hacia una revista en formato digital mucho más sofisticada y mejor diseñada.
- g) Cuatro revistas en lenguas extranjeras: Dabiq (inglés); Dar al Islam (francés); Konstantiniyye (turco) e Istok (ruso).
- h) Una agencia de propaganda *offline*: Maktaba Al Hama.
- i) Un departamento de traducción.

Los terroristas reconocen también la existencia de un grupo oficial de «seguidores», aunque no indica qué función específica tienen asignada dentro de la estrategia de comunicación.

Esta relación de medios propios oficiales reconocida por el Dáesh requiere ser matizada y explicada. El análisis científico de las comunicaciones oficiales del califato desde 2014 hasta 2016 refleja un panorama más complejo y sofisticado que incluye también a la productora de comunicación Al Ittissam, la revista Rumiya, una agencia de noticias e infografías y, sobre todo, a la agencia de noticias oficiosa de Estado Islámico, Al Amaaq⁹⁵.

Distribución automatizada de las campañas

¿Dónde almacena el Dáesh sus vídeos? ¿Qué cuentas se encargan de difundir los contenidos de la estrategia de comunicación y *marketing* diseñada por los terroristas?

Los principales aliados del califato para almacenar y distribuir sus campañas de comunicación son las plataformas comerciales más populares de almacenamiento e intercambio de archivos. La estrategia de comunicación pública de los seguidores de Al Baghdadi consiste en no esconderse; al con-

⁹⁴ AL FURQAN. *The structure of the Caliphate*. 6 julio 2016.

⁹⁵ LESACA, Javier. *Armas de seducción masiva... Op. cit.*, p. 218.

trario, se esfuerzan para que sus mensajes sean lo más públicos y abiertos posible. Un equipo de especialistas del Dáesh se encarga periódicamente de mantener activos y de reponer en plataformas digitales de uso abierto todos los vídeos creados por sus 37 productoras.

Hay que reconocer que las empresas tecnológicas que dan servicio a páginas como Youtube, Dropbox, Archive.org, Sendvid, Dailymotion, GoogleDrive, Microsoft OneDrive o Wetransfer están cada vez más sensibilizadas ante este fenómeno y se esfuerzan a diario por borrar y eliminar los contenidos subidos por la organización terrorista. El 6 de diciembre de 2016, las principales compañías tecnológicas anunciaron un pacto para crear una base de datos común que permitiera eliminar el contenido extremista y violento que se difundía en sus plataformas⁹⁶. Sin embargo, también es cierto que en enero de 2017 costaba muy pocos segundos encontrar y descargar en páginas abiertas de Internet el vídeo del asesinato del piloto jordano o la decapitación del periodista James Foley, entre otros.

La difusión a la opinión pública de estos contenidos audiovisuales de carácter violento y extremista también se desarrolla de manera abierta a través de las redes sociales más populares. Un estudio detallado de la distribución de estos mensajes en la red social Twitter demuestra que los seguidores del califato distribuyen en cada campaña una media de 746 mensajes escritos por 337 cuentas creadas *ad hoc* el mismo día de la difusión de la campaña.

Esta investigación, desarrollada con la tecnología de la empresa de análisis de *big data* Alto Data Analytics, ha permitido radiografiar y dibujar la evolución de diecisiete campañas de distribución de vídeos del Dáesh en mayo de 2016. Los datos muestran cómo la media de difusión de cada campaña es de unas cinco horas y que la media de impactos directos es de una audiencia de más de 110.000 personas. La organización terrorista es consciente de que las compañías tecnológicas tardan una media de dos y cuatro horas en detectar y eliminar los mensajes de sus plataformas. Ese es el espacio que utilizan para difundir sus campañas a la opinión pública. La investigación también ha detectado que en cada campaña los comunicadores del califato utilizan una media de nueve robots para difundir el contenido de manera automática y masiva⁹⁷.

Conclusión

Las ofensivas comunicacionales en el contexto de las guerras híbridas no son una amenaza para el futuro de España, sino para su presente. Naciones Estado y grupos violentos de carácter subnacional interesados en debilitar

⁹⁶ EUROPA PRESS. «Los gigantes de Internet crearán base de datos común para combatir el contenido extremista» [en línea]. 6 diciembre 2016. Disponible en web: <http://www.europapress.es/internacional/noticia-gigantes-internet-crearan-base-datos-comun-combatir-contenido-extremista-20161206091427.html>.

⁹⁷ LESACA, Javier. *Armas de seducción masiva... Op. cit.*, s.p.

la cohesión social del Estado español tienen la capacidad y la voluntad para emprender acciones ofensivas destinadas a influenciar de manera artificial la opinión pública, socavar la confianza de los ciudadanos con las instituciones públicas y dañar el contrato social entre ciudadanos y agentes públicos.

La metodología disruptiva utilizada por estos potenciales enemigos está claramente definida y sigue un patrón constante:

- a) Detección de las vulnerabilidades y puntos de fricción en la opinión pública de una sociedad.
- b) Creación de una narrativa disruptiva que potencie los puntos de fricción de una sociedad, debilite la cohesión social y aumente las vulnerabilidades de una nación Estado.
- c) Implementación de una red de medios propios que permita la comunicación directa con los ciudadanos sin tener que pasar por el papel mediador de los medios de comunicación tradicionales.
- d) Utilización tramposa y automatizada de las plataformas sociales con el fin de distribuir de manera masiva y segmentada las narrativas disruptivas.

España y los organismos multilaterales aliados deben protegerse ante este tipo de amenaza de manera eficaz y rápida. Las democracias liberales son instituciones especialmente vulnerables a este tipo de ataques. El Estado tiene limitaciones a la hora de emprender políticas encaminadas a condicionar o interferir en la opinión pública de un país y en la libertad de pensamiento y de expresión de los ciudadanos. Sin embargo, de igual manera que es preciso preservar los principios básicos y fundamentales que definen un Estado de derecho y una democracia liberal, también es recomendable construir mecanismos de defensa ante hipotéticas injerencias y interrupciones comunicativas destinadas a socavar el propio Estado de derecho.

Las herramientas de escucha activa y de análisis de *big data* en redes sociales permiten determinar con precisión y objetividad las acciones comunicativas disruptivas que utilizan herramientas artificiales para desestabilizar la opinión pública de un determinado Estado. La monitorización constante, el análisis riguroso y la denuncia pública de estas acciones deben incluirse como una capacidad de defensa prioritaria en las instituciones públicas, destinadas a velar por la defensa y seguridad de los ciudadanos.

Al mismo tiempo, los Gobiernos deben adoptar un papel proactivo y constituir una plataforma de diálogo para el diálogo de políticas con el sector privado (empresas de tecnología, plataformas de distribución de contenido, productoras audiovisuales), con los medios de comunicación tradicionales, con la Academia y con agentes relevantes de la sociedad civil. El objetivo de esta plataforma de diálogo es el de consensuar acciones que garanticen el acceso de los ciudadanos a información veraz y contrastada y a un entorno comunicativo que fomente la libertad, el debate, la pluralidad y la transparencia.