

## **CAPÍTULO CUARTO**

### **GUERRAS YOUTUBE. EL IMPACTO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN EL TRATAMIENTO MEDIÁTICO DE LOS CONFLICTOS ARMADOS**

---

---

## GUERRAS YOUTUBE. EL IMPACTO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN EL TRATAMIENTO MEDIÁTICO DE LOS CONFLICTOS ARMADOS

MANUEL TORRES SORIANO

---

---

### INTRODUCCIÓN

La presencia de los medios de comunicación en el campo de batalla ha sido una de las cuestiones que más atención ha recibido por parte del pensamiento estratégico a lo largo de las últimas décadas (1). Algunos de estos trabajos trataron de comprender la lógica que guiaba a estos nuevos actores, así como la magnitud de su influencia sobre la opinión pública, considerada esta como el nuevo «centro de gravedad» sobre el cual giraba la estrategia de los contendientes. La información sobre el conflicto, canalizada e interpretada a través de los diferentes medios de comunicación de masas, se convirtió en un recurso crucial para lograr erosionar la moral de combate del enemigo, concienciar a la propia población sobre la necesidad de soportar el esfuerzo bélico, o simplemente tratar de asentar entre la ciudadanía un relato de la realidad que legitimase la propia posición y contribuyese al logro de los objetivos planteados.

La creciente importancia de lo «mediático» ha acrecentado el deseo de políticos y militares por controlar e integrar en su estrategia, los di-

---

(1) Véase, por ejemplo: WOLSFELD, GADI. *Media and political conflict. News from the Middle East*, Cambridge University Press, Cambridge, 1997; BENNETT, W. L., & PALLETZ, D. L. *Taken By Storm: The Media, Public Opinion and Foreign Policy in the Gulf War*, The University of Chicago Press, Chicago, 1994; THUSSU, DAYA KISHAN (Ed.) *War and the Media: Reporting Conflict 24/7*, Sage Publications, London, 2003; SEIB, P. *Beyond the Front Lines: How the News Media Cover a World Shaped by War*, Palgrave Macmillan, New York, 2004.

ferentes flujos de información sobre la guerra (2). El poder de la imagen y la credibilidad que se otorga a todo aquello «que se puede ver» convirtió a la televisión en el medio favorito de los ciudadanos, a la hora de informarse y formarse una opinión acerca de los conflictos bélicos. La enorme influencia del medio televisivo originó que este pasase de ser un privilegiado testigo, a convertirse en un actor más de la contienda (3).

La hegemonía de la «pequeña pantalla» a la hora de formar las percepciones de la opinión pública y potenciar la vertiente emocional de la guerra (4) tuvo una repercusión inmediata en el desarrollo y planeamiento de las operaciones bélicas. La velocidad inherente a estos canales de información significó una progresiva pérdida del control de los gobiernos sobre sus estrategias. El «tiempo televisivo» forzó a las élites políticas a reaccionar con mayor celeridad ante las demandas de unos ciudadanos capaces de tener un conocimiento (casi instantáneo) de determinados acontecimientos. El famoso «efecto CNN», es un concepto acuñado no sólo para describir la nueva presión temporal a la que se vieron sometidos los decisores, sino también para explicar por qué muchas de las medidas adoptadas en el marco de estas presiones mediáticas y populares, suelen ser respuestas incompletas y mal planificadas (5).

Los responsables militares y políticos se han quejado amargamente acerca de como este nuevo ritmo generaba en los medios de comunicación una preocupante apetencia por lo novedoso e impactante, lo que les llevaba a prestar una atención excesiva a los aspectos tácticos y a sucesos con escasa trascendencia en el desarrollo del conflicto, mientras que se perdía la visión del conjunto (6). Según el Secretario de Defensa estadounidense, William Perry:

«La paciencia fue la última lección de la Guerra Fría. Pero entonces tú no tenías la CNN. Es mucho, mucho más duro sentarse hoy

---

(2) TORRES SORIANO, MANUEL R. y GARCIA MARÍN, JAVIER. «Conflictos bélicos y gestión de la información: una revisión tras la guerra en Irak y Afganistán», *Confines de Relaciones Internacionales y Ciencia Política*, 5/10 agosto-diciembre 2010, pp. 11-23.

(3) TAYLOR, PHILIP M. *Munitions of the Mind. A history of propaganda from the ancient world to the present era*, Manchester University Press, Manchester, 2003.

(4) WILLIAM M. DARLEY. «War Policy, Public Support, and the Media», *Parameters*, Summer 2005, pp. 121-134.

(5) ROBINSON, PIERS. «The CNN effect: can the news media drive foreign policy?», *Review of International Studies*, N° 25, 1999, pp. 301-309; IGNATIEFF, MICHAEL. *Guerra virtual: más allá de Kosovo*, Paidós, Barcelona, 2000.

(6) PAYNE, KENNETH. «The Media as an Instrument of War», *Parameters*, Spring 2005.

*día y esperar a que los acontecimientos tengan lugar. Las fotografías circulan por todo el mundo, y los periodistas preguntan al Secretario de Estado y al Secretario de Defensa: ¿Qué es lo que piensa hacer acerca de esto? Esto hace la vida mucho, mucho más dura para los responsables de elaborar las políticas» (7).*

Este nuevo entorno, donde la vertiente mediática del conflicto era tan importante como la estrictamente bélica, llevó a políticos y militares a buscar nuevos enfoques que les permitiesen influir sobre el tratamiento mediático del conflicto. Así, por ejemplo, Estados Unidos inició así un proceso de ensayo-error en cada uno de los conflictos bélicos contemporáneos donde participó este país, y donde las relaciones entre militares y periodistas atravesaron diferentes etapas (8).

En la «sociedad de la información», la relevancia de una acción armada ha llegado a medirse, no tanto por su envergadura, o por sus consecuencias en el desarrollo del conflicto, sino en función del tipo de imágenes que pueda generar, y por tanto del tipo de cobertura mediática que recibe. Los mandos militares que actuaban sobre el terreno, perdieron autonomía, viéndose continuamente emplazados a solicitar autorizaciones al más alto nivel en función de la posible trascendencia «mediática» de sus actos (9).

Sin embargo, esta centralidad de los medios de comunicación tradicionales, se ha visto y se verá fuertemente sacudida por la irrupción de una serie de avances tecnológicos. La aparición, generalización y abaratamiento de determinados instrumentos como la telefonía móvil con funciones de grabación de video y fotografía, y sobre todo Internet, han supuesto un punto de inflexión en el tratamiento mediático de los conflictos armados. La introducción de estas tecnologías no sólo ha aumentado la disponibilidad de material gráfico sobre los conflictos armados, sino que también ha tenido unas consecuencias de enorme calado sobre la im-

---

(7) BOLLIER, DAVID. «The Rise of Netpolitik. How the Internet Is Changing International Politics and Diplomacy», *Aspen Institute - Communications and Society Program, 2003*. <http://www.aspeninstitute.org/publications/rise-netpolitik-how-internet-changing-international-politics-and-diplomacy>

(8) RID, THOMAS. *War and Media Operations. The US military and the press from Vietnam to Iraq*, Routledge, New York, 2007.

(9) BROWN, ROBIN. «Clausewitz in the Age of CNN: Rethinking the Military-Media Relationship», en NORRIS, PIPPA; MONTAGUE, KERN & JUST, MARION (Eds.) *Framing Terrorism. The News Media, the Government, and the Public*. New York, Routledge, New York, 2003.

portancia y el papel que ejercen los medios de comunicación de masas en la cobertura informativa de la guerra. Aunque se suele exagerar los efectos de las innovaciones tecnológicas en el corto plazo (10), lo cierto es que estos avances, en especial Internet, pueden ser catalogados como «tecnologías disruptivas» (11). Es decir, aquellas tecnologías que reescriben las reglas, cambian los jugadores, y alteran la organización, las tácticas y las estrategias. Los efectos de estos instrumentos sobre la realidad suponen una verdadera «implosión» que altera la evolución lineal de cualquier fenómeno, y que incluso afecta a nuestra capacidad para imaginar el futuro.

A lo largo de este artículo mantengo la tesis de que la irrupción de estas tecnologías ha generado una serie de efectos que transforman el papel que desempeñan los medios de comunicación en el desarrollo de la guerra, disminuyendo su centralidad y otorgándoles un nuevo rol.

## **EL FIN DE LA PRIMACÍA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS**

La aparición de Internet ha roto el monopolio relativo que ejercen los medios de comunicación como fuente de información sobre los conflictos armados. El predominio de los medios de comunicación de masas venía en buena medida explicado por los cuantiosos costes económicos de la adquisición de equipos de filmación, edición y transmisión, el desplazamiento de personal a las zonas de combate, y la capacidad de negociar con los contendientes para que estos facilitasen el acceso, movilidad y protección en el escenario del conflicto. La magnitud de estos recursos, incluso ejercía una selección entre las diferentes empresas mediáticas, mucho de las cuales debían renunciar a la posibilidad de realizar su propia cobertura debido a la falta de recursos, o la escasa o nula rentabilidad económica de ese esfuerzo.

Así, por ejemplo, a principios de la década de los noventa, el despliegue de unos periodistas dotados de un equipo de retransmisión vía satélite suponía un caro y complejo proceso. Las unidades vía satélite debían someterse a las normativa sobre retransmisiones del país anfitrión, pa-

---

(10) CREMADES, JAVIER. *Micropoder. La fuerza del ciudadano en la era digital*, Espasa, Madrid, 2007.

(11) SINGER, PETER, W. *Wired for War. The robotics revolution and conflict in the 21st century*, The Penguin Press, New York, 2009.

gar las correspondientes tasas de uso, y hacer frente a otros potenciales impedimentos a su uso. Para transportar a miles de kilómetros de distancia este voluminoso equipo, los medios de comunicación debían hacer frente a importantes penalizaciones en los billetes de avión de sus periodistas para que estos pudiesen transportar consigo un voluminoso equipaje que excedía con creces el peso máximo autorizado. El cambio tecnológico de los últimos años ha restado importancia al componente económico de esta ecuación. Lo que antaño resultaban tecnologías prohibitivas, se han convertido en instrumentos cada vez más baratos, de mayor calidad y menor tamaño, lo que permite a cualquier individuo generar su propio material audiovisual, y comunicarse con una audiencia potencialmente ilimitada a un coste irrisorio.

La capacidad de alojar de estos contenidos en la red, y ofrecerlos directamente a una audiencia global, ha erosionado el valioso papel de los medios de comunicación como intermediarios entre la información y la población. Los medios de comunicación han dejado de ser percibidos por los contendientes como las principales «puertas de entrada» a la opinión pública. Dicho papel, junto a su capacidad para seleccionar, contextualizar e interpretar la información que sería ofrecida al ciudadano, había sido la base sobre la cual los medios de comunicación habían construido su influencia (12).

Internet no sólo permite la comunicación directa entre el productor de la información y su audiencia, sino que dicha comunicación se lleva a cabo sin el sesgo de otros actores, produciéndose en los términos, la extensión y la frecuencia que decidan sus usuarios. Esto no sólo ha multiplicado exponencialmente el número de actores que ahora tienen las mismas capacidades que los medios de comunicación tradicionales, sino que también ha modificado la estrategia mediática de los contendientes.

El ejemplo más claro puede detectarse en los actores asimétricos, especialmente insurgentes y terroristas, los cuales han desplazado progresivamente su acción comunicativa desde la televisión hasta Internet. Este tipo de actores, han mantenido tradicionalmente una percepción muy crítica, y en ocasiones de abierto enfrentamiento contra los medios de comunicación, a los cuales han acusado de minimizar, ignorar o tergiversar su mensaje. Las nuevas tecnologías han permitido que su acción comunicativa no se vea constreñida por la amplitud, el encuadre y la fre-

---

(12) NORRIS et al. Op. Cit.

cuencia que los medios deseen otorgarles. El acceso sin restricciones a la opinión pública ha generado en algunos actores, como por ejemplo Al Qaeda y otros grupos afines, un auténtico «furor comunicativo», que ha terminado perjudicando la efectividad de su mensaje debido a la saturación de su audiencia (13). Así, por ejemplo, centrándonos solamente en el escenario iraquí, los once principales grupos yihadistas que operaban en este territorio en 2007 difundieron durante un único mes la apabullante cifra de 966 mensajes públicos (14).

## **LAS PARADOJAS DEL SOLDADO-PERIODISTA**

Algunos de los escenarios donde han tenido lugar los conflictos armados de las últimas décadas, especialmente en el continente africano y asiático, presentan unas características que dificultaban de manera extrema el trabajo de los medios de comunicación tradicionales. La desintegración de la autoridad estatal, las deficientes comunicaciones terrestres, la ausencia de frentes de batalla claramente delimitados, la pluralidad y heterogeneidad de los actores armados, y el escaso o nulo compromiso por respetar la seguridad y la vida de los reporteros, convertían estos escenarios en un territorio vedado para el trabajo periodístico. Como consecuencia de este cúmulo de dificultades, algunos conflictos quedaron claramente sub-representados o directamente ignorados en la agenda mediática. Como señala el profesor Giovanni Sartori, la cultura popular y las percepciones de las sociedades contemporáneas se ha construido básicamente sobre una cultura audiovisual, con una clara preferencia de la imagen como vehículo de transmisión de información (15). Aquello que puede ser representado a través de imágenes, no sólo es percibido como más creíble, sino que tiene la capacidad de activar los componentes más emocionales del espectador, y por tanto recibe una mayor atención que aquellos otros contenidos que sólo pueden ser relatados.

En un entorno competitivo por la audiencia, los medios de comunicación han relegado a un lugar muy secundario aquellas informaciones sobre las que se carece de material audiovisual. Esto implica que aque-

---

(13) TORRES SORIANO, MANUEL R. «Evaluación del impacto de la propaganda de Al Qaeda sobre la opinión pública musulmana», *Inteligencia y Seguridad. Revista de Análisis y Prospectiva*, N° 7, pp. 165-196.

(14) KIMMAGE, DANIEL & RIDOLFO, KATHLEEN. *Iraqi Insurgent Media: The War of Images and Ideas*. Washington D.C: RFE/RL Inc, 2007. pp. 8.

(15) SARTORI, GIOVANNI. *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid, Taurus, 1998.

llas zonas del planeta donde los medios no pueden ejercer su trabajo, o lo hacen con pobres resultados, quedan desplazadas hacia un «limbo informativo». Esta circunstancia ha sido aprovechada por regímenes dictatoriales y otros actores armados para que su propia violencia quede impune. Dificultando o impidiendo el acceso de los periodistas gráficos a los lugares donde se produce la noticia, han conseguido que la opinión pública internacional «absuelva» de facto una serie de conductas sobre las que no existen pruebas gráficas, y que por tanto quedan «oscurecidas» ante unas sociedades profundamente imbuidas en la cultura de la imagen.

Sin embargo, las nuevas tecnologías han quebrantado el bloqueo informativo que algunos actores habían conseguido ejercer en estos últimos años. Internet permite reducir la dependencia de algunas poblaciones hacia los medios de comunicación controlados o intervenidos por el Estado. Así, por ejemplo, algunos periodistas chinos han recurrido a la red cuando algunas de sus artículos sobre corrupción o ineficacia son eliminados por los censores locales. Distribuyendo de manera anónima estas noticias a través de la red, consiguen crear una demanda social de respuestas que fuerza a las autoridades a tomar cartas en el asunto (16).

Cada ciudadano tiene a su alcance los mismos recursos que permitirían a un equipo de televisión filmar y distribuir las imágenes de la noticia. Cualquier individuo dotado de una cámara fotográfica o de video (normalmente integrada en un teléfono móvil) puede convertirse en un improvisado reportero capaz de inmortalizar los sucesos a los que asiste como testigo. Esto ha permitido la presencia instantánea de cámaras en sucesos donde los equipos de televisión sólo llegaban de manera fortuita o por mera intuición. Como consecuencia de esta ubicuidad del testigo-periodista empieza a ser cada vez más difícil que un acontecimiento presenciado por una multitud deje de ser captado por el teléfono móvil de uno de los asistentes. Esto ha permitido ilustrar, y por tanto concitar la atención de la opinión pública internacional hacia acontecimientos que en el pasado hubiesen sido posiblemente ignorados o subestimados. Un buen ejemplo de esto son algunos de los últimos episodios de violencia en el Tíbet, la represión del régimen iraní hacia las protestas por fraude electoral en el verano de 2009 o la crisis entre el ejército tailandés y los «camisas rojas» en mayo de 2010.

---

(16) ECKHOLM, ERIK. «...And Click Here for China», *The New York Times*, August 4, 2002. <http://www.nytimes.com/2002/08/04/weekinreview/04ECKH.html>

Diferentes estudios (17) reflejan como la información diseminada a través de internet, recibe una mayor credibilidad, que cuando esa misma información es recibida a través de otro medio de comunicación distinto. La red goza de un halo de credibilidad y ausencia de censuras, que la convierten en el principal recurso de información para todas aquellas personas concienciadas del omnipresente sesgo político e ideológico de los medios de masas tradicionales (18).

El valor e interés informativo de estos materiales, ha obligado a los medios de comunicación tradicionales, no sólo a dar cabida en sus espacios a los materiales obtenidos por estos periodistas amateur, sino también a convertir en noticia la disponibilidad de nuevo material gráfico sobre un suceso pasado. El valor informativo que se otorga a la imagen empieza a convertir en un hábito el que los medios centren su atención, no tanto en el suceso, sino en la existencia de un nuevo encuadre, una perspectiva diferente o la historia asociada a la obtención de una imagen inédita. Esta pauta puede contemplarse con gran claridad en la información televisiva posterior a los atentados del 11 de septiembre en Nueva York, donde la noticia era la disponibilidad de nuevas imágenes que mostraban una nueva perspectiva sobre el impacto de los aviones, o el desplome de los edificios. Otro tanto sucede, en la cobertura informativa de los desastres naturales, donde las diferentes captaciones del instante de la catástrofe (como por ejemplo las del grave Tsunami de 2004 en el Océano Índico) acaparan una mayor atención que las reiterativas y poco novedosas imágenes de las víctimas, las masas de desplazados o las situaciones de carestía que originan estos sucesos.

Los integrantes de las Fuerzas Armadas, y otros actores armados no se han diferenciado del resto de la sociedad en cuanto a su uso intensivo de los nuevos instrumentos de la sociedad de la información. Así, por ejemplo, una encuesta de 2004 detectaba que al inicio de la Guerra de Irak el 95% de los soldados estadounidenses utilizaba el correo electró-

---

(17) CORMAN, STEVEN R.; HESS, AARON & JUSTUS, Z. S. «Credibility in the Global War on Terrorism: Strategic Principles and Research Agenda», *Consortium for Strategic Communication - Arizona State University*, Report #0603, June 9, 2006. <http://www.comops.org/article/117.pdf>

(18) TORRES SORIANO, MANUEL R. «Información y Conflictos Bélicos en la Era de Internet» en FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, JOSÉ JULIO; JORDÁN, JAVIER & SANSÓ-RUBERT, DANIEL. *Seguridad y Defensa Hoy*, Plaza & Valdés, Madrid, 2008.

nico, y que dos tercios lo utilizaban tres veces a la semana (19). Cada vez más, los soldados, incluyendo a las pertenecientes a países pobres, tienen acceso a medios con un impacto potencialmente estratégico (20) como cámaras digitales, equipos de filmación, teléfonos móviles, ordenadores portátiles, *blogs*, redes sociales, etc. Los soldados se han convertido en una fuente prácticamente inagotable de materiales gráficos e información sobre el campo de batalla. Estos combatientes se hacen con sus propios «recuerdos», tomando y compartiendo fotografías y videos tomados desde sus lugares de destino en instalaciones militares, centros de detención, posiciones avanzadas y cualquier otro lugar cuyo acceso estaba generalmente vetado de la acción de los medios de comunicación.

La participación de estos individuos en los hechos noticiables los ha terminado convirtiendo ante los ojos de los medios de comunicación en una fuente de información privilegiada. Algunos medios de comunicación no han dudado en reconocer como en ocasiones la lectura de los *blogs* escritos por soldados era una tarea obligada a la hora de elaborar la información sobre el conflicto (21). El valor e impacto informativo de estas acciones ha llevado a acuñar el término de «soldado-periodista» para describir la acción de aquellos que simultanean el combate con la generación de información.

Cuestión distinta son las motivaciones que guían a estos combatientes a generar determinados materiales y distribuirlos. Así por ejemplo, las razones para redactar un *blog*, un diario en la red de acceso público, pueden ser muy variadas. Este puede convertirse en una forma de mantener un contacto continuo y más intenso con amigos y familiares, en otras ocasiones se puede elaborar a modo de terapia, como un ejercicio de introspección para mantener el equilibrio psicológico ante las duras circunstancias que rodean la vida del soldado en guerra. En otras ocasiones, puede ser una reacción ante la frustración que les origina la escasa o insatisfactoria cobertura periodística que reciben los hechos que están protagonizando. Un sargento americano en Irak explicaba así los motivos que le llevaron a redactar un *blog*:

---

(19) RICKS, THOMAS E. *Fiasco. The American Military Adventure in Iraq*, The Penguin Press, New York, 2006, pp. 306.

(20) RID, THOMAS. «War 2.0». *Policy Review* (Web Special). February 2007. <http://www.hoover.org/publications/policyreview/5956806.html>

(21) CELIS, BÁRBARA. «Premio a las verdades de un soldado», *El País*, 16/05/2007. [http://www.elpais.com/articulo/ultima/Premio/verdades/soldado/elpepuint/20070516elpepiult\\_1/Tes](http://www.elpais.com/articulo/ultima/Premio/verdades/soldado/elpepuint/20070516elpepiult_1/Tes)

*La gente oye el aspecto político y no el aspecto humano, los rostros y los lugares detrás de las operaciones. Yo quiero contar la historia de mis chicos, no quiero hablar de política (22).*

En otras ocasiones, no deja de ser una reacción narcisista. En plena sociedad de la información, la afirmación de Andy Warhol de que todo individuo tenía derecho a 15 minutos de fama, se ha visto sustituida por la búsqueda de una celebridad que ahora se mide por la cantidad de megabytes descargados a través de Internet.

Los soldados pueden llegar a convertirse en protagonistas involuntarios de un acontecimiento que va más allá de sus motivaciones. Lo que en origen puede ser un acto supuestamente ocioso, puede terminar convirtiéndose en un acontecimiento central en las percepciones de la opinión pública. Así, por ejemplo, el hecho que más dañó la legitimidad de la intervención americana en Irak, y que incidió profundamente en las percepciones de la opinión pública internacional y el tratamiento periodístico fue el escándalo de las torturas a prisioneros iraquíes en la cárcel de *Abu Ghraib*. La toma y difusión de las fotografías que atestiguaban los tratos vejatorios de los carceleros hacia los internos, lejos de ser el trabajo de un osado periodista, fue obra de los propios torturadores. Sin embargo, la motivación de estos no era dañar conscientemente su propio bando (y su propio futuro), sino compartir despreocupadamente entre sus amigos unas imágenes que consideraban divertidas.

Este nuevo escenario ha dificultado que responsables militares y políticos puedan ejercer un control efectivo de la información que proviene de entre sus propias filas. En este sentido, la acción de los medios de comunicación se ha convertido en una preocupación menor frente a la ubicuidad de estos instrumentos entre las propias tropas. La posibilidad de prohibir a los soldados el uso de la telefonía móvil e Internet ha resultado enormemente problemática entre los ejércitos de los países más desarrollados. La escala de valores en la cual se ubican estas sociedades, junto a la necesidad de proporcionar un cierto nivel de confort para conseguir una movilización de tropas suficiente, lleva aparejada inevitablemente el acceso de los soldados a las comunicaciones virtuales. La implementación de medidas draconianas sobre el acceso a determinados usos de

---

(22) AGENCIAS. «Los soldados estadounidenses en Irak y Afganistán escriben blogs, frustrados por la información dada en los medios de comunicación», 20 Minutos, 18/04/2007.

<http://www.20minutos.es/noticia/224319/0/blogs/soldados/estadounidenses/>

Internet, sólo se ha llevado a cabo (no sin resistencias) en determinados cuerpos imbuidos en un espíritu de «élite» y sacrificio. Así, por ejemplo, el Cuerpo de Marines de Estados Unidos emitía una orden en el verano de 2009 en el cual prohibía el uso entre sus miembros de algunas de las principales redes sociales como *Twitter*, *Facebook* o *MySpace* (23).

No obstante, los problemas originados por un uso incontrolado de los instrumentos de la sociedad de la información por parte de las tropas, también afectan a ejércitos menos sofisticados. Algunas de las Fuerzas Armadas de los países con Estados débiles se encuentran gravemente afectados por problemas de indisciplina, deslealtad y corrupción, los que los termina convirtiendo en un terreno abonado para las fugas de información. En estos casos, la puesta en práctica de una estrategia de información, no sólo resulta una tarea utópica por la imposibilidad práctica de extender la autoridad y el control sobre todos los efectivos, sino también por los efectos imprevisibles de la interacción de miles de soldados que graban, fotografían y distribuyen sin control información sobre sus actividades.

Un ejemplo ilustrativo de esta problemática la podemos detectar en las dificultades del nuevo Gobierno iraquí tras el derrocamiento de Saddam Husein. Una de las principales iniciativas llevadas a cabo por el nuevo Estado fue el juicio al depuesto dictador como símbolo del fin de una era. A través de un proceso judicial que fue retransmitido por la televisión, se pretendía trasladar a la opinión pública nacional e internacional, como el nuevo Irak se había convertido en un Estado de derecho donde hasta un sangriento dictador como Saddam tenía derecho a recibir un juicio con todas las garantías. El resultado del proceso fue una sentencia a muerte que sería ejecutada el 30 de diciembre de 2006, y que pretendía de manera implícita neutralizar la acción violenta de algunos de los grupúsculos *baazistas* que todavía mantenían la expectativa de una vuelta al «antiguo régimen». El gobierno iraquí difundió, a modo de prueba de la muerte de Saddam Husein, un breve video sin sonido, con imágenes del dictador dirigiéndose al cadalso, y de cómo los verdugos anudaban la horca en su cuello. Sin embargo, pocas horas después de la difusión del video oficial, aparecía en Internet un nuevo video con la secuencia completa de la ejecución, y el sonido natural de la escena.

---

(23) SHACHTMAN, NOAH. «Marines Ban Twitter, MySpace, Facebook», *Danger Room*, August 3, 2009. <http://www.wired.com/dangerroom/2009/08/marines-ban-twitter-myspace-facebook/>

En el video «no oficial», que había sido tomado con un teléfono móvil por uno de los policías presentes, se puede observar como los verdugos humillan verbalmente al condenado, y como algunos de los asistentes coreaban el nombre de «Muqtada», en alusión al clérigo chií Muqtada Al Sadr, líder de una de las más importantes milicias armadas del país. De esa forma, lo que debería haber sido un aséptico acto del nuevo sistema judicial del país, se había convertido ante los ojos de la opinión pública internacional en una prueba de la deficiente autoridad del Estado iraquí, y para millones de iraquíes en la escenificación de un victorioso acto de venganza a manos de una las facciones en pugna. Estas imágenes crearon entre millones de iraquíes sunníes la percepción de que el nuevo aparato gubernamental era un instrumento en manos de uno de las milicias que más había alentado el odio interreligioso, lo que terminó convirtiendo la ejecución del Saddam Husein en un nuevo paso hacia en enfrentamiento entre iraquíes.

En la mayor parte de los casos, y ante la creciente centralidad que juegan las nuevas tecnologías en la vida de los individuos (24), a los ejércitos occidentales sólo les queda recurrir a una concienzuda labor de concienciación entre sus soldados sobre la necesidad de discreción, junto a la amenaza de contundentes sanciones hacia aquellos que incumplan los protocolos de uso de estos medios. En este sentido, resulta muy interesante la experiencia del ejército israelí, una fuerza compuesta mayoritariamente por soldados de reclutamiento obligatorio entre los jóvenes de una sociedad plenamente imbuida en la sociedad de la información. Este ejército lleva a cabo de manera permanente, campañas publicitarias entre sus tropas para advertir del peligro de compartir determinados tipos de imágenes e informaciones a través de las redes sociales, y de cómo estas pueden ser utilizadas por el enemigo. Así, por ejemplo, el ejército israelí suspendió toda una operación militar en la franja de Gaza después de que un soldado adelantase en su página de *Facebook*, que su unidad se estaba preparando para «limpiar» una localidad palestina. La preocupación sobre como la información facilitada por sus propias tropas a través de las redes sociales puede comprometer la seguridad de las operaciones, y la de los propios efectivos (25) ha llevado a responsables militares israelíes a poner en marcha varias campañas de concienciación. Así, por ejemplo, un poster colgado en los cuarteles

---

(24) CASTELLS, MANUEL. *La galaxia Internet*, Areté, Barcelona, 2001.

(25) MANNES, AARON. «Hezbollah Spies via Facebook», *CounterterrorismBlog.com*, July 22, 2010. [http://counterterrorismblog.org/2010/07/cybersecurity\\_and\\_human\\_error.php](http://counterterrorismblog.org/2010/07/cybersecurity_and_human_error.php)

militares israelíes mostraba la captura ficticia de una pantalla de la red social *Facebook* con las imágenes de un grupo de usuarios que habían sido agregados entre los que se encontraba el presidente iraní, Mahmud Ahmadineyad, el presidente sirio, Bashar Al Assad y el líder de *Hezbollah* Hassan Nasrallah, con el siguiente título: «¿Crees que todo el mundo es tu amigo?»(26).

En otras ocasiones, los enemigos asimétricos han sido mucho más audaces a la hora de obtener determinados materiales que podrían reportarles victorias en el ámbito de la comunicación. Así, por ejemplo, en 2009 las tropas estadounidenses en Irak detenían a un miliciano chií que transportaba un ordenador portátil. En el análisis del contenido del dispositivo, los técnicos quedaron sorprendidos al descubrir que el disco duro almacenaba varios archivos de video procedentes de algunas de las cámaras incorporadas en los aviones no tripulados que utiliza el ejército estadounidense en Irak. La novedad consistía en que dichas filmaciones, eran totalmente inéditas, a diferencia de aquellas otras que habían sido conscientemente divulgadas por el Pentágono para ilustrar las acciones de las tropas estadounidenses en el país árabe. El iraquí había conseguido *hackear* la señal que emiten los drones utilizando un *software* comercial llamado *Skygrabber*, que permite descargar a través de un ordenador la señal procedente de las emisiones vía satélite comerciales (27). Aunque dicha noticia provocó cierta alarma ante la posibilidad de que algunos de estos aviones armados con misiles y controlados desde la distancia, pudiesen haber sido «capturados» por los insurgentes y utilizados contra las propias tropas estadounidenses, lo cierto es que su control nunca estuvo al alcance de los milicianos iraquíes. El episodio dejó de manifiesto la poca seguridad aplicada en el envío de las emisiones de vídeo generadas por estos aparatos, la cual podía ser intervenida con poca sofisticación. Sin embargo, lo más relevante de este episodio desde la perspectiva de la comunicación, es que los insurgentes mostraron interés en este tipo de capturas, no sólo por su utilidad a la hora de evitar las zonas vigiladas por los drones, sino también por la posibilidad de acceder a un material que podría ser utilizado en sus estrate-

---

(26) HODGE, NATHAN. «Israelis Nix Op after Facebook Fiasco», *Danger Room*, March 3, 2010. <http://www.wired.com/dangerroom/2010/03/israeli-military-cancels-raid-after-facebook-fiasco/>

(27) SINGER, PETER W. «Why Hollywood Security is Better Than The Pentagon's», *CNN. Com*, December 29, 2009. [http://www.brookings.edu/opinions/2009/1221\\_encryption\\_singer.aspx](http://www.brookings.edu/opinions/2009/1221_encryption_singer.aspx)

gias comunicativas. Algunas de las escenas captadas por estos aviones atestiguan situaciones donde se podría deducir errores operativos, un uso desmedido de la fuerza, o la muerte de civiles. A pesar del celo estadounidense para impedir las filtraciones, la filtración de algunos de estos vídeos, ha supuesto un duro revés para la imagen de las tropas americanas. Eso es lo que sucedió, por ejemplo, cuando un soldado estadounidense filtró a un conocido portal de Internet un vídeo tomado desde un helicóptero militar donde se recoge el ataque mortal contra un grupo de 12 iraquíes, entre los que se encontraba un fotógrafo y un conductor empleados por la agencia *Reuters* (28). Un hecho que terminó generando una agria polémica (29).

Más allá de la capacidad de los adversarios para hacer operativa la información colgada de manera irresponsable en el ciberespacio, lo cierto es que Internet se ha convertido en un terreno abonado para que los medios de comunicación se hagan eco y amplifiquen hechos que tienen su origen exclusivamente en el ámbito virtual. Así, por ejemplo, el ejército israelí también sufriría su propio «*Abu Ghraib*» en agosto de 2010, cuando los medios de comunicación convirtieron en noticia la existencia de una de las fotografías colgadas por un soldado en su perfil de *Facebook* donde aparece posando sonriente junto a una serie de presos palestinos maniatados y con los ojos vendados (30).

## LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMO «FILTRADORES» DE LA REALIDAD

La interacción entre medios de comunicación de masas y nuevas tecnologías ha originado un nuevo tipo de dinámicas informativas. Algunos de los principales episodios que marcarán el relato e incluso el desarrollo de los conflictos armados, nacen y se generan exclusivamente en Internet. Los medios se limitan a constatar un suceso que ha tenido lugar al margen de su participación. De esa forma, estos actores pierden progre-

---

(28) Disponible en: <http://www.collateralmurder.com/>

(29) EL PAÍS. «Un vídeo muestra cómo militares estadounidenses matan en Bagdad a un fotógrafo de Reuters», *El País*, 06/04/2010. [http://www.elpais.com/articulo/internacional/video/muestra/militares/estadounidenses/matan/Bagdad/fotografo/Reuters/elpepuint/20100405elpepuint\\_11/Tes](http://www.elpais.com/articulo/internacional/video/muestra/militares/estadounidenses/matan/Bagdad/fotografo/Reuters/elpepuint/20100405elpepuint_11/Tes)

(30) AGENCIAS. «Una ex soldado israelí cuelga en Facebook fotos en las que humilla a palestinos», *El País*, 17/8/2010. [http://www.elpais.com/articulo/internacional/ex/soldado/israeli/cuelga/Facebook/fotos/humilla/palestinos/elpepuint/20100817elpepuint\\_2/Tes](http://www.elpais.com/articulo/internacional/ex/soldado/israeli/cuelga/Facebook/fotos/humilla/palestinos/elpepuint/20100817elpepuint_2/Tes)

sivamente su capacidad para establecer la agenda y los tiempos de los asuntos que se consideran noticiables, viéndose relegados a un papel de amplificadores e intérpretes de eventos informativos que generan sus efectos fuera del entorno de los medios de comunicación tradicionales.

Tradicionalmente se ha considerado que los medios de comunicación han ejercido una labor de «puertas de entrada» a la opinión pública a través de una serie de procedimientos que permitían filtrar y seleccionar la información relevante de aquella otra que posee un escaso valor (31). Los elementos que permitían a los medios ejercer este papel eran los siguientes:

- a) La profesionalidad y el juicio experimentado del periodista a la hora de decidir abordar o no una noticia.
- b) Las rutinas que cada organización establece a la hora de recabar información e establecer relaciones con las fuentes. Así, por ejemplo, un medio puede decidir obviar o aplazar la publicación de una noticia para mantener la relación de confianza mutua con un funcionario gubernamental.
- c) Las limitaciones económicas que llevan a cada medio a efectuar un cálculo de coste-beneficio a la hora de optar por unas noticias en detrimento de otras, o cómo estas deben ser «explotadas» para maximizar la inversión realizada.
- d) El entorno tecnológico que establece unos límites de tiempo y espacio a la hora de abordar una determinada información. Así, por ejemplo, se puede optar por no cubrir un determinado suceso porque el escaso tiempo que se le puede dedicar en un espacio necesariamente breve como un noticiario o un resumen de noticias, no justifica el esfuerzo.

Estos factores han quedado profundamente afectados por la dura competencia ejercida por *blogs*, portales digitales de noticias, redes sociales, etc. Internet ha demostrado una capacidad sorprendente a la hora de hacerse con las principales novedades informativas, lo que ha obligado a los medios de comunicación a «aligerar» sus procedimientos de verificación de las informaciones. En un entorno empresarial muy competitivo, los diferentes medios de comunicación han sucumbido a la tentación de ser los primeros en proclamar una nueva primicia, lo que les

---

(31) LIVINGSTON, STEVEN & BENNETT, W. LANCE. «Gatekeeping, Indexing, and Live-Event News: Is Technology Altering the Construction of News?», *Political Communication*, Vol. 20 Issue 4, October 2003, pp. 363–380.

ha llevado a asumir como propia la información disponible en la red. Esto les ha hecho mucho más vulnerables a los bulos, las noticias de difícil confirmación, y a los sucesos descontextualizados.

Este nuevo contexto tecnológico implica un menor protagonismo de los medios a la hora de gestionar la dimensión informativa de los conflictos, sin embargo, no supone que estos se hayan convertido en irrelevantes. Los medios de comunicación continúan desempeñando un papel clave a la hora de establecer los «enfoques» (32) que permiten a la opinión pública entender, valorar y modelar sus percepciones ante asuntos complejos. La información relativa a la seguridad y defensa, en especial si no tienen una incidencia directa en el individuo, continúan siendo ámbitos sobre los cuales los individuos siguen confiando en los medios de comunicación para forjar sus opiniones (33). Estos continúan ejerciendo una labor fundamental a la hora de encuadrar la importancia y trascendencia de la noticia, establecer un juicio moral sobre los contendientes y sus objetivos, y vincular al acontecimiento dentro del esquema ideológico y de valores que guía al medio a la hora de abordar el resto de información.

Cuando los individuos se informan sobre conflictos armados buscan que dichas noticias ratifiquen y refuercen una serie de preconcepciones y estereotipos fuertemente arraigados en su esquema perceptivo. La naturaleza desestructurada, y anárquica de la información proveniente de Internet, supone un problema para los individuos que desean tener una respuesta rápida ante cuestiones complejas. En Internet, toda información está sometida a múltiples visiones contradictorias entre sí. Un mismo hecho puede ser presentado, incluso gráficamente, como la confirmación de dos visiones completamente opuestas de la realidad. Tratar de contrastar, jerarquizar y sintetizar esta abundancia informativa supone un trabajo excesivo para un individuo que actúa como un auténtico «avaro cognitivo» (34), es decir, sujetos que utilizan «atajos» cognitivos que reduzcan el esfuerzo mental necesario para realizar una tarea intelectual. De hecho, los medios siguen ejerciendo un papel fundamental a la hora

---

(32) NORRIS, op. Cit.

(33) MICHAVILA, NARCISO. «Aspectos sociales. La opinión pública ante las cuestiones de seguridad», en JORDÁN, JAVIER. y DE CUETO, C. *La Gestión de la Seguridad en el Nuevo Entorno Estratégico*, Comares, Granada, 2005.

(34) CASTELLS, MANUEL. *Comunicación y poder*, Alianza Editorial, Madrid, 2009. (pp. 206)

de resolver las «disonancias» (35) que provocan determinadas informaciones que entran en colisión con el esquema previo de pensamiento del cual parte el individuo.

Este nuevo papel como filtradores e intérpretes de la noticia es especialmente necesario debido a la sobreabundancia informativa que caracteriza internet. Como señala el profesor Joseph Nye, Internet ha producido una «paradoja de la plenitud» (36): un exceso de información termina produciendo una pobreza de atención. Los ciudadanos pueden llegar a estar abrumados por el volumen de la información a su alcance, lo que les hace tremendamente difícil discriminar la información y concentrarse en una pequeña porción de los recursos a su alcance. Los medios acumulan poder como consecuencia de su capacidad, tanto técnica como humana, para poder discriminar los contenidos relevantes de aquellas otras informaciones que constituyen interferencias.

Un buen ejemplo de la nueva dimensión del trabajo mediático lo constituye el escándalo causado por la filtración a la web *Wikileaks* de más de 92.000 documentos militares estadounidenses clasificados en el verano de 2010. Con su alojamiento en este portal especializado en publicar informaciones comprometedoras para los distintos gobiernos, se producía lo que un periodista británico calificó como «lo que podría ser la mayor filtración en la historia de los servicios de Inteligencia» (37). Dichos informes recogían cinco años de informes confidenciales sobre las operaciones de Estados Unidos en los dos principales frentes de la llamada «Guerra al Terror»: Irak y Afganistán. Su filtración había sido obra del soldado Bradley Manning (38), un analista de Inteligencia con base en Irak y que sería posteriormente detenido. La web ofrecía así un auténtico filón informativo a cualquier internauta interesado, sin embargo, el volumen de la información, el cual superaba las varias decenas de miles de páginas, llevó al propio Pentágono a reconocer que tardaría semanas

---

(35) FESTINGER, L. *A theory of cognitive dissonance*. Stanford University Press. Stanford (CA), 1957.

(36) NYE, JOSEPH S. La paradoja del poder norteamericano, Taurus, Madrid, 2003, pp. 103.

(37) EUROPA PRESS. «Wikileaks obtiene más de 92.000 documentos secretos sobre las acciones del Ejército de EE.UU. en Afganistán», *La Vanguardia*, 26/07/2010. <http://www.lavanguardia.es/internacional/noticias/20100726/53971061316/wikileaks-obtiene-mas-de-92.000-documentos-secretos-sobre-las-acciones-del-ejercito-de-ee-uu.-en-afg.html>

(38) ALANDETE, DAVID. El fanfarrón y el delator, *El País*, 08/06/2010. [http://www.elpais.com/articulo/internacional/fanfarron/delator/elpepuint/20100608elpepuint\\_13/Tes](http://www.elpais.com/articulo/internacional/fanfarron/delator/elpepuint/20100608elpepuint_13/Tes)

en poder analizarlas en su integridad (39). El volumen de datos y la necesidad de un elevado nivel de especialización para poder extraer conclusiones, hacía inviable que la noticia pudiese generarse exclusivamente por Internet. Para conseguir el deseado impacto entre la opinión pública, el controvertido dueño de esta web, el australiano Julian Assange, envió un avance de los contenidos a tres importantes cabeceras internacionales: *The Guardian*, *Der Spiegel* y *The New York Times*. Fue a través del trabajo de selección y análisis de estos medios de comunicación como la opinión pública pudo tener constancia de las principales revelaciones de esa montaña documental: las bajas colaterales no reconocidas entre la población civil afgana, la ambigua relación del gobierno pakistaní hacia los talibán, etc. (40).

## **LOS ACTORES ASIMÉTRICOS SE HACEN CON LA INICIATIVA INFORMATIVA**

La capacidad de movilización de recursos materiales y humanos propia de los Estados-nación ha supuesto históricamente una ventaja decisiva frente a adversarios incapaces de sostener y armar a grandes masas de combatientes. Esta superioridad también se extendía al ámbito de la gestión de la información, debido a los considerables costes económicos asociados mantenimiento y despliegue de infraestructuras, equipamientos y organizaciones mediáticas. Sin embargo, el nuevo entorno tecnológico ha permitido a señores de la guerra, grupos terroristas, guerrillas, organizaciones criminales, etc. hacerse con los instrumentos necesarios para combatir informativamente a los Estados-nación en pie de igualdad. Estos actores no estatales no sólo tienen la capacidad de generar información en escenarios y situaciones de difícil acceso para los medios de comunicación, sino también la capacidad para poder distribuirlos a una audiencia potencialmente ilimitada.

Al mismo, sus estructuras organizativas se han ido diferenciado a las existentes en las grandes organizaciones. Frente a la jerarquía y rigidez

---

(39) REDACCIÓN. «EE.UU. tardará «semanas» en analizar documentos de Wikileaks», *BBC Mundo*, 27/07/2010.

[http://www.bbc.co.uk/mundo/internacional/2010/07/100726\\_eeuu\\_filtraciones\\_pakistan\\_pea.shtml](http://www.bbc.co.uk/mundo/internacional/2010/07/100726_eeuu_filtraciones_pakistan_pea.shtml)

(40) RODRÍGUEZ, PEDRO. «Una filtración masiva desvela la guerra sucia de Estados Unidos en Afganistán», *ABC*, 26/07/2010. <http://www.abc.es/20100726/internacional/wikileaks-afganistan-201007260122.html>

propia de las grandes organizaciones, los actores asimétricos han apostado por unos esquemas organizacionales y procedimientos mucho más horizontales y espontáneos, lo que les ha otorgado una mayor flexibilidad y rapidez a la hora de gestionar la información sobre el conflicto. Terroristas e insurgentes han sabido integrar perfectamente violencia y comunicación como estrategia de compensar su inferioridad material, lo que les ha permitido acaparar la iniciativa en el ámbito de la comunicación (41).

Estos grupos llevan a cabo la filmación de sus operaciones con el objeto de divulgarlas a través de la red. Algunos de estos archivos audiovisuales son grabados en teléfonos móviles de última generación y enviados instantáneamente a través de un mensaje multimedia a la persona encargada de distribuir ese material en la Red. En las células de ataque, tan importante es el papel del encargado de «apretar el gatillo», como el del cámara que trata de obtener una imagen nítida del evento. En los conflictos bélicos típicos de la sociedad de la información, un atentado o ataque que no genera imágenes, deja de existir. Se trata de una adaptación en alta tecnología de una consigna de las milicias argelinas en la década de los cincuenta llamada «Directiva Numero Nueve»: es mejor matar a un hombre donde la prensa americana pueda oírlo, que nueve donde no puedan encontrarlos (42). La diferencia ahora es que quien mata, se ha convertido al mismo tiempo en el «periodista» que se encarga de que su acto se convierta en un espectáculo mediático al alcance de cualquier interesado.

El escenario posterior a la invasión de Irak, ha sido un claro ejemplo de la evolución mediática de los contendientes asimétricos (43). La importancia que estos grupos confiere a la obtención de estos materiales, les lleva, como por ejemplo ha sucedido en Irak y Afganistán, a utilizar varias cámaras al mismo tiempo, para garantizar la obtención de imágenes, y ofrecer un producto de mayor calidad donde se contemple el ataque desde diferentes perspectivas y encuadres (44). El fuerte vínculo

---

(41) TORRES SORIANO, MANUEL R. *El eco del terror. Ideología y propaganda en el terrorismo yihadista*, Plaza & Valdés, Madrid, 2009.

(42) DAUBER, CORI E. «Youtube War: Fighting in a world of cameras in every cell phone and Photoshop on every computer», Strategic Studies Institute (SSI), November 2009. <http://www.strategicstudiesinstitute.army.mil/pdffiles/PUB951.pdf>

(43) RID, THOMAS & HECKER, MARC. *War 2.0. Irregular Warfare in the Information Age*, Praeger, Westport, 2009.

(44) INTERNATIONAL CRISIS GROUP. «Taliban Propaganda: Winning The War Of Words?», *ICG Asia Report*, N°158, 2008. [http://www.crisisgroup.org/~media/Files/asia/south-asia/afghanistan/158\\_taliban\\_propaganda\\_winning\\_the\\_war\\_of\\_words.ashx](http://www.crisisgroup.org/~media/Files/asia/south-asia/afghanistan/158_taliban_propaganda_winning_the_war_of_words.ashx)

entre imágenes y violencia insurgente, llevó a las tropas desplegadas en este país, a vigilar obsesivamente la presencia de iraquíes con equipos de grabación como un indicador de alerta ante un inminente ataque.

A través de la divulgación repetitiva de filmaciones donde se ilustran ataques con artefactos explosivos, emboscadas, hostigamientos y ejecución de rehenes, estos actores han conseguido trasladar a su audiencia un relato del conflicto tremendamente beneficioso para sus intereses. La difusión de este tipo de grabaciones les ha permitido crear en la opinión pública una imagen de sus capacidades muy por encima de la real. Como señalaba un oficial de inteligencia estadounidense destacado en Irak: «uno sólo de estos vídeos es peor que una división de tanques enemiga»(45).

Las nuevas tecnologías de la información han creado una estructura de oportunidad que ha sido sabiamente utilizada por este tipo actores para llevar la iniciativa en el terreno de la comunicación, suplantando el tradicional papel de los medios de masas. A través de la elaboración y rápida distribución de sus propios materiales, los combatientes asimétricos han alcanzado un control sobre sus estrategias comunicativas que carece de precedentes. Insurgentes y terroristas pueden divulgar su mensaje, sin interferencias, y sin límites en su extensión y contenido. Las nuevas tecnologías están poniendo punto final a la controvertida relación que ha mantenido este tipo de actores con los medios de comunicación. Una relación simbiótica (46), que se establecía entre dos sujetos que mostraban una dependencia mutua y cuyas acciones se complementaban. Los actores asimétricos tuvieron que elaborar su mensaje de tal modo que tuviese fácil cabida en los espacios televisivos, limitando su duración, aderezándolo de las suficientes dosis de espectacularidad y novedad, y simplificando el lenguaje para que pudiese ser recogido en un espacio como los noticiarios, necesariamente breves y dirigidos a un público indiferenciado.

A pesar de la dosificación que forzosamente tuvieron que aplicarse, este tipo de organizaciones no siempre conseguían obtener la atención de los *mass media*, la cual podía verse fácilmente desplazada hacia eventos con un mayor interés «televisivo». La voluble «amistad» de los

---

(45) JOHNSON, SCOTT. «We're Losing the Infowar», *Newsweek*, Jan. 15, 2007. <http://www.newsweek.com/id/56592>

(46) WIEVIORKA, MICHAEL. *The making of Terrorism*, The University of Chicago Press, Chicago, 2004.

medios de comunicación impedía que los actores asimétricos pudiesen «administrar los tiempos» según sus necesidades. Más problemático les resultaba aún, que su mensaje pudiese quedar desfigurado como consecuencia de la selección, recontextualización y editorialización ejercida por los medios de comunicación. Ha sido muy frecuente que las relaciones de los grupos terroristas hacia los grandes medios de masas hayan sido siempre conflictivas, acusándoles de ser los principales responsables, no sólo de que su mensaje fuese silenciado o manipulado, sino también de la percepción negativa de la sociedad hacia sus miembros y sus objetivos (47).

Terroristas e insurgentes están plenamente convencidos de la capacidad «transformadora» de su mensaje. El obsesivo convencimiento que muestran hacia la verdad que portan sus creencias, les lleva asumir que si la sociedad tuviera la posibilidad de acceder a las mismas en su integridad y sin interferencias mediáticas, su mensaje provocaría una conversión generalizada entre unas masas que permanecen adormecidas por las mentiras de los *mass media*. Un buen ejemplo de esta mentalidad puede encontrarse en el terrorista estadounidense Theodore Kaczynski, también conocido como *Unabomber*. Este «lobo solitario», inició a finales de los años 70 una campaña de envíos de cartas y paquetes bombas contra aerolíneas y universidades con el objeto de denunciar a la «sociedad moderna». A mediados de los noventa, Kaczynski envió al periódico *The New York Times* una carta en la que ofrecía la posibilidad de desistir de su campaña de envíos de cartas bombas, si este periódico junto a la otra principal cabecera estadounidense *The Washington Post*, publicaba íntegramente un manifiesto elaborado por él titulado «La sociedad industrial y su futuro». No sin reticencias, y como consecuencia de la petición de las autoridades que buscaban algún tipo de rastro sobre el misterioso terrorista, los periódicos accedieron a publicar este larguísimo manifiesto de más de 30.000 palabras donde *Unabomber* justificaba sus acciones como una medida extrema para conseguir llamar la atención de la sociedad. Según él la libertad humana estaba sufriendo una peligrosa erosión como consecuencia de la tecnología moderna. La caligrafía de su escrito permitió al FBI dar con un excéntrico matemático que hacía años vivía aislado en una cabaña en mitad del campo sin agua ni electricidad. Si Kaczynski hubiese actuado en plena sociedad de la información (y hu-

---

(47) TORRES SORIANO, MANUEL R. «Terrorism and the Mass Media after Al Qaeda: A change of Course?», *Athena Intelligence Journal*, Vol. 3 N°2, abril-junio de 2008, pp. 1-19.

biese estado dispuesto a utilizar sus productos) no hubiese necesitado de casi dos décadas de acciones terroristas para acceder de manera generalizada a la opinión pública. De hecho, no habría necesitado forzar la voluntad de los dos principales periódicos estadounidenses para que estos publicasen de manera íntegra su relato apocalíptico sobre el futuro del mundo. Hubiese necesitado únicamente de una conexión a Internet, para poder colgar en una web sus excéntricas teorías, las cuales podrían haber sido redactadas incluso con una extensión aún mayor. Posiblemente, le hubiese bastado con una única acción terrorista para conseguir llamar la atención sobre unas ideas que podrían haber sido conocidas por una audiencia global.

## **CONCLUSIONES**

La generalización del acceso y uso de las nuevas tecnologías de la información ha afectado profundamente a la cobertura informativa de la guerra. La irrupción de estos instrumentos en el escenario de conflicto ha tenido las siguientes consecuencias sobre el papel ejercido por los medios de comunicación:

- a) Los medios de comunicación han dejado de ser percibidos por los contendientes como las principales «puertas de entrada» a la opinión pública. Aunque los medios de masas continúan ejerciendo una enorme influencia sobre las percepciones de la sociedad, el nuevo entorno les ha convertido en uno más de los diferentes actores que tienen capacidad de incidir sobre la vertiente informática de los conflictos.
- b) La aparición del llamado «soldado-periodista», el cual combina su faceta de combatiente con la de usuario de las nuevas tecnologías, ha erosionado el control que ejercen los Estados sobre los flujos de información acerca del conflicto. Algunos de los principales episodios informativos tienen su origen y efectos exclusivamente a partir de Internet, sin que sea necesaria la intervención de los medios de masas.
- c) La sobreabundancia informativa ha reforzado el papel de los medios de comunicación como filtradores e intérpretes de los materiales disponibles a través de Internet.

Previsiblemente todas estas tendencias se verán reforzadas y experimentarán nuevas variantes a lo largo de los próximos años. Gran parte de los efectos que hemos reseñado son consecuencia directa de las

posibilidades que ofrecen a los actores la aparición y mejora de algunos avances tecnológicos. El ritmo de transformación asociado a las nuevas tecnologías de la información es sorprendente. Así, por ejemplo, en 1993 había 50 páginas web en todo el mundo, a finales de esa misma década habían superado los 5 millones. La capacidad de transmisión de información no ha cesado de crecer y abarataarse. Una comunicación telefónica en la década de los ochenta era capaz de transmitir una página de información por segundo, actualmente una sola hebra de fibra óptica puede transmitir el contenido de 90.000 libros por segundo. El volumen de información digital disponible aumenta por diez cada cinco años (48).

En este sentido, los conflictos armados del futuro serán en buena medida el resultado de un entorno tecnológico aún más propicio para las actividades mediáticas de los contendientes. El aumento de la potencia y portabilidad de los sistemas de grabación de video junto al aumento de la capacidad de transmisión de datos a través de Internet, no sólo facilitará la obtención de nuevas imágenes sobre la guerra, sino también su emisión en tiempo real a través de unas webs convertidas en auténticas televisiones on-line.

## BIBLIOGRAFÍA

AGENCIAS. «Los soldados estadounidenses en Irak y Afganistán escriben blogs, frustrados por la información dada en los medios de comunicación», 20 Minutos, 18/04/2007. <http://www.20minutos.es/noticia/224319/0/blogs/soldados/estadounidenses/>

AGENCIAS. «Una ex soldado israelí cuelga en Facebook fotos en las que humilla a palestinos», El País, 17/8/2010. [http://www.elpais.com/articulo/internacional/ex/soldado/israeli/cuelga/Facebook/fotos/humilla/palestinos/elpeuint/20100817elpeuint\\_2/Tes](http://www.elpais.com/articulo/internacional/ex/soldado/israeli/cuelga/Facebook/fotos/humilla/palestinos/elpeuint/20100817elpeuint_2/Tes)

ALANDETE, DAVID. El fanfarrón y el delator, *El País*, 08/06/2010. [http://www.elpais.com/articulo/internacional/fanfarron/delator/elpeuint/20100608elpeuint\\_13/Tes](http://www.elpais.com/articulo/internacional/fanfarron/delator/elpeuint/20100608elpeuint_13/Tes)

BENNETT, W. L., & PALETZ, D. L. *Taken By Storm: The Media, Public Opinion and Foreign Policy in the Gulf War*, The University of Chicago Press, Chicago, 1994

---

(48) NYE, JOSEPH S. «Cyber Power», *Belfer Center for Science and International Affairs*, May 2010. [http://belfercenter.ksg.harvard.edu/publication/20162/cyber\\_power.html](http://belfercenter.ksg.harvard.edu/publication/20162/cyber_power.html)

- BOLLIER, DAVID. «The Rise of Netpolitik. How the Internet Is Changing International Politics and Diplomacy», *Aspen Institute - Communications and Society Program*, 2003. <http://www.aspeninstitute.org/publications/rise-netpolitik-how-internet-changing-international-politics-and-diplomacy>
- CASTELLS, MANUEL. *Comunicación y poder*, Alianza Editorial, Madrid, 2009.
- CASTELLS, MANUEL. *La galaxia Internet*, Areté, Barcelona, 2001.
- CELIS, BÁRBARA. «Premio a las verdades de un soldado», *El País*, 16/05/2007. [http://www.elpais.com/articulo/ultima/Premio/verdades/soldado/elpepuint/20070516elpepiult\\_1/Tes](http://www.elpais.com/articulo/ultima/Premio/verdades/soldado/elpepuint/20070516elpepiult_1/Tes)
- CORMAN, STEVEN R.; HESS, AARON & JUSTUS, Z. S. «Credibility in the Global War on Terrorism: Strategic Principles and Research Agenda», *Consortium for Strategic Communication - Arizona State University*, Report #0603, June 9, 2006. <http://www.comops.org/article/117.pdf>
- CREMADES, JAVIER. *Micropoder. La fuerza del ciudadano en la era digital*, Espasa, Madrid, 2007.
- DAUBER, CORI E. «Youtube War: Fighting in a world of cameras in every cell phone and Photoshop on every computer», *Strategic Studies Institute (SSI)*, November 2009. <http://www.strategicstudiesinstitute.army.mil/pdf/FILES/PUB951.pdf>
- EL PAÍS. «Un vídeo muestra cómo militares estadounidenses matan en Bagdad a un fotógrafo de Reuters», *El País*, 06/04/2010. [http://www.elpais.com/articulo/internacional/video/muestra/militares/estadounidenses/matan/Bagdad/fotografo/Reuters/elpepuint/20100405elpepuint\\_11/Tes](http://www.elpais.com/articulo/internacional/video/muestra/militares/estadounidenses/matan/Bagdad/fotografo/Reuters/elpepuint/20100405elpepuint_11/Tes)
- EUROPA PRESS. «Wikileaks obtiene más de 92.000 documentos secretos sobre las acciones del Ejército de EE.UU. en Afganistán», *La Vanguardia*, 26/07/2010. <http://www.lavanguardia.es/internacional/noticias/20100726/53971061316/wikileaks-obtiene-mas-de-92.000-documentos-secretos-sobre-las-acciones-del-ejercito-de-ee.uu.-en-afg.html>
- FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, JOSÉ JULIO; JORDÁN, JAVIER & SANSÓ-RUBERT, DANIEL. *Seguridad y Defensa Hoy*, Plaza & Valdés, Madrid, 2008.
- FESTINGER, L. *A theory of cognitive dissonance*. Stanford University Press. Stanford (CA), 1957.

- HODGE, NATHAN. «Israelis Nix Op after Facebook Fiasco», *Danger Room*, March 3, 2010. <http://www.wired.com/dangerroom/2010/03/israeli-military-cancels-raid-after-facebook-fiasco/>
- [http://www.bbc.co.uk/mundo/internacional/2010/07/100726\\_eeuu\\_filtaciones\\_pakistan\\_pea.shtml](http://www.bbc.co.uk/mundo/internacional/2010/07/100726_eeuu_filtaciones_pakistan_pea.shtml)
- IGNATIEFF, MICHAEL. *Guerra virtual: más allá de Kosovo*, Paidós, Barcelona 2000.
- INTERNATIONAL CRISIS GROUP. «Taliban Propaganda: Winning The War Of Words?», *ICG Asia Report*, N°158, 2008. [http://www.crisis-group.org/~media/Files/asia/south-asia/afghanistan/158\\_taliban\\_propaganda\\_winning\\_the\\_war\\_of\\_words.ashx](http://www.crisis-group.org/~media/Files/asia/south-asia/afghanistan/158_taliban_propaganda_winning_the_war_of_words.ashx)
- JOHNSON, SCOTT. «We're Losing the Infowar», *Newsweek*, Jan. 15, 2007. <http://www.newsweek.com/id/56592>
- JORDÁN, JAVIER. y DE CUETO, CARLOS. *La Gestión de la Seguridad en el Nuevo Entorno Estratégico*, Comares, Granada, 2005.
- KIMMAGE, DANIEL & RIDOLFO, KATHLEEN. *Iraqi Insurgent Media: The War of Images and Ideas*. Washington D.C: RFE/RL Inc, 2007.
- MANNES, AARON. «Hezbollah Spies via Facebook», *Counterterrorism-Blog.com*, July 22, 2010. [http://counterterrorismblog.org/2010/07/cybersecurity\\_and\\_human\\_error.php](http://counterterrorismblog.org/2010/07/cybersecurity_and_human_error.php)
- NORRIS, PIPPA; MONTAGUE, KERN & JUST, MARION (Eds.) *Framing Terrorism. The News Media, the Government, and the Public*. New York, Routledge, New York, 2003.
- NYE, JOSEPH S. «Cyber Power», *Belfer Center for Science and International Affairs*, May 2010. [http://belfercenter.ksg.harvard.edu/publication/20162/cyber\\_power.html](http://belfercenter.ksg.harvard.edu/publication/20162/cyber_power.html)
- NYE, JOSEPH S. *La paradoja del poder norteamericano*, Taurus, Madrid, 2003
- LIVINGSTON, STEVEN & BENNETT, W. LANCE. «Gatekeeping, Indexing, and Live-Event News: Is Technology Altering the Construction of News?», *Political Communication*, Vol. 20 Issue 4, October 2003, pp. 363–380.
- PAYNE, KENNETH. «The Media as an Instrument of War», *Parameters*, Spring 2005.

- REDACCIÓN. «EE.UU. tardará «semanas» en analizar documentos de Wikileaks», *BBC Mundo*, 27/07/2010.
- RICKS, THOMAS E. *Fiasco. The American Military Adventure in Iraq*, The Penguin Press, New York, 2006, pp. 306.
- RID, THOMAS & HECKER, MARC. *War 2.0. Irregular Warfare in the Information Age*, Praeger, Westport, 2009.
- RID, THOMAS. «War 2.0». *Policy Review* (Web Special). February 2007. <http://www.hoover.org/publications/policyreview/5956806.html>
- RID, THOMAS. *War and Media Operations. The US military and the press from Vietnam to Iraq*, Routledge, New York, 2007.
- ROBINSON, PIERS. «The CNN effect: can the news media drive foreign policy?», *Review of International Studies*, N° 25, 1999, pp. 301-309.
- RODRÍGUEZ, PEDRO. «Una filtración masiva desvela la guerra sucia de Estados Unidos en Afganistán», *ABC*, 26/07/2010. <http://www.abc.es/20100726/internacional/wikileaks-afganistan-201007260122.html>
- SARTORI, GIOVANNI. *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid, Taurus, 1998.
- SEIB, P. *Beyond the Front Lines: How the News Media Cover a World Shaped by War*, Palgrave Macmillan, New York, 2004.
- SHACHTMAN, NOAH. «Marines Ban Twitter, MySpace, Facebook», *Danger Room*, August 3, 2009. <http://www.wired.com/dangerroom/2009/08/marines-ban-twitter-myspace-facebook/>
- SINGER, PETER W. «Why Hollywood Security Is Better Than The Pentagon's», *CNN.Com*, December 29, 2009. [http://www.brookings.edu/opinions/2009/1221\\_encryption\\_singer.aspx](http://www.brookings.edu/opinions/2009/1221_encryption_singer.aspx)
- SINGER, PETER W. *Wired for War. The robotics revolution and conflict in the 21st century*, The Penguin Press, New York, 2009.
- TAYLOR, PHILIP M. *Munitions of the Mind. A history of propaganda from the ancient world to the present era*, Manchester University Press, Manchester, 2003.
- THUSSU, DAYA KISHAN (Ed.) *War and the Media: Reporting Conflict 24/7*, Sage Publications, London, 2003.

- TORRES SORIANO, MANUEL R. «Evaluación del impacto de la propaganda de Al Qaeda sobre la opinión pública musulmana», *Inteligencia y Seguridad. Revista de Análisis y Prospectiva*, N° 7, pp. 165-196.
- TORRES SORIANO, MANUEL R. «Terrorism and the Mass Media after Al Qaeda: A change of Course?», *Athena Intelligence Journal*, Vol. 3 N°2, abril-junio de 2008, pp. 1-19.
- TORRES SORIANO, MANUEL R. *El eco del terror. Ideología y propaganda en el terrorismo yihadista*, Plaza & Valdés, Madrid, 2009.
- TORRES SORIANO, MANUEL R. y GARCIA MARÍN, JAVIER. «Conflictos bélicos y gestión de la información: una revisión tras la guerra en Irak y Afganistán», *Confines de Relaciones Internacionales y Ciencia Política*, 5/10 agosto-diciembre 2010, pp. 11-23.
- WIEVIORKA, MICHAEL. *The making of Terrorism*, The University of Chicago Press, Chicago, 2004.
- WILLIAM M. DARLEY. «War Policy, Public Support, and the Media», *Parameters*, Summer 2005, pp. 121-134.
- WOLSFELD, GADI. *Media and political conflict. News from the Middle East*, Cambridge University Press, Cambridge, 1997.