



Documento de Trabajo 01/2020

Implicaciones del ámbito cognitivo en las Operaciones Militares

The cognitive environment: implications for Military Operations

Trabajo incluido en el Plan Anual de Investigación del Centro Superior de Estudios de la Defensa Nacional (CESEDEN) para el año 2020, como Grupo de Trabajo de Corta Duración nº 2, asignado al Centro Conjunto de Desarrollo de Conceptos (CCDC)

*

*Organismo solicitante del estudio:
Centro Superior de Estudios de la Defensa Nacional (CESEDEN)*

Implicaciones del ámbito cognitivo en las Operaciones Militares

The cognitive environment: implications for Military Operations



Maquetado en junio de 2020 por el Instituto Español de Estudios Estratégicos (IEEE)

**Centro Superior de Estudios de la Defensa Nacional
(CESEDEN)**

Nota: Las ideas y opiniones contenidas en este documento son de responsabilidad de los autores, sin que reflejen, necesariamente, el pensamiento del Ministerio de Defensa, del CESEDEN o del IEEE.

Índice

Introducción	
Introducción	9
Conflicto, información e influencia	9
Capítulo primero	
Aspectos psicológicos en el ámbito cognitivo de las operaciones militares	
<i>Psychological aspects in the cognitive environment of military operations</i>	
Introducción	21
Procesos cognitivos	22
<i>Percepción</i>	22
<i>Atención</i>	23
<i>Emoción</i>	24
<i>Motivación</i>	25
<i>Toma de decisión</i>	26
El problema de la medida	27
La amenaza	30
<i>Propaganda y adoctrinamiento</i>	30
<i>Desinformación</i>	31
La respuesta	34
<i>Función Conjunta de Inteligencia</i>	35
<i>Operaciones de Información (IO)</i>	36
<i>Razonamiento lógico y pensamiento crítico</i>	37
<i>Cambio de actitud y persuasión</i>	40
<i>Incremento de la resiliencia</i>	44
Conclusiones y propuestas	44
Capítulo segundo	
El conflicto en el ámbito cognitivo desde la óptica del Derecho y de la Ley	
<i>The conflict in the cognitive environment from the rule of law point of view</i>	
Introducción	51

La desinformación desde el punto de vista de la legalidad internacional	52
La regulación jurídica de la desinformación en la red	57
La aproximación a la cuestión en los Estados Unidos	57
La perspectiva de la Unión Europea	58
El caso de Alemania y Francia	60
Información falsa y regulación constitucional en España	61
La libertad de expresión y el derecho a la información como libertades públicas	63
La diferenciación entre libertad de expresión y derecho a la información	64
El requerimiento constitucional de la información veraz	65
La protección general de los derechos contenidos en el artículo 20 de la constitución	67
Las garantías específicas de los derechos a la información	68
La posibilidad de regular la desinformación por ley en España	69
La desinformación como vector potenciador de los diversos tipos de crisis de seguridad nacional: la desinformación y el covid-19	71
Conclusiones	73
 Capítulo tercero	
Medios de comunicación	
<i>The Media</i>	
Introducción	83
<i>Las plataformas digitales y la desinformación</i>	85
Arquitectura de la desinformación digital	85
<i>Estado de la Desinformación, 2020</i>	91
<i>Puntos cardinales de una campaña de desinformación</i>	91
<i>La tormenta perfecta II: Coronavirus</i>	93
Retos de la comunicación pública en Defensa	97
<i>Un protocolo de crisis: Atención, Información, Inoculación</i>	98
<i>Un experimento de alfabetización mediática: Inoculación</i>	100
<i>Comunicación estratégica para la defensa cognitiva</i>	101
Conclusión	104

Capítulo cuarto

Los aspectos militares

The military aspects

Introducción	III
El campo cognitivo y sus desarrollos actuales	112
<i>Ámbitos, dominios y polémicas asociadas</i>	112
<i>Aproximación al ámbito cognitivo: La perspectiva española</i>	114
Un espacio de las operaciones con cinco ámbitos, que no dominios	114
Actividades y capacidades militares asociadas al ámbito cognitivo	115
<i>Aspectos cognitivos desde la perspectiva OTAN</i>	116
<i>Aspectos cognitivos en otros aliados: Estados Unidos</i>	119
<i>Operaciones Psicológicas: un clásico en los niveles operacional y táctico</i>	120
<i>Otros conceptos asociados: Operaciones Basadas en Efectos</i>	122
La dimensión cognitiva en España: fortalezas, debates y propuestas	125
<i>Espacio de las operaciones: en términos de acciones y efectos</i>	126
Comparativa	126
Discusión y propuestas	127
<i>Ámbitos: «lo cognitivo» es diferente, la información no lo es</i>	128
<i>Comparativa</i>	128
Discusión y propuestas	129
<i>Capacidades asociadas: un criterio restrictivo</i>	131
Comparativa	131
Discusión y propuestas	132
Conclusión	133
Conclusiones	
Conclusiones	139
Bibliografía	147
Composición del grupo de trabajo	151

Introducción

Introducción

José Luis Calvo Albero

Conflicto, información e influencia

La gran mayoría de los conflictos armados son simplemente la manifestación extrema de una tendencia ancestral en el ser humano: la de influir a otros para que actúen de la manera que se les dicta. La influencia se realiza a veces por motivos altruistas, pensando que aquello que se le obliga a hacer al prójimo es lo mejor para él. Otras veces tiene un carácter ético y legalista, y se intenta influir a otros para que hagan lo que se considera que es correcto. En la mayor parte de las ocasiones, sin embargo, la influencia que ejercemos tiene una motivación esencialmente egoísta. Tratamos de influir sobre la conducta de nuestros semejantes para que actúen en nuestro propio beneficio.

La violencia es el instrumento extremo con el que podemos ejercer influencia. La amenaza de muerte, de daño físico o de destrucción de bienes es sin duda un argumento tan poderoso como brutal para obligar a otros a realizar nuestra voluntad. Traslada del nivel del individuo al de las sociedades humanas, la violencia se convierte en conflicto armado. Con él se trata de obligar a los líderes de una sociedad considerada como enemiga a tomar decisiones favorables a los intereses propios bajo la presión de acciones violentas.

Pese a su aparente y brutal eficacia a la hora de ejercer influencia, la guerra siempre ha sido considerada como un fenómeno muy arriesgado y de consecuencias potencialmente desastrosas. Desde que hay registros históricos puede comprobarse como muchas sociedades han intentado acotar esa potencialidad para el desastre, sometiendo el enfrentamiento bélico a reglas, rituales y limitaciones diversas. Una medida limitadora tradicional ha sido tratar de complementar el uso de la violencia con otras formas de influencia, menos devastadoras pero igualmente eficaces. El uso de la fuerza para conseguir el grado de influencia deseado nunca ha excluido el uso paralelo de la persuasión, el engaño o la desmoralización.

A caballo entre los siglos IV y III a.d. C., Kautilya, consejero político y probablemente primer ministro del rey indio Chandragupta, ya mencionaba en su libro de buen gobierno, el *Artashastra*, la conveniencia de no comenzar una guerra confiando exclusivamente en la fuerza bruta. Kautilya aconsejaba una serie de medidas menos dramáticas que sembrasen el desasosiego en la sociedad enemiga, desacreditasen a sus gobernantes y convenciesen a cada súbdito de que la invasión de un ejército extranjero no constituía una afrenta, sino una esperanza para terminar con una situación injusta e insoportable. La necesidad del uso de la fuerza se convertía así en mínima, y el potencial para un conflicto sangriento y costoso se limitaba considerablemente.

La manera en la que Kautilya planeaba utilizar esos instrumentos de influencia diferentes a la violencia era bastante similar a la que podríamos emplear hoy. Se preveía el uso de saboteadores, propagadores de rumores, agitadores, asesinos y enviados capaces de sobornar y corromper a los funcionarios enemigos. Todos ellos actuarían esencialmente sobre las percepciones de la población adversaria, sembrando la duda, el miedo, el desconcierto, la desconfianza hacia sus gobernantes y la convicción de que toda resistencia ante una invasión sería no solo inútil, sino contraproducente. Las herramientas disponibles en aquella época para lograr esa alteración en las percepciones del adversario eran muy limitadas. Nada que ver con los torrentes de información que inundan hoy en día la vida de cualquier ciudadano. No obstante, el rumor que se hacía correr de boca en boca se podía mostrar entonces tan eficaz como la noticia manipulada que hoy se extiende a velocidad de vértigo por las redes sociales.

En las últimas décadas la revolución digital no solo ha permitido transferir de manera instantánea enormes volúmenes de información, sino que ha convertido a gran parte de los habitantes del planeta en terminales de una red universal de datos en la que actúan a la vez como emisores y receptores. Esto ha incrementado dramáticamente la importancia de la información en todos los aspectos de la vida humana, y ha aumentado la capacidad para ejercer influencia sobre otros, incluyendo la influencia agresiva que se utiliza en los conflictos armados.

Inevitablemente, las nuevas posibilidades en el intercambio de información obligaron a los ejércitos a reflexionar sobre las consecuencias del fenómeno en sus operaciones. Ya antes de la revolución digital, los sucesivos avances en la transmisión masiva de información pública habían tenido consecuencias muy importantes en los conflictos armados. La prensa se había convertido en un instrumento estratégico de primer orden desde las Guerras Napoleónicas, la radio contribuyó decisivamente tanto a proporcionar moral como a desmoralizar a la población durante la II Guerra Mundial, y se identificó a la televisión como una de las causas de que la población norteamericana terminase rechazando la intervención de sus tropas en Vietnam.

El problema al que siempre se enfrentaron los líderes militares a la hora de integrar la información pública en sus operaciones es que se trata de un instrumento esencialmente político, además de frecuentemente privado, y por tanto fuera de su esfera de control.

En regímenes dictatoriales la integración entre lo militar y lo político es con frecuencia más sencilla que en las democracias occidentales, reacias a un uso estratégico y militarizado de la información pública que implicaría una manipulación y censura extremas, probablemente incompatibles con el derecho básico a la libertad de expresión e información. A esa diferencia en el enfoque se debió el mayor desarrollo que experimentó la propaganda como arma de guerra en la Unión Soviética primero, y en la Alemania nazi después.

No obstante, las democracias tampoco están totalmente indefensas ante la propaganda totalitaria. La propia renuncia a la manipulación extrema de la información pública les permite ganar considerable ventaja en la batalla por la credibilidad, algo que los ejemplos históricos confirman. Cuando los ciudadanos soviéticos o del Tercer Reich querían conocer lo que estaba ocurriendo realmente en el mundo, se conectaban clandestinamente a emisoras de radio británicas o norteamericanas.

La evidencia de que la revolución en la gestión y acceso a la información tenía el potencial para revolucionar también las operaciones militares se materializó ya en los años 80 del pasado siglo. La famosa referencia del mariscal soviético Ogarkov a una «revolución en los asuntos militares» en ciernes, fue el primer aviso para el espectáculo de operaciones militares quirúrgicas en tiempo real que pudieron seguir las audiencias mundiales durante la Guerra del Golfo de 1991.

Con el aumento del volumen y la inmediatez de los flujos de información llegaron también nuevas posibilidades a la hora de manipular, desinformar, persuadir y en definitiva influir en las audiencias, algo que tenía indudable valor militar. Durante los conflictos de los años 90 la emisión de unas imágenes u otras podía variar dramáticamente la percepción que la opinión pública tenía de un conflicto. La omnipresencia de reporteros en conflictos armados comenzó además a provocar el fenómeno de la inmediatez en la recepción de la información. Aparte de la notable impresión que causaba en el ciudadano asistir a acontecimientos bélicos prácticamente en directo, podía también ocurrir que accediese a información sobre incidentes particulares antes de que las propias cadenas de mando militares tuvieran noticia de ellos.

La nueva situación obligó a habilitar nuevos instrumentos de gestión de la información en conflictos armados, y se comenzó a considerar que la influencia generada por la información podía llegar a ser de una importancia estratégica comparable a la que ejercían las operaciones militares convencionales. La idea de un doble nivel en la conducción del conflicto, el real sobre el terreno y el virtual en las redes de información, fue tomando forma. El problema es que ese nuevo nivel virtual de las operaciones aparecía como inalcanzable para los planificadores militares en muchos aspectos, debido en gran medida a su naturaleza esencialmente política.

En las dos últimas décadas se han producido una serie de fenómenos que han reforzado el carácter de la información como una herramienta estratégica que normalmente complementa, y en ocasiones puede llegar a sustituir, a las operaciones

militares tradicionales en una situación de crisis o conflicto. La generalización de internet y su acceso por prácticamente todos los ciudadanos completó la imagen del «mundo interconectado», que llegó a convertirse en «mundo permanentemente interconectado» con la aparición de los *smartphones*. La crisis económica que comenzó en 2008 ha creado una sensación de frustración, enojo y desencanto en amplias capas sociales, que constituye un perfecto caldo de cultivo para utilizar la desinformación como arma. Por último, la abrumadora superioridad militar de Estados Unidos ha llevado a quienes buscan desafiarla a hacerlo a través de estrategias y procedimientos no convencionales, entre los que la desinformación tiene un papel preferente por su rentable relación coste-eficacia.

En esta situación, en el seno de los ejércitos aparece el debate sobre cómo encuadrar la gestión defensiva y ofensiva de la información en ese nivel virtual de las operaciones. Una solución propuesta ya hace décadas fue considerarlo como un nuevo espacio con personalidad propia en el que pueden desarrollarse operaciones y alcanzarse objetivos. La compartimentación en «espacios» específicos ha sido un recurso tradicional tanto para poner cierto orden en el complejo mundo de las operaciones militares como para definir la organización de los ejércitos y crear ramas especializadas para operar en cada uno de los espacios definidos. A estos espacios se les ha denominado de diferentes formas: dimensiones, dominios, entornos o ámbitos; y con frecuencia se han establecido categorías entre ellos, de forma que por ejemplo un entorno puede incluir varios ámbitos, un dominio varias dimensiones, o viceversa. En cualquier caso, lo importante es que se identifiquen esos espacios específicos en los que se pueden desarrollar operaciones y alcanzar objetivos, y que requieren un considerable nivel de especialización de las fuerzas que operen en ellos.

Hasta la Primera Guerra Mundial solo existían dos espacios en los que se desarrollaba la guerra: la tierra firme y el mar, y para ambos existían tradicionalmente fuerzas militares especializadas. La Gran Guerra trajo consigo dos nuevos más: el aire, y la novedad de un espacio artificial y casi virtual: el espectro electromagnético. Habría que esperar a la Guerra Fría para asistir al nacimiento de un nuevo espacio de operaciones: el espacio exterior, que en algunos ejércitos se ha integrado con el aéreo. Por último, en los años 80 y 90 aparece un segundo espacio virtual, consecuencia de la generalización de redes digitales: el ciberespacio.

Más o menos por esa misma época comienza a debatirse sobre la existencia de un nuevo espacio específico relacionado con la gestión de la información. El problema es que se trata de un espacio inmenso en su extensión, y difícil de definir y de abarcar. Incluye la información pública, las actividades de desinformación que tradicionalmente se conocían como propaganda, la acción psicológica y el adoctrinamiento, la influencia sobre la toma de decisiones de los líderes políticos y militares, o cuestiones tan complejas como la influencia de factores culturales en la actitud de una comunidad ante la guerra.

La deconstrucción de ese inmenso espacio también mostraba diferentes categorías de elementos en él: las redes físicas que soportaban la información, la información propiamente dicha y los receptores de esa información, el público, cuyas pautas psicológicas y culturales debían ser bien conocidas para calibrar la influencia que determinada información podían ejercer sobre él. A este último ámbito se le denominó «dimensión», «dominio» o «ámbito cognitivo», y se convirtió en la parte más compleja y sensible del nuevo espacio informativo.

Al contrario que en los espacios previos (tierra, mar, aire, espacio, espectro electromagnético y ciberespacio) resultaba difícil establecer fuerzas especializadas para operar en el amplísimo ámbito de la información. Por añadidura, el problema de la naturaleza política de la mayoría de las acciones informativas seguía ahí, aunque se mitigó notablemente con la generalización del concepto de «Comunicaciones Estratégicas» (o STRATCOM, por su acrónimo en inglés), un instrumento político que puede dirigir la gestión de la información y conectar con instrumentos subordinados, entre ellos los órganos de información de los ejércitos.

Para gestionar ese inmenso espacio informativo se adoptaron diferentes soluciones doctrinales. Una de ellas, la que tomamos como punto de partida para este trabajo y posteriormente analizamos en profundidad, es considerar la información en operaciones como un amplio entorno, en el cual pueden encontrarse diferentes ámbitos. Uno de esos ámbitos sería el cognitivo y otro el ciberespacio. El primero atiende esencialmente a la gestión conceptual y estratégica de la información, que permita obtener el grado de influencia deseado en la audiencia objetivo. El segundo se centra más en la gestión procedimental tanto de los soportes físicos (hardware) como virtuales (software) por los que circula la información en las redes. Ambos ámbitos interaccionan constantemente con el resto de ámbitos físicos (tierra, mar y ámbito aeroespacial) que participan en la gestión de la información asociada a sus cometidos específicos.

Esta aproximación al problema es lógicamente tentativa, y es solo una de las varias posibles. Las grandes cuestiones sobre cómo se integra la capacidad de influencia, obtenida tanto a través de la información como la desinformación, en las operaciones militares convencionales siguen hoy abiertas. La razón de ser de este trabajo es, precisamente, aportar argumentos que ayuden a refinar el modelo de integración de la información y la percepción con el resto de los instrumentos de poder de los Estados, especialmente con el instrumento militar. Para ello analizaremos el denominado entorno cognitivo en sus diferentes aspectos, definiendo tanto sus posibilidades como sus limitaciones. Lo haremos de una manera clásica y cartesiana, realizando primero un ejercicio de análisis del problema en sus diferentes aspectos, para llegar posteriormente a una síntesis que pueda arrojar luz sobre las fortalezas y debilidades del modelo doctrinal elegido y permita identificar modelos alternativos.

El ámbito cognitivo se centra en la percepción humana y sus complejos matices, y en cómo aproximarse a ella de forma que se consiga la influencia deseada. Resulta

obvio que tal aproximación sería imposible sin recurrir a la psicología. En el primer capítulo de esta obra, Daniel Donoso, que une a su condición de psicólogo la de oficial de las Fuerzas Armadas, aborda el problema de la percepción, un tema clásico que nos introduce en terrenos casi filosóficos. Las diversas interpretaciones sobre cómo percibimos la realidad y cómo en ese proceso podemos auto engañarnos, o ser engañados por otros, es un tema recurrente de la filosofía clásica, que en los últimos siglos ha ido dando paso a una aproximación más científica de la mano de la psicología.

Lo que percibimos es en realidad una interpretación de lo que nos dicen nuestros sentidos, cocinada en el fogón de nuestras pautas culturales y sociales. Una combinación entre observación pura, razonamiento lógico y emoción que, por su propia naturaleza, resulta muy receptiva y vulnerable ante los intentos de influencia exterior. En este capítulo, el autor analiza los mecanismos que rigen la percepción, identifica por dónde puede actuar la influencia con mayor éxito y entra en el problemático y poco explorado terreno de la evaluación de la influencia. La pregunta a responder es, ¿cómo puede evaluarse el rendimiento de una acción de información o desinformación en términos de influencia? También menciona las contramedidas a utilizar frente a la influencia hostil, al tiempo que aparecen dos conceptos que se irán repitiendo a lo largo de los capítulos de la obra, la educación y la resiliencia, como armas más prometedoras contra la desinformación.

Si la Psicología es la base sobre la que se sostiene la acción en el ámbito cognitivo, el marco legal de referencia que pueda definir lo que es lícito y lo que no es, hoy por hoy, un gran vacío que intenta rellenarse con premura, obteniendo quizá por ello un éxito limitado. Las acciones de desinformación e influencia utilizan soportes y procedimientos nuevos sobre los que apenas se ha legislado. En el capítulo segundo, Vicente Moret, profesor de Derecho y Letrado de las Cortes, trata este tema en profundidad y muestra cómo el desarrollo normativo puede resultar decisivo en el desarrollo futuro de las acciones de desinformación e influencia, que hoy en día se aprovechan precisamente del vacío legal para actuar con gran agresividad.

El problema de legislar sobre la gestión de información es que algunos derechos básicos, situados en los cimientos de las democracias occidentales, pueden resultar afectados. Las libertades de expresión y opinión son derechos muy sensibles para el legislador, puesto que una regulación excesivamente estricta, orientada a neutralizar la desinformación, podría llegar a causar más daño del que se pretende evitar. Ante ese dilema, el autor muestra cómo diferentes Estados han aplicado diferentes enfoques, ya sea desde la máxima protección de los derechos constitucionales, como es el caso de los Estados Unidos, hasta otros modelos más controladores como los de Francia o Alemania.

En cualquier caso, aunque cabe esperar que un marco legal mejor definido pueda limitar considerablemente el uso interesado y agresivo de la desinformación, difícilmente supondrá una solución definitiva. El principal motivo es que, en el mundo digital, la influencia puede conseguirse por medios perfectamente legales. De nuevo,

la educación del ciudadano y la resiliencia de la sociedad ante la desinformación se perfilan como complementos necesarios del ordenamiento legal.

Los comunicadores profesionales son los que mejor conocen las posibilidades de la información para generar influencia, mucho antes incluso de la revolución digital. La llegada de Internet, las plataformas digitales y los *smartphones* ha aumentado exponencialmente las posibilidades de lo que ya antes existía: la capacidad para generar opinión y, por tanto, para influir en la ciudadanía.

Marta Peirano, escritora y periodista, ya ha denunciado en trabajos anteriores los peligros de unas redes que no solo nos saturan de información, sino que además extraen el rastro de datos personales que vamos dejando en ellas para generar una realidad virtual adaptada a nuestras preferencias y prejuicios. Una tela de araña que nos muestra una versión muy limitada y personalizada de la realidad que puede terminar convirtiéndose en el paraíso soñado del control de masas y, en definitiva, del totalitarismo. La autora realiza además un interesante ejercicio de análisis, actuando desde el punto de vista del comunicador profesional, situado al «otro lado de la colina» con respecto a Defensa. De este modo, apunta ideas para que la comunicación pública de las Fuerzas Armadas pueda ser más cercana al ciudadano, más atractiva y, en definitiva, más eficaz.

Precisamente a la actuación de las Fuerzas Armadas en el dominio cognitivo se dedica el siguiente capítulo, cuyo autor es Miguel Peco. Como se mencionó al comienzo de esta introducción, los intentos por ejercer influencia utilizando instrumentos diferentes a la fuerza es un recurso tradicional en las organizaciones militares. También se mencionó que la naturaleza política de muchas de las acciones que se realizan en el ámbito cognitivo ha supuesto un problema para que las fuerzas armadas puedan realizar por sí solas acciones relevantes en este ámbito. La dificultad para encajar acciones de naturaleza política en operaciones militares ha creado una auténtica jungla doctrinal, que se ha vuelto aún más espesa con la enorme importancia que la información y la desinformación han adquirido en las últimas décadas.

El autor se desenvuelve con soltura en esa jungla, definiendo modelos e identificando contradicciones entre ellos, lógicas por otra parte en un tema que está todavía en proceso de desarrollo. El capítulo sirve para mostrar que no existe una solución doctrinal única para encuadrar el concepto de ámbito cognitivo, y que la coherencia entre las principales referencias doctrinales que manejan las fuerzas armadas españolas (nacional, OTAN y Unión Europea) debe mantenerse tan íntegra como sea posible. Además, el autor se sumerge en la compleja estructura de instrumentos con los que los ejércitos han tratado de actuar sobre el entorno cognitivo, desde las operaciones de información a la cooperación cívico-militar, pasando por las operaciones psicológicas. Unos instrumentos siempre limitados, y casi siempre sujetos a indefiniciones y dudas sobre su encaje en el conjunto de las operaciones militares.

Durante la redacción de los diferentes capítulos de esta obra sobrevino la crisis provocada por la pandemia de COVID-19. Esto provocó un escenario muy propicio al

uso de la desinformación, a veces como instrumento político, a veces como una simple manifestación nihilista. Con sociedades sujetas a confinamiento, gobiernos tratando de gestionar la incertidumbre de lo desconocido y ciudadanos atemorizados por la posibilidad de contagio, las posibilidades de la desinformación se multiplican. La sensación de fin de época que la pandemia está provocando y el temor al mundo que surgirá tras ella constituyen también un terreno abonado para bulos, noticias falsas y manipulaciones diversas. La oportunidad de observar los efectos de la desinformación en un escenario ideal para su uso nos ha llevado a intentar reflejar en los diferentes capítulos algo de esa experiencia, aunque todavía no se disponga de datos contrastados, y sea quizás pronto para obtener lecciones realmente documentadas.

En definitiva, esta obra pretende ser un ejercicio de reflexión y análisis sobre un tema de la máxima actualidad para nuestra sociedad y para sus fuerzas armadas. El uso de la información como arma no es nuevo, en absoluto, pero en las últimas décadas ha alcanzado dimensiones preocupantes. Nuestra seguridad y nuestras libertades se enfrentan a una nueva amenaza, menos letal pero mucho más insidiosa que los conflictos tradicionales. Una amenaza con frecuencia anónima que juega con nuestros miedos, nuestras obsesiones y nuestros prejuicios para hacernos más vulnerables, más inseguros y, en último extremo, más fácilmente manipulables.

Capítulo primero

Aspectos psicológicos en el ámbito cognitivo de las operaciones militares

Daniel Donoso Rodríguez

Resumen

Los aspectos psicológicos implicados en el ámbito cognitivo de las operaciones, junto con otros como la información y la tecnología, resultan de suma importancia ya que dicho ámbito afecta a las percepciones, actitudes, emociones, motivaciones y comportamiento de las personas, consideradas tanto en grupo como individualmente. Estos procesos cognitivos, determinantes en la toma de decisiones, forman parte del objeto de estudio de la ciencia psicológica.

Existen ya capacidades para responder a la amenaza, pero ante la gravedad de sus potenciales efectos, resulta fundamental aunar las existentes con otras que se estime necesario desarrollar, en un enfoque conjunto y coordinado que optimice los recursos disponibles, englobando recursos humanos, preparación, materiales, instalaciones, mando y estructura. Resulta necesario potenciar la investigación, desarrollo e innovación, así como una evaluación continuada de la eficacia de las medidas adoptadas, preventivas, activas y reactivas.

Palabras clave

Ámbito cognitivo, psicología, preparación psicológica, influencia.

Psychological aspects in the cognitive environment of military operations

Abstract

The psychological aspects involved in the cognitive field of operations, along with others such as information and technology, are of utmost importance since this field affects people's perceptions, attitudes, emotions, motivations and behavior, considered both as a group and as individually. These cognitive processes, determining in decision-making, are part of the object of study of psychological science.

There are already capabilities to respond to the threat, but given the seriousness of its potential effects, it is essential to combine the existing ones with others that it is considered as necessary to develop, in a joint and coordinated approach that optimizes the available resources, including human resources, preparation, materials, facilities, command and structure. It is necessary to promote research, development and innovation, as well as a continuous evaluation of the effectiveness of the preventive, active and reactive measures adopted.

Key words

Cognitive environment, psychology, psychological preparation, influence.

Introducción

Según Watzlawick y su teoría de la comunicación humana, resulta imposible no comunicar. Esta comunicación procede de la interacción. Incluso animales que pasan toda su vida en profundas cavernas, se relacionan con otros seres vivos y con elementos del entorno, como la luz, el sonido o la presión.

Por supuesto, el ser humano, animal inteligente y social por excelencia, interactúa con su entorno de un modo complejo, extenso y necesario, desde el nivel fisiológico, el emocional o el racional.

Por influencia entendemos la capacidad de una persona o grupo de condicionar el comportamiento de otros. Obviamente, las personas somos más influenciables en determinados momentos de la vida y por determinadas personas o grupos. Por ejemplo, durante la infancia y por las figuras de referencia que nos educan (padres, maestros), o durante la adolescencia por el grupo de iguales o amigos. Existen diferencias individuales, tanto en la capacidad de influir como en la de ser influido, y su presencia y actuación pueden ocurrir de modo inconsciente.

La influencia nos acompaña a lo largo de nuestra historia como especie. La aparición de la escritura supone un hito relevante al conseguir trascender al individuo y las fronteras de lo local. Sin embargo, son los medios de comunicación social, primero la prensa escrita (invención de la imprenta en el s. XV), después la radio y la televisión (s. XX), las herramientas que implican un cambio exponencial en la capacidad de influencia del ser humano. Asistimos a la más reciente revolución de la capacidad de influencia, que se sustenta en la era digital y los datos, con una increíble velocidad de desarrollo y expansión. Por tanto, la influencia es algo consustancial al ser humano, consecuencia de la interacción. La diferencia reside en la extensión y eficacia en la sociedad actual y futura, en la que cualquier persona dispone de medios y capacidad para influir sobre el resto, en cualquier momento y con un alcance y consecuencias insospechadas.

En el entorno militar la influencia se materializa principalmente en los ámbitos transversales definidos por la doctrina¹, es decir, en el ciberespacio o ámbito de la información y las telecomunicaciones; y en el ámbito cognitivo, tanto individual como de grupo. Este último afecta a las voluntades, percepciones, actitudes, valores y motivaciones, pensamientos, toma de decisiones y conductas del ser humano. Como se puede apreciar se relaciona con una serie de procesos cognitivos que pasaremos a desarrollar.

1 PDC-01 (A), «Doctrina de Empleo de las Fuerzas Armadas», Ministerio de Defensa, 2018.

Procesos cognitivos

La literatura clásica diferencia entre procesos cognitivos básicos y superiores. Entre los primeros se encuentran la sensación, la percepción, la atención y la memoria. Entre los segundos el pensamiento y el lenguaje. Ambos tipos contribuyen al conocimiento e interacción con el entorno. Estos procesos cognitivos se complementan y matizan por otros procesos, como por ejemplo la emoción y la motivación y, a su vez, determinan actitudes y valores, la toma de decisión y, por último, la conducta de la persona. Analizaremos algunos de los procesos más relevantes con consecuencias directas sobre el ámbito cognitivo de las operaciones.

Percepción

La percepción se basa en la sensación, definida ésta última como la captación fisiológica por parte de los sentidos de estímulos físicos tales como la longitud de onda o la frecuencia, y su transformación en impulso nervioso. La percepción es el proceso cognitivo² para la formación de juicios, que consiste en reconocer, interpretar y dar significado. Por tanto, posee un componente físico y otro cultural, en función de las experiencias y aprendizajes previos del sujeto. De ahí que la misma sensación pueda ser interpretada de modo diferente según el observador (contexto físico, cultural o ideológico).

Entre la ingente cantidad de información percibida en cada momento, el sistema filtra aquello relevante de lo que no lo es. Para ello utiliza una estructura de categorías preestablecidas con las que se compara, integrando las nuevas percepciones. De un modo figurado, sería como una estantería que se va completando, por lo cual, si no existe una balda en la misma para determinada información, ésta no se almacenará o lo hará con dificultad, tanto de modo consciente como inconsciente (percepción subliminal).

Desde un enfoque evolutivo, existen características de lo percibido consideradas malas o peligrosas, durante milenios asociadas a enfermedad y muerte, como por ejemplo, los colores vivos en animales, el olor a quemado o el sabor a podrido. Otras características más recientes, son fruto de la cultura y matizan igualmente nuestra percepción e interpretación, como por ejemplo, una mirada fija entre personas o un objeto con significación cultural (velo o sandalia).

.....

2 ALLPORT, Floyd, «El problema de la percepción», Nueva Visión, Buenos Aires, 1974.

La escuela Gestalt enumera una serie de leyes perceptivas: ley de cierre (tendencia a unir partes separadas para constituir una figura completa), ley de proximidad (a agrupar objetos próximos), ley de similitud (agrupar objetos parecidos), ley de continuidad (percibir como totalidad figuras discontinuas), o ley de fondo-figura (distinguir formas sobre un fondo en base a patrones conocidos).

La llamada percepción social consiste en la interpretación de la realidad social, sobre la que influye la cultura, la educación, la ideología, las creencias, los prejuicios y nuestra propia identidad social.

Los procesos perceptivos, tanto individuales como de grupo, han de considerarse en el análisis del ámbito cognitivo de las operaciones.

Atención

Dada la enorme cantidad de información disponible y asumiendo las limitaciones de procesamiento del sistema, parece razonable que exista un proceso cognitivo que decida cuál es la relevante, mediante un control intencionado. En muchas ocasiones, este control dirige la atención y también la percepción, de forma que cuando esperamos percibir algo, nos preparamos para observar determinadas características (y no otras) que gracias a nuestro conocimiento y experiencia previa hemos señalado como relevantes³. Sin embargo, en otras ocasiones, nuestra atención se guiará de un modo automático a otros estímulos inesperados y urgentes, como por ejemplo el claxon de un coche.

A veces ampliamos la percepción del estímulo fijando nuestra atención sobre él (somos más conscientes), por ejemplo, un niño cuya madre le pregunta frecuentemente sobre su dolor de barriga, notará dicha molestia con mayor intensidad y frecuencia y, por tanto, la experiencia subjetiva de dolor será mayor.

Por otro lado la limitación del sistema en cuanto al procesamiento es susceptible de entrenamiento y mejora con la práctica (automatización), aunque seguramente con límites. Además parece ser que la limitación del sistema está más en el recuerdo de lo percibido que en el filtro inicial. Igualmente, existe una relación intrínseca entre atención y memoria, ya que recordamos mejor aquello a lo hemos atendido.

Distinguimos entre el procesamiento tipo A⁴ o de alta capacidad (inconsciente,

3 STYLES, Elizabeth, «Psicología de la atención», Ed. Universitaria Ramón Areces, Madrid, 2010.

4 JOHNSTON, W. A. y DARK, V J., «Selective attention», *Annual Review of Psychology*, 37: 43-75, 1986.

automático, pasivo y preatencional) y el tipo B o de baja capacidad (consciente, atencional y activo), asociados con los procesos de toma de decisión, heurísticos y metacognitivos, respectivamente. En relación con la atención y percepción visual, el procesamiento automático funciona siempre y cuando la carga estimular (complejidad y exigencia de recursos) sea pequeña. Es decir, almacenamos información simple y periférica de modo inconsciente.

El entendimiento de los principios que rigen el proceso de la atención resulta fundamental para guiar la percepción, mejorar la memoria e influir en la conducta.

Emoción

Se trata de un proceso psicológico básico que tiene un componente fisiológico, otro cognitivo y otro conductual. Es decir, ante un estímulo dado, un sujeto manifiesta una serie de reacciones físicas o activación fisiológica que pueden provocar, por ejemplo, una reacción de huida (amígdala), aunque no siempre se reacciona inmediata y fisiológicamente al estímulo. Posteriormente interviene un juicio racional o cognitivo (corteza prefrontal), dentro de un proceso evaluador. Dicha distinción se encuentra en la base de la diferencia entre emociones primarias, y secundarias o sociales⁵. Ambos procesos, la activación fisiológica o arousal y la evaluación cognitiva de la emoción, están íntimamente unidos. Por tanto, nuestra conducta se basa tanto en factores cognitivos, como emocionales y sociales.

Podemos identificar las emociones básicas, aquellas que disponen de un sustrato neuronal y una manifestación facial específica, que son universales y fruto de la evolución y que, según Ekman⁶, son siete: ira, alegría, asco, tristeza, sorpresa, miedo y desprecio. Igualmente podemos diferenciar entre emociones positivas, como la alegría y el amor, y negativas, como el miedo o la ira.

Toda emoción posee una función adaptativa, es decir, nos prepara fisiológicamente para la acción, o bien propicia nuestro acercamiento o alejamiento a un estímulo dado. Por ejemplo, el asco produce rechazo, la sorpresa exploración, o el miedo protección⁷. Como puede deducirse, las emociones a este nivel no serían exclusivamente humanas. De hecho, podemos postular una evolución y desarrollo filogenético desde el cerebro reptiliano (instinto y supervivencia), pasando por el límbico (emociones)

5 DAMASIO, Antonio, «Descartes' error: Emotion, rationality and the human brain», Putnam (Grosset Books), New York, 1994.

6 EKMAN, Paul, «Basic emotions», En: T. Dalglish & M. Power (Eds.), Handbook of cognition and emotion. Sussex, John Wiley & Sons, Ltd., Inglaterra, 1999.

7 PLUTCHIK, Robert, «A Psychoevolutionary Synthesis», Harper & Row, Nueva York, 1980.

hasta el neocórtex (pensamiento lógico), según el cual el ser humano mantendría las estructuras fisiológicas y funcionales previas en la evolución⁸. Esta es la razón por la que mantenemos los instintos y por la que las emociones condicionan e influyen nuestra lógica y razonamiento. El propio proceso de civilización supone una autorregulación emocional en donde la cultura, mediante la educación y las normas (socialización), asegura la supervivencia y continuidad de una sociedad (influencia) en las siguientes generaciones.

Las emociones poseen igualmente una función social, ya que su percepción nos permite conocer y anticipar el comportamiento de los demás. Por último cabe señalar una función motivacional de las emociones, en sus características de dirección e intensidad. De manera similar a lo que acontece en relación con los recuerdos, recordamos mejor aquellas experiencias con un componente emocional.

Por tanto, la emoción se encuentra en el fondo del proceso de toma de decisión, junto con los factores racionales.

Motivación

Del latín movimiento, ofrece una explicación al porqué las personas se comportan de un modo determinado, con variables tanto biológicas como aprendidas, que actúan sobre la activación, la dirección, la intensidad y el mantenimiento del comportamiento para conseguir un fin determinado⁹.

Desde el conductismo la motivación se entiende como la consecución de recompensas y la evitación de castigos, siguiendo unas reglas. La perspectiva humanista, cuyo principal representante es Maslow, establece una jerarquía de necesidades (fisiológicas, de seguridad, de pertenencia, de estima y de autorrealización). También dentro de esta perspectiva encontramos a McClelland que señala 3 necesidades o motivaciones principales (de logro, de afiliación y de poder), que son reforzadas según las experiencias previas y su eficacia y, por tanto, la conducta futura viene predeterminada. Necesidad de logro: Personas que toman responsabilidad, asumiendo riesgos calculados, precisan retroalimentación y dan mucha importancia al éxito. Necesidad de afiliación: Personas interesadas en las relaciones interpersonales, persiguen la aceptación social y moderan las tensiones. Necesidad de poder: Personas que persiguen persuadir a otras, dedican mucho tiempo a obtener y ejercer autoridad, pudiendo aparecer como dominio-

8 McLEAN, Paul, «The triune brain in evolution: Role in paleocerebral functions», Springer Science & Business Media, USA, 1990.

9 NARANJO, M^a Luisa, «Motivación: perspectivas teóricas y algunas consideraciones de su importancia en el ámbito educativo», Revista Educación 33(2): 153-170, 2009.

sumisión y como líder.

En la actualidad el estudio de la motivación se enmarca dentro de las teorías cognitivas aportando conceptos como la atribución causal, la motivación interna de logro, la percepción de competencia y de autocontrol. Este enfoque subraya la importancia de las creencias e ideas acerca de uno mismo (autocontrol, autoconfianza) sobre la conducta que se manifiesta y, por tanto, sobre el resultado final.

Cada uno de los 3 modelos teóricos señalados (conductismo, humanismo y cognitivismo) aporta valiosas conclusiones en relación a la motivación humana, siendo complementarios entre sí, y precisando de un estudio y análisis más pormenorizado y especializado para obtener implicaciones en relación al estudio del ámbito cognitivo de las operaciones.

Toma de decisión

El proceso de toma de decisión consiste en una resolución de problemas, en el que participan los recuerdos de experiencias pasadas así como la evaluación de las posibles consecuencias futuras, considerando los refuerzos y castigos. Interviene el aspecto racional y el emocional, así como la percepción del riesgo o ganancia que realice la persona, lo cual determina que la toma de decisión no siempre sea estrictamente racional (cálculo de probabilidad de ocurrencia de ese evento). Por lo general, elegimos una pequeña ganancia segura (o con mayor probabilidad) antes que una gran ganancia posible («*más vale pájaro en mano*»). Contrariamente, preferimos una gran pérdida posible que una pequeña pérdida segura. La explicación procede de nuestra aversión a perder, de ahí que nos arriesguemos más en no perder que en ganar¹⁰. También existen diferencias individuales ya que hay personas con mayor aversión al riesgo que otras. En general conviene plantear las decisiones desde un punto de vista positivo de ganancia o bien de evitación de una pérdida, ya que favorecerá nuestra posible influencia sobre la toma de decisión.

De gran importancia resulta la atribución causal que hagamos de lo que acontece para determinar la toma de decisión futura. Si un estudiante que suspende un examen concluye que tal fracaso se debe a su falta de esfuerzo y dedicación al estudio, tendrá consecuencias sobre su conducta futura muy diferentes a si se atribuye a la mala suerte. Según Weiner se sigue la secuencia atribución-emoción-acción, de modo que si atribuyo la primera causa, sentiré la emoción de vergüenza o culpa, mientras que si

¹⁰ KAHNEMAN, Daniel y TVERSKY, Amos, «Teoría prospectiva: un análisis de la decisión bajo riesgo», *Infancia y aprendizaje*, 30: 95-124, 1987.

escojo la segunda atribución sentiré la emoción de sorpresa.

La atribución se refiere a qué causa identificamos en un acontecimiento. Para ello se establecen 3 dimensiones: lugar (causa interna o externa), tiempo (causa estable-permanente o inestable), y control (causa controlable o no)¹¹. En función de estas dimensiones las personas poseen diferentes estilos atributivos que inciden sobre sus estados motivacionales y abren posibilidades sobre cómo afectarlos o influir sobre ellos.

El problema de la medida

Evaluar se refiere al proceso por el cual se determina el valor de algo, es decir, se mide, estima o calcula alguna característica de un fenómeno. La complicación reside en las características de lo medido. En concreto y dentro del ámbito cognitivo, las

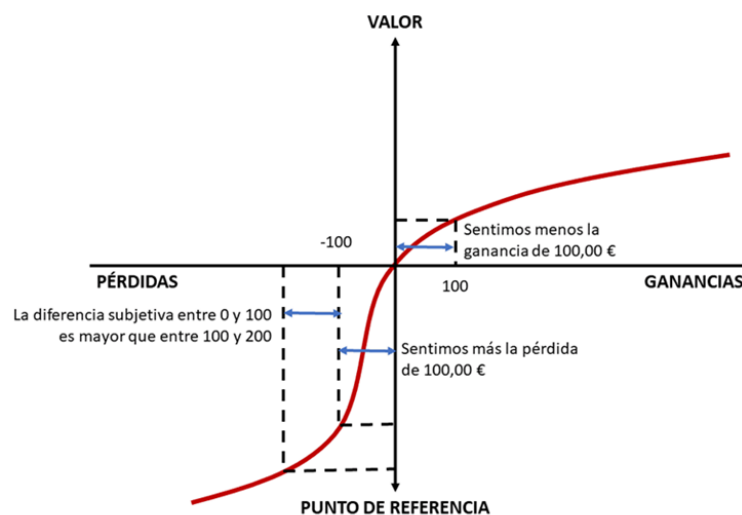


Fig. 1. Curva de prospectiva Kahneman

entidades a evaluar son intangibles, dificultando el proceso.

El procedimiento de medida debe contemplar las medidas de actuación (MoP) y las medidas de eficacia (MoE). Las primeras buscan establecer el grado de cumplimiento de determinadas acciones según el planeamiento, y las segundas valoran el cumplimiento de los efectos perseguidos.

Al hablar de medida en el ámbito cognitivo podemos centrarnos en dos tipos principales: la que se refiere a los procesos cognitivos objeto del mismo (percepción,

¹¹ WEINER, Bernard, «An attributional theory of motivation and emotion», Springer-Verlag, New York, 1986.

motivación, emoción, pensamiento, creencias y comportamiento de las personas), y la que se refiere a los efectos de las capacidades utilizadas en este ámbito, Operaciones de Información (Infoops) y Operaciones Psicológicas (Psyops).

Respecto al primer tipo (procesos cognitivos o evaluación psicológica) se trata de una disciplina multirasgo dentro de la ciencia psicológica que explora, analiza y mide distintos atributos, según unos criterios y categorías, usando herramientas (por ejemplo tests) con diferente finalidad, previa a cualquier intervención y toma de decisión.

El problema reside en que la mayor parte de los procesos cognitivos a medir no son directamente observables. Podemos registrar la conducta asociada así como los atributos de la conducta, preferiblemente dentro de un marco teórico explicativo. Por ejemplo, puedo medir el número de cigarrillos que consume una persona, e inferir indirectamente su grado de dependencia en este hábito.

La psicometría¹² fija las propiedades de los instrumentos de medida para que sus resultados sean fiables y validos, y comprende métodos, técnicas y teorías explicativas. Se basa en la estadística y en la teoría clásica de los tests, según la cual la puntuación obtenida por un instrumento se compone de la puntuación real más un error de medición. La fiabilidad indica la exactitud y consistencia del instrumento, es decir, si mide lo mismo en sucesivas mediciones. La validez indica que la medición mide realmente lo que dice medir, es decir, la interpretación de los datos.

Entre otras clasificaciones los instrumentos pueden ser objetivos o subjetivos. Los primeros usan tablas o criterios previamente establecidos para el conjunto de la población, no interfiriendo el criterio del evaluador. Según lo que se pretende evaluar, pueden referirse a atributos de personalidad, de inteligencia, de intereses o de valores, entre otros. En cuanto a la escala de medida es preferida la de puntuaciones típicas que utiliza la distribución de la población según una curva normal (media=0, y desviación típica=1), en la que la mayoría de los casos se agrupan en torno a la media. Lógicamente para su uso es preciso obtener la distribución normal de la población de referencia mediante estudios de investigación previa, lo cual no siempre es posible.

Existe disponibilidad en el mercado de multitud de herramientas o tests con fiabilidad y validez contrastada para la medición de los procesos cognitivos señalados. A modo de ejemplo no exhaustivo¹³, podemos encontrar instrumentos como: Cuestionario de Valores Interpersonales, Actitudes y Estrategias Cognitivas Sociales, Cuestionarios de personalidad, Inventario de Pensamiento Constructivo, Test de atención, Escala de

12 MUÑIZ, José, «Teoría clásica de los tests», Pirámide, Madrid, 1992.

13 Catálogo de TEA Ediciones. Disponible en: <http://www.teaediciones.com/Descargas/TEACatalogo2019/CATALOGO-TEA-EDICIONES-2019-ESCOLAR-Y-CLINICA.pdf>. Fecha de la consulta: 28.01.2020.

Bienestar Psicológico, Valoración del riesgo de violencia, Inventario de Intereses y Preferencias Profesionales, Test de Estrategias Cognitivo-Emocionales, Cuestionario de Comunicación Social, Test de Empatía Cognitiva y Afectiva, y un largo etcétera. Por supuesto muchas de las herramientas disponibles habrían de ser adaptadas a la situación y objetivos perseguidos en cada caso.

Este amplio catálogo de herramientas psicométricas objetivas y cuantitativas, se puede y debe complementar con otras técnicas e instrumentos de índole cualitativa.

Por otro lado, y en relación a la medición de las capacidades utilizadas existe una metodología consolidada para evaluar la efectividad de dichas acciones, especialmente acerca del cambio de comportamiento de las audiencias en acciones Psyops. El objetivo no reside en establecer una relación directa causa-efecto ya que existen múltiples influencias que operan junto con Psyops, sino más bien identificar tendencias. Es fundamental establecer una línea base de comportamiento sobre la que comparar los posibles cambios, así como la definición operativa de las conductas (observables, medibles y cuantificables). Por ejemplo, el activismo político de una población no es directamente observable, pero sí lo es el porcentaje de participación en unas elecciones. Sobre esta conducta, junto con otras relacionadas, se fijará el criterio y baremo utilizado, según su gravedad, frecuencia e intensidad. Dichos criterios pueden servir como indicadores o señales de alarma de determinadas tendencias. Entre las técnicas usadas encontramos encuestas, entrevistas, análisis de contenido, observación y grupos focalizados. Su elección dependerá del entorno, la misión, el tiempo disponible y la cualificación del personal.

La métrica en Psyops debe operativizarse al máximo, de modo que se identifiquen comportamientos observables, medibles y cuantificables. Por ello, desde el objetivo general, se han de definir programas y acciones de apoyo concretas¹⁴, con sus respectivos objetivos, incluyendo los relativos a conductas, conocimientos, creencias y emociones a conseguir.

El conocimiento y análisis del entorno operacional se centra, cada vez más, en los intereses y la narrativa de los principales actores implicados, basados en el perfilado de los mismos (sean individuos o grupos). En este sentido y para el análisis de los rasgos de ciertos líderes (percepción y necesidad de control e influencia, autoconfianza, complejidad conceptual, enfoque sobre resolución de problemas, grado de desconfianza, y sesgos grupales) mediante sus textos o discursos contamos con herramientas de análisis online automatizadas, como por ejemplo, Profiler Plus¹⁵.

14 SEESE, Gregory, LINERA, Rafael y McQUAGGE, Erinn, «Effects-based psychological operations measures of effectiveness: measuring change and impact», SMA White paper, Dept. Defence, USA, 2018.

15 CABAYAN, Hriar y WRIGHT, Nicholas, «A Multi-Disciplinary, Multi-Method Approach to Leader Assessment at a Distance: The Case of Bashar Al-Assad, Parts I & II», Strategic. Multilayer

Existen aproximaciones desde la antropología complementados con otras disciplinas, útiles para comprender la cultura, creencias, mitos, vulnerabilidades y organización de una sociedad, siendo la interacción con la población el procedimiento más completo y que ofrece mejor información¹⁶.

La amenaza

Propaganda y adoctrinamiento

El adoctrinamiento o lavado de cerebro es un término popular, actualmente en desuso, para referirse a la reforma del pensamiento o reeducación de un sujeto, normalmente asociado a técnicas coercitivas, que fue acuñado para describir a soldados norteamericanos que cambiaban de bando tras haber sido prisioneros en la guerra de Corea. Se basa en una situación de control absoluto, tanto físico como mental, de modo que la persona no tiene acceso a otra información. Se procura el aislamiento (corte de lazos afectivos habituales) y la privación, tanto sensorial como de necesidades básicas (sueño o alimentación). Utiliza variables emocionales (incluso el sexo) más que racionales, junto con un programa de premios y castigos, así como mensajes simples o eslóganes, acompañados de rituales y simbología propia. El lavado de cerebro comienza con una destrucción de las estructuras previas de la persona, sus creencias y valores, sus lazos sociales y familiares, sus hábitos y conductas. Una vez que se ha conseguido la «tabla rasa», habitualmente mediante maltrato y tortura, se puede comenzar a construir la nueva realidad. Suele producirse en entornos extremadamente controlados como las sectas u organizaciones terroristas.

Por su parte, entendemos por propaganda el conjunto de técnicas utilizadas, de modo sistemático, para expandir opiniones o ideas parciales o sesgadas entre la masa, con una intención propia, a menudo, política. Aunque en la actualidad posee una connotación negativa, no siempre fue así. De hecho cuando su finalidad es comercial se denomina publicidad. En ciertos momentos de la historia incluso hubo ministerios con esa denominación (régimen nazi), constituyendo la antesala de la guerra

Assessment Office, Office of the Secretary of Defense, Washington, DC, 2014. Disponible en: <https://profilerplus.org/>. Fecha de la consulta 18.01.2020.

16 DE CARLOS, Javier, «Herramientas para el análisis de conflictos», Revista Ejército, 922, febrero 2018.

psicológica, y con una gran extensión durante el periodo de la Guerra Fría. En USA se llegó a hablar de la «manufactura del consenso» refiriéndose a la capacidad de modelar la opinión pública en un sistema democrático, que podía hacer irrelevante el hecho de que, formalmente, mucha gente tuviera el derecho de votar. McDonald habla de 3 tipos de propaganda: la blanca, donde se identifica la fuente, la negra en la que la fuente es falsa, y la gris donde no está definida.

Según el filósofo Sampedro, la opinión pública no es el resultado del pensamiento reflexivo de las personas, sino del visceral. Y ello se debe a que no estamos educados para pensar (pensamiento crítico) y además a que el poder económico controla y dirige los medios de comunicación. Por tanto, la opinión pública es igual a la opinión mediática. En cierto modo, la preocupación por el ámbito cognitivo viene de la posibilidad de controlar y dirigir esa opinión pública.

La propaganda fue la antecesora de los procedimientos actuales de actuación sobre el ámbito cognitivo de las operaciones, aunque hoy en día no solo son los estados los agentes propagandísticos, algo favorecido por el crecimiento ilimitado en el acceso y difusión de la información y los avances tecnológicos y de la comunicación.

Desinformación

La primera y más antigua de todas las batallas es la inmaterial o de las percepciones. La amenaza no se restringe a tiempo de guerra ni a una zona de operaciones, extendiéndose a periodos de paz y en territorio nacional, actuando sobre la opinión pública, en el marco de los actuales conflictos híbridos.

La doctrina reconoce al ámbito cognitivo la facultad del adversario de afectar la capacidad de juicio y toma de decisiones, la voluntad, los valores, percepciones, actitudes y prejuicios de las personas.

Por tanto la amenaza sigue existiendo en nuestros días, incrementada por la expansión de las comunicaciones, la información y los recursos técnicos. Se produce una sobreinformación (exceso de información disponible), una sobredifusión (rapidez de la transmisión de la información), una sobreconexión (gracias a los dispositivos móviles) y una sobremovilización (debido a las redes sociales) tanto en zonas de operaciones como en territorio nacional. El centro de gravedad de las operaciones puede verse transferido al ámbito cognitivo, pudiendo participar actores no estatales, incluso individuos.

El receptor de la información se convierte, a su vez, en difusor. La veracidad de la información no se descubre, sino que se construye en base a elementos emocionales, sujeta a una velocidad de transmisión desconocida hasta el momento, y gracias al descrédito y desconfianza generado hacia instituciones y líderes. Es lo conocido como

posverdad o mentira emocional, con notable influencia de la legitimación de las narrativas. Se ha comprobado que las noticias falsas se transmiten más rápido y llegan a más audiencia que las verdaderas¹⁷.

Algunos ejemplos recientes de posibles actuaciones de desinformación los encontramos en la campaña presidencial de Estados Unidos, en las llamadas primaveras árabes, en el referéndum sobre el Brexit, y en algunas tensiones nacionalistas locales¹⁸. El objetivo reside en debilitar instituciones, principios y valores de la sociedad, cuestionar su legitimidad y aumentar las divisiones sociales¹⁹. En su libro «de la dictadura a la democracia», Sharp describe 198 métodos de acción no violenta (persuasión, no cooperación, intervención y otras) que, aunque en un principio, estaban pensados para oponerse a regímenes dictatoriales, en la práctica se han venido utilizando como oposición asimétrica en cualquier tipo de conflicto, incluso en sociedades democráticas. El combate se libra con armas psicológicas, sociales, económicas y políticas, y se ha venido asociando a las estrategias de golpes de estado en el s. XX.

El entorno operacional ha variado sustancialmente en los tiempos actuales, pasando del convencional a la llamada guerra híbrida, de la información, asimétrica o de cuarta generación (relacionada con las ideas). Dicha amenaza combina medios convencionales con acciones terroristas y desórdenes sociales, para conseguir efectos físicos y psicológicos. Los conflictos en el ámbito psicológico deben resolverse en el mismo ámbito, no sirve la mera intervención en el plano físico²⁰. Incluyen creencias, normas, motivaciones, emociones, experiencias, moral, educación, salud mental, identidad e ideología.

«Para ganar la batalla de las narrativas, las FAS, en estrecha coordinación con otros poderes del Estado deberán ser capaces de desarrollar operaciones de información, a través de múltiples medios, actuando tanto autónomamente como integradas en fuerzas multinacionales, para refutar las narrativas del adversario con las propias»²¹. La superioridad de la información reside en la capacidad de recopilar, procesar y difundir el flujo incesante de información, al tiempo que denegar dicha capacidad al adversario.

17 VOSOUGHI, Soroush, et als., «The spread of true and false news online», Revista Science, 2018. Disponible en: <https://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146>. Fecha de la consulta 10.01.2020.

18 SHARP, Gene, «De la dictadura a la democracia», Editorial Dharana, 2013.

19 MORALES, Samuel, «Guerra informativa: llenar la información de desinformación», Documento de Opinión IEEE, 45, 2019.

20 ALLEN, Patrick, «Information Operations Planning», Artech House, Boston, 2007.

21 Entorno Operativo 2035, Ministerio de Defensa, 2019. Disponible en : http://www.ieee.es/Galerias/fichero/OtrasPublicaciones/Nacional/2019/entorno_operativo_2035.pdf. Fecha de la consulta 10.01.2020.

Además de la batalla por las narrativas, otras técnicas habituales de desinformación consisten en atacar la identidad histórica y los principios y valores de una sociedad, para lograr su desconexión o desafectación. También aparece la influencia sobre los paradigmas de pensamiento o ideologías, en especial de los líderes. Por último, la destrucción o degradación de elementos simbólicos de dichos valores, como el himno o la bandera.

En el entorno operativo actual, cada vez más complejo, con actores de todo tipo y con menos tiempo para el proceso de toma de decisiones, el uso extensivo de tecnologías de telecomunicaciones aumentará la vulnerabilidad, imponiéndose la batalla de las narrativas. La amenaza afecta especialmente al proceso de toma de decisiones, objeto de especial protección, asentado tanto sobre el conocimiento e información del decisor como sobre factores emocionales. Este proceso se ve afectado por actuaciones en los ámbitos físicos y virtual, así como en el propio ámbito cognitivo (propaganda, desinformación, ingeniería social, hackers). Cualquier acción en los ámbitos físicos o virtual tiene repercusión en el cognitivo (un bombardeo o un apagón en una determinada zona provocará miedo en la población local). De ahí su carácter transversal.

Podemos señalar 3 tipos de riesgos a tener en cuenta: los que causan emociones y sentimientos (ira, miedo), los que atacan a la legitimidad (institucional o personal), y los que atacan a los valores.

En cuanto al desarrollo exponencial de los recursos tecnológicos (internet, redes sociales, móviles, big data), cabe señalar que no alteran el sustrato básico de los mecanismos de percepción, motivación, emoción y pensamiento humanos, pero afectan al alcance y velocidad de transmisión de la información, pudiendo ser, a la vez, una oportunidad y una vulnerabilidad. Los buscadores de internet (algoritmos) otorgan protagonismo a la cantidad de mensajes relacionados (generadores masivos, bots o programas informáticos), así como a las valoraciones positivas que tengan, lo cual beneficia a las noticias alarmantes y exageradas, preferidas por el usuario. La velocidad a la que se generan noticias y se transmiten por la red hace casi imposible contrastar la veracidad de las mismas en tiempo real. A todo ello se suma que el impacto de una noticia, aunque después se compruebe que es falsa, es mucho mayor que una posible rectificación posterior. Observamos la caída de credibilidad de instituciones y líderes oficiales, frente a opiniones anónimas en redes o mensajes de personas de nuestro círculo, aunque no los conozcamos directamente.

Por otra parte internet ha provocado un exceso de la información disponible, o big data, que hace difícil su captura, gestión y análisis. Un exceso de información reduce la capacidad de atención del sujeto debido a la saturación, lo cual va unido a una disminución de la credibilidad. Aparece el problema del tratamiento de esas enormes cantidades de información que realizan los grandes proveedores de servicios (GAFA: Google, Amazon, FaceBook y Apple) que venden dicha información a terceros, de forma masiva y anónima, o no tanto («si no estás pagando eres tú el

producto»). El usuario de internet y redes sociales no suele ser consciente del riesgo asociado a compartir contenidos e información aumentando su vulnerabilidad y la de sus allegados.

A menudo se utilizan métodos y técnicas procedentes del marketing, en especial las técnicas de marketing de guerrilla, que se benefician de la extensión y velocidad de internet, llegando a convertirse en virales. Aquellos mensajes que no aparecen expresamente en la publicidad (ocultos), los que están encastrados (en productos de primera necesidad), o los ambientales (camuflados en el entorno). En cualquier caso su eficacia se ve incrementada mediante ciertas características como el ser inesperado, drástico, de amplio alcance o que resulte especialmente barato.

La respuesta

Las Fuerzas Armadas actúan en diferentes entornos o ámbitos, tanto los físicos tradicionales, como los más recientes ciberespacial y cognitivo. El ámbito en que se desarrolla la acción determinará los recursos o capacidades a utilizar, así como los procedimientos a emplear. Teniendo en cuenta que el ámbito cognitivo es eminentemente transversal, aparecen efectos derivados de la interacción y, por tanto, se requiere de una respuesta multidimensional, combinando los aportes tradicionales con otros procedentes de disciplinas como la psicología, sociología o ciencias de la información, entre otras. Dicha interacción se manifiesta en los efectos conseguidos de una determinada acción en un ámbito concreto, por ejemplo, un ataque cibernético a redes puede afectar a instalaciones físicas, a la información en sí misma y a la moral de las fuerzas o la población, multiplicando de ese modo su alcance.

Las Fuerzas Armadas obtienen los efectos deseados mediante el empleo de las capacidades militares, consistentes en conjuntos de recursos humanos, materiales y procedimientos con un objetivo determinado. Estos recursos o elementos se materializan en las siglas del acrónimo MIRADO-I (material, infraestructura, recurso humano, adiestramiento, doctrina, organización e interoperabilidad).

Resulta de suma importancia dicha aproximación al factor humano (bio-psico-social) en las operaciones militares que se traduce, entre otras cuestiones, en la habilidad para identificar los actores relevantes, evaluar su comportamiento, anticipar su toma de decisiones, e influir en la misma y en su voluntad²². Para conseguir estos objetivos

22 Joint Concept for Human Aspects of Military Operations (JC-HAMO), Octubre 2016. Disponible en: <https://nsiteam.com/social/wp-content/uploads/2017/01/20161019-Joint-Concept-for-Human-Aspects-of-Military-Operations-Signed-by-VCJCS.pdf>. Fecha de la consulta 09.01.2020.

hay que tener presente las circunstancias concretas que modelan el comportamiento. El mejor predictor del comportamiento futuro es el comportamiento pasado.

Función Conjunta de Inteligencia

Se compone de una serie de actividades que permiten tener, de forma continua, coordinada y oportuna, una visión integral, apropiada y actualizada del entorno operativo. Resulta imprescindible para la toma de decisiones y debe desarrollarse en todo momento, no solo durante las operaciones. Un adecuado conocimiento del entorno operacional parte de cantidades ingentes de información que deben ser analizadas siguiendo el ciclo de inteligencia. Dicho ciclo consta de 4 fases que son la dirección, la obtención (a través de las distintas disciplinas), la elaboración y la difusión (a través de los distintos productos). La fase de elaboración es aquella en la que la mera información se transforma en inteligencia. A su vez, y no necesariamente en este orden, la elaboración se divide en las siguientes acciones: compilación, evaluación, análisis, integración e interpretación.

Un enfoque actual de esta función se orienta a la búsqueda de drivers o indicadores de alarma de comportamiento. Una alerta procede de un análisis de inteligencia sobre una amenaza o riesgo concreto, dirigida a predecir lo que ocurrirá en el futuro²³. Para optimizar el resultado es conveniente reforzar las técnicas de análisis estructurado siguiendo el modelo de pensamiento crítico, desde la generación de ideas o brainstorming hasta las matrices de impactos cruzados, la generación de escenarios e indicadores (cono de plausibilidad), o el análisis de prospectiva (MIC-MAC). La metodología intenta contrarrestar los posibles sesgos cognitivos de los analistas, así como la evaluación continuada de la eficacia de las actuaciones.

La inteligencia, a nivel táctico y operacional, suele estar condicionada por la amenaza real y por la urgencia en las acciones. No tiene porqué ocurrir lo mismo a nivel estratégico, donde existe mayor margen temporal y se puede producir una análisis más extenso considerando un mayor número de factores implicados. En cualquier caso, conviene realizar un adecuado análisis de la amenaza, de las posibles vulnerabilidades y su probabilidad de ocurrencia, todo ello para mantener la iniciativa mediante la detección, anticipación y evaluación, combinando acciones preventivas, activas y reactivas.

La inteligencia comprende el estudio de los factores operacionales incluidos en el acrónimo PMESII (políticos, militares, económicos, sociales, información e infraestructuras), pudiendo ampliarse al espacio físico y al tiempo. Partiendo de este enfoque integral, el decisor debe primero comprender el entorno y después conocer

23 DIAZ CANEJA, José, «Campos de actuación de la inteligencia», Monografía 148, ESFAS, 2016.

la situación.

En el ámbito cognitivo resulta de especial interés el factor social, ya que incluye el análisis de la información procedente de los actores implicados, de las audiencias, de los grupos y su cultura, de la ideología, de la población, las redes sociales y la demografía, de los medios de comunicación, y de los valores, creencias, costumbres y comportamientos de las personas.

Operaciones de Información (IO)

El entorno operativo se compone de circunstancias e influencias que afectan al empleo de las capacidades y a la toma de decisiones, relacionadas con la operación. Tales circunstancias marcan la rapidez de su evolución²⁴. Una parte fundamental del entorno operativo viene determinada por el entorno de la información, creado artificialmente, con su componente físico, virtual y cognitivo, que afecta a la obtención y gestión de la información e influye en la toma de decisiones.

La doctrina identifica a las IO ó Operaciones de Información como una función para analizar, planear, asesorar e integrar actividades dirigidas a lograr los efectos deseados sobre la voluntad, conocimiento y capacidad del adversario. Para ello se centra en los esfuerzos para proteger la libertad de acción propia, en el comportamiento, percepción y actitudes de la audiencia, y en contrarrestar la propaganda del adversario.

Resulta determinante mantener la iniciativa mediante la prevención y detección temprana, ya que una acción reactiva ante un ataque nunca igualará los efectos sufridos. Adoptar un enfoque activo y preventivo aumentará la resiliencia de la sociedad frente a estos ataques y amenazas.

Las modernas operaciones psicológicas (Psyops) tienen como objetivo afectar las percepciones, actitudes y comportamiento del adversario mediante acciones planificadas, para cumplir la misión. Pueden utilizarse en diferentes niveles (de lo estratégico a lo táctico), y dirigirse hacia todo tipo de población, aunque la doctrina actual las restringe a las audiencias adversarias.

El proceso Psyops se inicia con un análisis o planificación, seguido de una actuación y, posteriormente, una evaluación del impacto o eficacia. El análisis incluye la determinación y estudio de las audiencias objetivo. Las acciones son variadas y dependen de los medios y permisos. Su empleo suele ser a nivel táctico y requerir de un alto nivel de autorización, dirigido especialmente a reducir la visión negativa

²⁴ PDC-01 (A), «Doctrina de Empleo de las Fuerzas Armadas», Ministerio de Defensa, 2018.

en determinadas audiencias. Es preciso superar ciertos prejuicios combinando las capacidades ofensivas y preventivas con las defensivas, siempre dentro del respeto a la legalidad y preservando la credibilidad. Para otros países, por ejemplo, Rusia y China, lo fundamental es el efecto de la información, más que la veracidad de la misma²⁵.

Por otro lado, la narrativa que se construye con estas herramientas afecta tanto al aspecto racional de las personas como al emocional, por lo que es vital el conocimiento en profundidad de los mecanismos que rigen tales procesos cognitivos, emocionales y de comportamiento. Resultan más eficaces los mensajes que seducen a la audiencia, basados en sus deseos, miedos y motivaciones. En el proceso de análisis de audiencias se utilizan herramientas de investigación psicosocial combinando metodologías cuantitativas y cualitativas. Algunas de estas herramientas son la entrevista, el cuestionario, la observación, los grupos de expertos, o el análisis de contenido.

En algunos casos, cuando el objetivo sea a medio y largo plazo (estratégico) podrá utilizarse el método científico, mientras que para situaciones tácticas a corto plazo, será más adecuado utilizar el análisis de inteligencia y el pensamiento crítico.

Las capacidades relacionadas con Psyops se vinculan necesariamente con una adecuada inteligencia, que se concreta en el conocimiento del factor humano sobre el terreno, para comprender mejor los fenómenos de opinión pública de las audiencias elegidas.

Razonamiento lógico y pensamiento crítico

El razonamiento lógico es el proceso a través del cual las personas resuelven problemas y alcanzan conclusiones correctas, siguiendo las reglas estipuladas por la lógica (deducción). Requiere más tiempo que el intuitivo y se asocia al pensamiento crítico, el cual evalúa la consistencia de los argumentos dados por ciertos, mediante la observación, el razonamiento o el método científico.

Ya conocemos que existen dos sistemas de pensamiento, uno rápido e intuitivo, basado en heurísticos o atajos, útil para situaciones familiares, y otro más lento y reflexivo, para situaciones nuevas. Los dos sistemas son necesarios y complementarios. El último corresponde al pensamiento crítico, para el cual se precisa del análisis, la inferencia, la evaluación, la interpretación, la explicación y la autorregulación, siendo fundamental como instrumento de investigación. Las personas favorables al pensamiento crítico son inquisitivas, juiciosas, confían en el razonamiento, son buscadoras de la verdad, de mente abierta, analíticas y sistemáticas. Los beneficios del

25 PRATS, Joan y GUILLAUME-BARRY, Agustín, «No solo sangre. La necesidad de integrar las operaciones psicológicas en la cultura militar occidental», Documento Opinión 81/2019.

pensamiento crítico²⁶ los encontramos a nivel individual, en el mundo universitario, con mejores calificaciones y perspectivas laborales. También a nivel grupal, en un sistema educativo constructivista, basado en *aprender a aprender*, donde la autoridad del docente se somete a escrutinio y a reflexión. Del mismo modo, conlleva beneficios para una sociedad racional y democrática, que se oponga al mero atractivo del candidato al poder, de la costumbre, de los prejuicios o los estereotipos. Una sociedad carente de la capacidad de realizar deducciones, inferencias, análisis y evaluaciones lógicas y racionales resulta fácilmente manipulable y expuesta a errores. En suma, el pensamiento crítico va de la mano de la libertad de las personas y las sociedades.

«El pensamiento crítico es el proceso del juicio intencional, auto regulado. Este proceso da una consideración razonada a la evidencia, el contexto, las conceptualizaciones, los métodos y los criterios»²⁷.

El razonamiento crítico consiste en alcanzar conclusiones basadas en argumentos, para lo cual es fundamental distinguir los distintos elementos que lo componen (Fig. 2)²⁸, partiendo de una definición clara del propósito u objetivo principal, sin obviarlo ni desviarse de él. Posteriormente hay que formular correctamente la pregunta, identificando con claridad el problema a resolver. Después, tener presente la información, hechos, datos y experiencia relacionados con el asunto; llegar a las inferencias, es decir, la interpretación y conclusión lógica obtenida, siendo consciente que nuestras conclusiones están influidas por los intereses propios; identificar y clarificar los conceptos, leyes y principios sobre los que se asienta el razonamiento; enfocar las suposiciones o creencias que se dan por sentado, ya que son inconscientes y, a menudo, arbitrarias; analizar las consecuencias o implicaciones (cuantas más mejor) de nuestra actuación; y comprender el punto de vista personal, que es subjetivo y parcial. El procedimiento aquí descrito requiere de práctica y disciplina, es metódico y ordenado y posee como características la claridad, exactitud, profundidad, visibilidad, y secundariamente, la amplitud y relevancia.

Resulta útil la elaboración de mapas cognitivos (Fig. 3) para representar y analizar el pensamiento sobre un asunto, mediante la conexión entre conceptos (nodos) y sus relaciones. Aunque esta técnica proviene de los años 40, en la actualidad contamos

26 Informes técnicos de FACIONE, Peter, «Pensamiento crítico: ¿Qué es y por qué es importante?», Disponible en: <http://www.insightassessment.com/articles3.html>. Fecha de la consulta 25.12.2019.

27 Informe APA Delphi, «Pensamiento crítico: Una declaración de consenso de expertos con fines de evaluación e instrucción educativa», 1990.

28 ELDER, Linda y PAUL, Richard, «Guía de pensamiento analítico», Disponible en: <https://www.criticalthinking.org/resources/PDF/SP-Pensamientoanal%C3%ADtico.pdf>. Fecha de la consulta 25.12.2019.



Fig. 2 Elementos del pensamiento

con software que agiliza el proceso y amplifica su potencia (por ejemplo GoConqr o CmapTools).

Por el contrario, el sistema de pensamiento intuitivo se basa en heurísticos, tales como la disponibilidad (la presencia de un pensamiento, una experiencia o una historia marcan la decisión, no por ser más significativos sino por el mero hecho de estar disponibles), la emoción (un estímulo puede causar una emoción inmediata positiva o negativa, frente a la cual precisamos de un gran esfuerzo del razonamiento

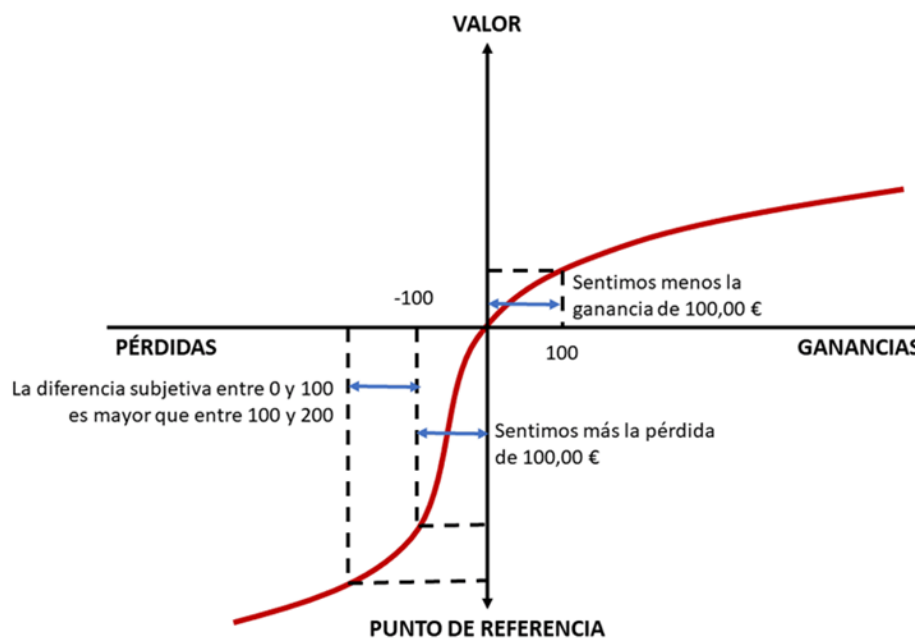


Fig. 3 Mapa conceptual

para contrarrestarla), la asociación (una idea puede estar asociada a otra, cultural o personalmente, y determinar nuestra conducta, por ejemplo, cáncer y muerte), la simulación (cuando anticipamos nuestro comportamiento frente a algo que preparamos y llegado el momento no es como lo habíamos previsto), la similitud (cuando tomamos elementos parciales parecidos a otros y extrapolamos conclusiones en base a ellos), o la ilusión de control (sobrestimamos la capacidad de control que poseemos sobre los hechos).

Cambio de actitud y persuasión

Para que se produzca un cambio de conducta es preciso que se dé previamente un cambio de pensamiento o creencias, el cual provoca igualmente un cambio de actitudes. A su vez, dicho cambio de conducta está en función de la estimación o percepción del riesgo asociado a un comportamiento. En este sentido y para las operaciones militares, resulta fundamental la percepción de la opinión pública sobre la misión, aunque en general, la población no dispone de demasiado conocimiento sobre ella. La percepción puede ser del riesgo: a mayor riesgo percibido menor apoyo. Esta tendencia también ocurre con la recluta obligatoria y cuando se actúa en zonas de operaciones lejanas. La percepción también puede versar sobre la bondad de la misión (las de tipo humanitario y de paz, en las que media un acuerdo internacional y cuentan con consenso político cuentan con mayor apoyo), o estar relacionada con factores de edad o género (los varones y jóvenes suelen mostrar mayor apoyo). Por último, encontramos la percepción de éxito (si ganamos se apoya más).

Por otro lado, el concepto de actitud se refiere a la postura, posicionamiento o disposición interna de una persona sobre un asunto, que determina su conducta al respecto. Implica, por tanto, la evaluación de un tema y una decisión (a favor o en contra) y cuenta con tres componentes, cognitivo, emocional y conductual.

Las actitudes son aprendidas y, por tanto, susceptibles de modificación. Pueden medirse, directa o indirectamente, a través de las respuestas fisiológicas asociadas o por cuestionarios de escalas (por ejemplo, Likert).

Las actitudes se asocian al comportamiento, aunque en ocasiones puede existir incongruencia entre ambos. Es lo que se denomina «disonancia cognitiva» (cuando se presentan discrepancias entre lo que pensamos, sentimos y/o hacemos). La explotación de la disonancia es un método de influencia muy eficaz, siendo otros aspectos implicados la presión social, la deseabilidad, el nivel de implicación personal o los valores sociales.

La persuasión es una forma de cambiar actitudes, mediante procesos de comunicación. Un primer acercamiento a la persuasión procede de la década de los

50 (enfoque de Yale²⁹) y se centra en las características de la fuente, del mensaje, de la audiencia y del contexto. Posteriormente en la década de los 90 aparece el enfoque cognitivo³⁰ que distingue dos modos de procesamiento, como ya sabemos, uno central y lento, y otro periférico, heurístico o más automático, en función de la motivación y la capacidad de la persona. En ambas rutas puede producirse persuasión, con algunas diferencias, por ejemplo, los cambios en la ruta central son más resistentes, duraderos y tienen mayor correlación con la conducta.

VARIABLES ASOCIADAS A LA FUENTE:

- Credibilidad o grado de competencia del experto, la cual se materializa en su educación, en la fluidez de su mensaje, ocupación y experiencia. Interviene la sinceridad que se le atribuye, en función del ánimo de lucro o interés que tenga sobre el tema, su falta de intención persuasiva, su atractivo o el conocimiento de estar siendo observado³¹.
- Atractivo, fruto de la asociación entre atractivo físico y otras cualidades positivas, como la credibilidad o la autoconfianza. Si bien es menos potente que la anterior y se relaciona con los mensajes de la ruta periférica.
- Semejanza entre la fuente y el receptor, asociada a la pertenencia a grupos sociales y posturas similares, relacionadas con el mensaje.
- Familiaridad, ya que preferimos lo familiar frente a lo desconocido, aunque conviene renovar los mensajes ya que una reiteración excesiva resulta contraproducente.

VARIABLES ASOCIADAS AL MENSAJE:

- Racionalidad y emotividad. La emoción percibida depende de variables de personalidad, sexo, edad y experiencias previas. En relación con el miedo resulta adecuado que el mensaje llame la atención (sin excederse) y que incluya una recomendación para disminuirlo. La amenaza debe ser creíble y relevante para el receptor. El mensaje debe cambiar para evitar la habituación³².
- Conclusión explícita o implícita. Parece más eficaz si el receptor extrae su

29 HOVLAND, C.I. y JANIS, Irving, «Personality and persuasibility», Yale University Press, New Haven, 1959.

30 PETTY, Richard y CACIOPPO, John, «Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change», Springer, New York, 1986.

31 MORALES, Francisco., REBOLLOSO, Enrique y MOYA, Miguel, «Mensajes persuasivos y cambio de actitudes», en J.F. Morales (Ed.), Psicología social: 526-553, McGraw Hill, Madrid, 1997.

32 ORDAÑA, Juan y GOMEZ, J., «Amenaza y persuasión en mensajes de salud sobre consumo de alcohol: de la teoría a la práctica», Adicciones, 14 (4): 479-485, 2002.

propia conclusión, siempre y cuando esté suficientemente motivado y entienda correctamente el mensaje.

- Argumentos en contra. Frente a audiencias instruidas y favorables resulta más eficaz el uso de argumentos en contra o desfavorables para minimizarlos o rebatirlos.

VARIABLES ASOCIADAS AL RECEPTOR³³:

- Inteligencia. Parece ser que a mayor nivel intelectual menor persuasión. En cualquier caso conviene ajustar el mensaje al tipo de audiencia, incluyendo en ese caso argumentos más elaborados apoyados en investigaciones.
- Implicación. Si la motivación y la capacidad del receptor son reducidas resulta mejor centrarse en aspectos superficiales.
- Consistencia actitudinal. Las personas con firmes convicciones son difíciles de abordar, de ahí que las audiencias hostiles suelen dejarse de lado y centrar el mensaje en las favorables y neutrales.
- Sexo y edad. Las mujeres se muestran más influenciadas si el investigador fuente es varón y si la comunicación se produce en grupo. A medida que aumenta la edad disminuye la eficacia en la persuasión.
- Deseabilidad social. A mayor nivel de este rasgo mayor eficacia persuasiva, debido a la presión social y al prestigio de la fuente.

VARIABLES ASOCIADAS AL CONTEXTO:

- Personal o de masas. Resulta más eficaz la persuasión mediante interrelación personal que por medios de comunicación de masas. Sin embargo, estos últimos cuentan con otras ventajas, como por ejemplo el acceso masivo, o la falsa familiaridad producida por la reiteración. Esta reiteración es peligrosa si no se cambia el formato (mismo mensaje) o si se dirige a audiencias más motivadas y capaces.
- El medio. La estrategia más eficaz es la que combina distintos medios de comunicación y se alterna con algún tipo de comunicación personal. La televisión resulta el medio preferido debido al atractivo de las imágenes y su gran alcance, especialmente para audiencias poco motivadas y capaces. Otro tipo de audiencias buscan análisis más profundos (prensa escrita).

33 BRIÑOL, Pablo et als., «Qué es persuasión», Biblioteca Nueva, Madrid, 2001.

Otras variables:

- En la década de los 90 Cialdini³⁴ postuló los famosos seis principios de la influencia, los cuales se basaban en una serie de leyes psicológicas del comportamiento. Entre ellos destacan los principios de reciprocidad y de consistencia. El primero se refiere a la tendencia que tenemos de devolver el mismo tipo de comportamiento. Si nos hacen un favor inesperado consideramos estar en deuda y su devolución nos genera cierta obligación. El regalo de pequeños objetos previos a un intento de venta es un ejemplo.
- El segundo o de consistencia se basa en que, una vez elegido un camino, tendemos a seguir en él, es decir, si hemos aceptado una pequeña concesión será más probable que asumamos una siguiente de mayor nivel en la misma dirección, especialmente si se ha producido en público y ha conllevado esfuerzo. Este principio se relaciona con la coherencia y la disonancia cognitiva, ya mencionada previamente, que surge cuando se dan discrepancias entre lo que se piensa, se siente o se hace.
- Los otros principios son la prueba o presión social (lo que hace la mayoría de otras personas es lo más correcto), la autoridad (las personas de mayor posición o estatus son más fiables), el atractivo (las personas que nos agradan nos influyen más, ya sea por belleza, proximidad o semejanza a nosotros), y la escasez (lo escaso es más valioso).
- Cuando resulta evidente la intención persuasiva, como por ejemplo, lograr el voto o realizar una venta, somos más resistentes a la persuasión. Las personas suelen buscar informaciones que confirman sus opiniones y posturas preexistentes (exposición selectiva), motivo por el cual somos bastante resistentes a la influencia. Sin embargo, esta circunstancia es también el reverso de la moneda, ya que el persuasor buscará encontrar puntos en común con el receptor para favorecer la exposición inicial y, después ir modificando la postura poco a poco. Un ejemplo lo encontramos en el discurso nacionalista, que parte de una cultura común, con sus tradiciones, valores, religión e historia, para ir avanzando hacia objetivos más radicalizados que, en principio, no eran asumibles por gran parte de la audiencia. Cuando un receptor defiende una postura, incrementa su grado de adhesión a la misma, aunque en principio fuese escasa.

34 CIALDINI, Robert, «Influence: the psychology of persuasion», Collins Business Essentials, 2006.

Incremento de la resiliencia

Se entiende por resiliencia la capacidad del ser humano de afrontar y superar situaciones difíciles, pudiendo incluso salir reforzado de estas experiencias.

Ante la amenaza en el ámbito cognitivo de sufrir influencias negativas e intencionadas por parte de actores hostiles, el hecho de que la población amiga o aliada, y especialmente, los componentes de la Fuerza Conjunta, cuenten con una elevada resiliencia puede resultar muy útil como acción preventiva y una eficaz medida de protección.

En este sentido, en primer lugar es necesaria una adecuada concienciación con el objetivo de incrementar la mentalización ante riesgos y amenazas, desde los niveles altos del departamento hasta los eslabones inferiores, mediante un proceso continuo.

Posteriormente y junto con la preparación física y técnica de la Fuerza Conjunta, debe ponerse el suficiente énfasis en la preparación psicológica, por medio de la formación y el adiestramiento, tanto individual como de unidad, que contribuirá a que el individuo tenga una adecuada percepción e interpretación de la realidad.

Los programas de instrucción y adiestramiento de las unidades deben dirigirse a incrementar la resiliencia o resistencia psicológica de base, incorporando actividades de entrenamiento bajo condiciones de estrés progresivo, en condiciones lo más similares posibles a la realidad, basadas en la evidencia y las mejores prácticas, y partiendo de una correcta evaluación de las fortalezas y debilidades previas, así como de los beneficios conseguidos.

Las mencionadas actividades o programas de resiliencia incluyen habilidades a potenciar tales como la identificación y gestión de percepciones y pensamientos distorsionados y del estrés, el control emocional, el apoyo familiar y social, el liderazgo, la moral y la cohesión de la unidad, las habilidades de afrontamiento y, por supuesto, el pensamiento crítico.

Conclusiones y propuestas

La influencia ejercida sobre el ámbito cognitivo de las operaciones supone actualmente una amenaza grave para la consecución de la misión, llegando incluso a determinar o frustrar una intervención en cualquiera de los otros ámbitos de las operaciones. Cabe esperar que esta influencia aumentará aún más en el futuro. Sus consecuencias pueden resultar desproporcionadas, afectando a la legitimidad y credibilidad, provocando pérdidas económicas y empresariales, amenazas a la soberanía e integridad territorial,

pudiendo incluso causar la caída de instituciones y gobiernos.

Esta amenaza no es nueva, sin embargo los avances tecnológicos facilitan enormemente su velocidad de transmisión y su alcance, propiciando que la mera respuesta reactiva no resulte eficaz y requiriendo, por tanto, de un enfoque proactivo, ya sea preventivo o activo.

Desde el punto de vista de los procesos cognitivos implicados, hay que considerar los límites de la atención humana, especialmente al referirnos a la sobreinformación existente en la actualidad, por lo que resulta fundamental un adecuado filtro y evaluación de la calidad de la información.

Para comprender correctamente el proceso de toma de decisión hemos de considerar los principios y funcionamiento de los procesos de atribución, de motivación y emoción.

La respuesta activa a la amenaza debe partir de una toma de conciencia realista, desde un enfoque multidisciplinar, que abarque las capacidades adecuadas, tanto las ya existentes como otras que se estime necesario desarrollar e incorporar. Dichas capacidades han de dotarse de medios materiales y humanos, con una correcta estructura orgánica y funcional. Al igual que los ámbitos físicos de las operaciones cuentan con sus correspondientes mandos componentes (tierra, armada y aire), y para el ciberespacio se ha creado el mando conjunto de ciberdefensa (MCCD), sería posible la creación de un mando conjunto del ámbito cognitivo o de las percepciones. Esta propuesta no es única, existiendo otras alternativas de organización como, por ejemplo, un área de Estado Mayor específica u otras soluciones orgánicas.

En cuanto al personal implicado es preciso contar con este recurso multidimensional, desde los diferentes cuerpos y escalas, con una adecuada experiencia y formación, prestando especial interés a los aspectos técnicos de la información y telecomunicaciones (análisis de big data y software adecuado de monitoreo de redes sociales). Concretamente existe la especialidad fundamental de psicología militar (especialistas en análisis de la conducta), integrada en el Cuerpo Militar de Sanidad, que puede y debe contribuir, junto a otras, a esta respuesta conjunta, desde la I+D+i hasta la planificación y conducción de las operaciones.

La cooperación de un posible mando conjunto con otras funciones y capacidades militares, como por ejemplo, inteligencia y operaciones de información, así como el desarrollo en la preparación de la fuerza conjunta, mediante una adecuada formación e instrucción y adiestramiento, y el desarrollo de instrumentos de medida de la eficacia de las actuaciones, contribuirán indudablemente a un correcto análisis y una eficaz respuesta ante la amenaza en el ámbito cognitivo de las operaciones.

Capítulo segundo

El conflicto en el ámbito cognitivo desde la óptica del Derecho y de la Ley

Vicente Moret Millás

«La verdad bien puede enfermar, pero no morir del todo».

Miguel de Cervantes¹

«Puesto que las guerras nacen en la mente de los hombres, es en la mente de los hombres donde deben erigirse los baluartes de la paz».

Preámbulo de la Constitución de la UNESCO (1946)²

Resumen

El conflicto en el ámbito cognitivo tiene múltiples consecuencias de alcance jurídico. Las acciones que por parte de estados se llevan a cabo para desestabilizar o influir en otros países entran en el ámbito del derecho internacional. Al respecto está todo por hacer puesto que no hay instrumentos jurídicos aprobados para regular estas acciones. En los ámbitos nacionales la cuestión se inscribe en los límites del derecho a la libertad de expresión y el derecho a la información dependiendo el tratamiento jurídico del sistema político democrático o no del que se trate. En sociedades democráticas las amenazas contra la seguridad nacional procedentes de acciones de desinformación deben combatirse por medios jurídicos, pero sobre todo aumentando la resiliencia y el sentido crítico de la población. En el caso de España, es en el marco de la Unión Europea y de la OTAN en el cual se deben adoptar las medidas que aseguren la protección de la sociedad española ante esta nueva amenaza.

Palabras clave

Conflicto ámbito cognitivo, Derecho internacional, Unión Europea, libertad de expresión, Derecho a la Información, Derechos fundamentales, desinformación, guerra híbrida, noticias falsas, ciberseguridad, geopolítica digital.

1 Persiles y Segismunda. Miguel de Cervantes.

2 http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=15244&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

The conflict in the cognitive environment from the rule of law point of view

Abstract

Conflict in the cognitive environment has multiple legal aspects. Activities by States to destabilize or influence other countries have to be included within the scope of international law. In this regard, everything remains to be done since there are no approved legal instruments to regulate these actions. At national levels, the issue can be included within the limits of the freedom of expression and information rights, depending on the existence of a democratic political system or not. In democratic societies under the rule of law, threats to national security arising from disinformation actions, must be fought through constitutional means. In regard to that, increasing the resilience and critical thinking of the population is crucial. In the case of Spain, the framework of the European Union and NATO shows the way to be followed with regard to measures aimed to ensure the protection of Spanish society against this new threat.

Key words

Cognitive environment conflicts, International Law, European Union, Free Speech, Fundamental rights, disinformation, hybrid conflicts, fake news, cybersecurity, Digital geopolitics

Introducción

El ámbito cognitivo, es decir nuestros corazones y mentes, están siendo a la vez el teatro de operaciones y el **objetivo** a conquistar en el nuevo contexto del ciberespacio. Este nuevo tipo de conflicto, como otras formas de conflicto anteriores, nace al margen de la regulación jurídica hasta que los Estados alcanzan acuerdos para regular ciertos aspectos de esos enfrentamientos, de manera que en la guerra, que es la negación absoluta del Derecho o de la Justicia, se respeten algunos aspectos de legitimidad en el uso de la fuerza o limitaciones en los efectos de la misma.

Aunque el uso de la propaganda y la desinformación son tan antiguas como el propio conflicto humano; lo que ha cambiado es la capacidad y potencia para diseminar e implantar esa desinformación³. Este nuevo contexto de guerras de información, constituye un auténtico **desafío jurídico** a la hora de proponer una regulación especialmente en los contextos políticos de los sistemas demo-liberales. En la realidad digital han nacido nuevos desafíos para los sistemas demo-liberales, ya que al pasar una gran cantidad de tiempo online, la población de un país se convierte en más vulnerable a las campañas de desinformación que inciden en sus marcos mentales, ideas o prejuicios⁴. Esta es la razón por la cual se describe un creciente proceso de conversión en arma (**weaponization**) de las tecnologías de la información con todas las consecuencias legales que ello implica; desde las nuevas regulaciones de la responsabilidad de las plataformas sociales por la difusión de noticias falsas como en el caso de Australia, hasta la necesidad de acordar tratados internacionales que permitan regular de alguna forma este nuevo teatro de operaciones que es el ciberespacio. Así, se plantea ahora, en el marco de la legalidad internacional asentada tras la II Guerra Mundial, la vigencia y operatividad de principios generales que debe presidir las relaciones entre las Naciones tales como el de no injerencia.

Los tiempos de internet como ciudad sin ley están empezando a terminar. Los Estados han entendido que el ciberespacio es una realidad tan decisiva, que los sistemas de gobierno no pueden quedar al margen de esa nueva realidad. Se ha producido un **cambio de paradigma** y los Gobiernos están empezando a estudiar las fórmulas de regulación para someter esa realidad, hasta ahora en manos de unas cuantas grandes compañías, a leyes y regulación como el resto de sectores de actividades económicas y sociales.

3 POSETTI Julie and MATTHEWS Alice. A short guide to the history of 'fake news' and disinformation. International Center for Journalist. 2019

4 SMITH Brad y BROWNE Carol. Tools and Weapons. Hodder and Stoughton. 2019. Pág. 94.

La libertad de expresión y la libertad de información son consideradas uno de los pilares básicos del sistema demo-liberal. La existencia de medios de comunicación libres que no están sometidos al dictado o la censura por parte del poder público son uno de los indicadores comúnmente aceptados como decisivos a la hora de considerar si nos encontramos o no ante un sistema político democrático. El fundamento mismo de nuestros sistemas se basa en esa libertad como afirmó Jefferson: *Were it left to me to decide whether we should have a government without newspapers, or newspapers without government, I should not hesitate a moment to prefer the latter*⁵ (cuando recaiga sobre mí el decidir si deberíamos tener un gobierno sin periódicos, o periódicos sin gobierno, no dudaría un momento en preferir lo segundo).

La desinformación desde el punto de vista de la legalidad internacional

La **Declaración Universal de los Derechos Humanos** en su artículo 19, dispone que: *Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.* Siendo este el más importante de los textos jurídicos de Derecho internacional que además es criterio interpretativo válido para la aplicación de los demás derechos fundamentales recogidos en las Constituciones nacionales, es obvia su elevada posición dentro de la jerarquía de derechos que asisten a los seres humanos como sujetos titulares de libertades inalienables.

El Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos de 1966, establece la base jurídica cierta de un reconocimiento más extenso y detallado de estas dos libertades en su artículo 19.

Por otra parte, en el ámbito europeo el **Convenio Europeo de Derechos Humanos**, en su artículo 10 regula con precisión los concretos extremos de la libertad de expresión y de información: *Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión. Este derecho comprende la libertad de opinión y la libertad de recibir o de comunicar informaciones o ideas sin que pueda haber injerencia de autoridades públicas y sin consideración de fronteras. El presente artículo no impide que los Estados sometan a las empresas de radiodifusión, de cinematografía o de televisión a un régimen de autorización previa.*

Ahora bien, por lo que se refiere a las operaciones de desinformación en el ámbito cognitivo llevadas a cabo por Estados como operaciones de influencia para manipular

⁵ JEFFERSON Thomas. (January 16, 1787). The Thomas Jefferson Papers Series 1, General Correspondence, 1651-1827 (Library of Congress).

las opiniones públicas de otros Estados, es necesario acudir al **principio de no injerencia** defendido en Naciones Unidas en numerosas ocasiones.

Valgan por todos los textos y acuerdos contenidos en la **Carta de Naciones Unidas** y en otros Tratados, las Resoluciones de la Asamblea General de Naciones Unidas 23/31⁶ Declaración sobre la inadmisibilidad de la intervención en los asuntos internos de los Estados y protección de su independencia y soberanía; y la 36/103 de Declaración sobre la Inadmisibilidad de la Intervención y la Injerencia en los Asuntos Internos de los Estados. Esta última obliga expresamente a todos los Estados a que se abstengan de toda campaña de difamación, calumnia o propaganda hostil realizada con fines de intervención o injerencia en los asuntos internos de otros Estados. O también el deber de los Estados de abstenerse de explotar o deformar las cuestiones relativas a derechos humanos como medio de inmiscuirse en los asuntos de otros Estados o de crear desconfianza y desorden dentro de ellos.

Por tanto, desde el plano de la legalidad internacional se trata de una cuestión ya resuelta y en un mundo ideal de relaciones entre Estados que se respetan y cooperan entre sí, las **operaciones de desinformación entre Estados soberanos están prohibidas**. No obstante, como en tantas otras materias relativas a las relaciones internacionales, la realidad es que las operaciones de manipulación y desinformación han formado parte desde siempre del conjunto de herramientas de los Estados para enfrentarse a otros Estados.

Hoy esas guerras de información son una parte más del conflicto geopolítico en general que tienen como objetivo la manipulación masiva de la opinión pública del país competidor⁷. En este nuevo contexto digital **verdad, anonimato y tecnología**, constituyen tres vectores sobre los que confluyen todas problemáticas generadas por el cambio civilizatorio que la disrupción digital está suponiendo a una velocidad de inmediato eterno que es la velocidad a la que ocurren las cosas en internet. Ello se une al concepto poliédrico de verdad, que se descompone porque no hay una verdad objetiva sino sólo distintas perspectivas, que por tanto imposibilitan el conocimiento objetivo.

En definitiva, estas herramientas de desinformación sacan provecho de ese contexto subyacente para intentar desestabilizar al Estado competidor mediante **ataques de desinformación**⁸ que tienen por objeto fomentar la pérdida de confianza en los

6 Resolución 21/31 (XX): «1. Ningún Estado tiene derecho de intervenir directa o indirectamente, y sea cual fuere el motivo, en los asuntos internos o externos de cualquier otro. Por lo tanto, no solamente la intervención armada, sino también cualesquiera otras formas de injerencia o de amenaza atentatoria de la personalidad del Estado, o de los elementos políticos, económicos y culturales que lo constituyen, están condenadas».

7 Future of War. The Economist. 21/1/2018

8 Desinformación en el *Ciberespacio*. CCN/CERT BP/13. Feb 2019.

medios de comunicación tradicionales, en las instituciones públicas, en el ámbito de soberanía del ciudadano. El fin último es polarizar la sociedad y enfrentarla.

Por otra parte, siendo que estas herramientas de **guerra híbrida** o herramientas en la zona gris, son parte de estrategias complejas que se incluyen dentro de la doctrina militar de algunos Estados, cabría preguntarse si es posible tratar de establecer una regulación internacional en el marco del **derecho internacional humanitario** para fijar ciertas normas mínimas de juego en el ámbito de las relaciones geopolíticas entre potencias. No parece que vaya a ser este el camino por lo menos a corto plazo. Si no se ha alcanzado ningún amago de consenso mínimo internacional para poder regular el conflicto militar en el ciberespacio en forma de acuerdo internacional para los casos de acciones militares con efectos kinéticos, difícilmente se va a iniciar ese esfuerzo para una materia tan difusa como son las operaciones de influencia en la red.

No obstante lo anterior, ya se están produciendo ciertas llamadas de atención por lo menos iniciales entre los Estados democráticos⁹ que podrían ser el embrión de actuaciones futuras más decididas tales como la *Joint Statement on Advancing Responsible State Behavior in Cyberspace*¹⁰, impulsada por el Departamento de Estado de EEUU y que pretende reafirmar la vigencia de las normas del Derecho internacional en las relaciones entre Estados también en el ámbito del ciberespacio, y evitar acciones que supongan un deterioro de las democracias y las instituciones internacionales. Los Estados firmantes se comprometen a que se respeten y protejan los derechos humanos online del mismo modo en que son protegidos offline. Por último, introduce también el compromiso de hacer responsables a los Estados que no respeten la legalidad internacional en este nuevo contexto digital: *When necessary, we will work together on a voluntary basis to hold states accountable when they act contrary to this framework, including by taking measures that are transparent and consistent with international law* (cuando sea necesario, trabajaremos juntos de forma voluntaria, para hacer que los estados sean responsables cuando actúen en contra de este marco; esto podrá incluir, tomar medidas que sean transparentes y consistentes con la legislación internacional). Concluye haciendo un llamamiento a los demás Estados para reforzar la responsabilidad y estabilidad en el ciberespacio, y señalando que debe haber consecuencias para lo que es señalado como *bad behavior in cyberspace* (mal

<https://www.ccn-cert.cni.es/informes/informes-ccn-cert-publicos/3552-ccn-cert-bp-13-desinformacion-en-el-ciberespacio-1/file.html>

9 <https://www.state.gov/joint-statement-on-advancing-responsible-state-behavior-in-cyberspace/>

10 <https://www.state.gov/joint-statement-on-advancing-responsible-state-behavior-in-cyberspace/>

Esta declaración ha sido suscrita por: Australia, Bélgica, Canadá, Colombia, República Checa, Dinamarca, Estonia, Finlandia, Francia, Alemania, Hungría, Islandia, Italia, Japón, Letonia, Lituania, Países Bajos, Nueva Zelanda, Noruega, Polonia, Corea del Sur, Rumania, Eslovaquia, España, Suecia, Reino Unido, y EEUU.

comportamiento en el ciberespacio).

No obstante, en este contexto el intento más importante para iniciar una senda de regulación en esta materia fue el **Llamamiento de París** de diciembre de 2018, liderado por Francia y con el amparo de Naciones Unidas, con el objeto de avanzar en mejorar la confianza y la seguridad en el ciberespacio. Lo más destacable es el firme compromiso del Llamamiento con el Derecho internacional y con Naciones Unidas como elementos centrales a la hora de embridar esta nueva realidad desde el punto de vista de la Legalidad internacional¹¹ y de los derechos humanos. Al mismo tiempo, se condenan las actividades maliciosas en el ciberespacio en tiempo de paz y se apuesta por un enfoque de actores múltiples (multistakeholder) en el cual se incluye a gobiernos, organizaciones internacionales, y empresas privadas.

Entre las medidas que se proponen en este Llamamiento destaca la de: «*Strengthen our capacity to prevent malign interference by foreign actors aimed at undermining electoral processes through malicious cyber activities*», poniendo de relieve así la preocupación de los Gobiernos por las campañas de influencia desencadenadas con el objeto de interferir la libre voluntad soberana de los países. El Llamamiento cuenta ya con la adhesión de 78 países y 639 empresas privadas, entre ellas, las principales compañías de internet del mundo, y puede ser el embrión de una iniciativa global para intentar que el Derecho entre en ámbitos digitales, en los cuales hasta ahora no se ha conseguido que exista una regulación internacional aplicable.

Ahora bien, a la hora de teorizar sobre la conveniencia o no de combatir mediante regulación jurídica estos esfuerzos por *weaponizar* la información con el objeto de desestabilizar Estados, único tipo de desinformación que interesa a los efectos de este trabajo, es muy importante tener en cuenta la **perspectiva nacional** desde la cual se contempla la cuestión. No es lo mismo hacerlo desde una óptica de Estados democráticos, que desde la óptica de los Estados no democráticos o autoritarios. A este respecto, si el país en cuestión es democrático y con un Estado de Derecho sólido, a la hora de combatir estos intentos de injerencia llevará a cabo políticas que respeten los derechos fundamentales, y en concreto, la libertad de expresión y el derecho a la información. Debe tenerse en cuenta que incluso sin ejercer coerción alguna sobre la capacidad para elegir, tanto el Estado como un número creciente de actores están en disposición de alterar la información que cada uno de nosotros recibe para hacer que nuestra elección se base en hechos distorsionados o de muy difícil valoración¹².

¹¹ *We also reaffirm that international law, including the United Nations Charter in its entirety, international humanitarian law and customary international law is applicable to the use of information and communication technologies (ICT) by States.*

https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/paris_call_text_-_en_cleo6f918.pdf

¹² GÓMEZ DE ÁGREDA, Ángel. Mundo Orwell. Ariel 2019. Pág. 25.

Por ello, las medidas regulatorias sólo serán una de las posibles medidas a adoptar y no la preferente. Así, se preferirán medidas educativas que aumenten la resiliencia de la población, una modificación de las dinámicas de la denominada economía de la atención, o de autoregulación de actores como las redes sociales para que controlen los contenidos diseminados a través de ellas y evitar así la creciente polarización política de la sociedad. No obstante, y con todas las garantías, también se puede acudir al enfoque penal, pero con las limitaciones que se deben aplicar en Estados de Derecho cuando se procede a ponderar los derechos y libertades que confluyen.

Ahora bien, si el Estado en cuestión **no es democrático** no cabe duda que tomará como excusa la lucha contra las noticias falsas o la desinformación en la red para restringir aún más la libertad de expresión y el derecho a la información de sus ciudadanos. Este es el principal peligro a la hora de regular esta materia, al cual se unen otras importantes cuestiones tales como el desconocimiento generalizado sobre el funcionamiento de los algoritmos que son el corazón mismo de estos sistemas y de las redes sociales, la opacidad de las propias compañías al respecto, o el uso de técnicas de vigilancia masiva, *mass surveillance*.

A los efectos de determinar el marco conceptual que se va a seguir desde un punto de vista jurídico, las **noticias falsas** son definidas por la Comisión Europea como información verificable, falsa o engañosa, que se crea, presenta y divulga para obtener beneficios económicos o para engañar intencionalmente al público¹³. La característica más destacada de este fenómeno en su manifestación actual es que se difunde con la apariencia de información legítima o verdadera. En definitiva, supone que la mentira se disfraza de verdad para obtener los efectos de esta sobre las personas a las que se dirige.

No obstante, existen muchas formulaciones diferentes de lo que es información falsa¹⁴. A los efectos de este artículo no nos interesa el fenómeno en su vertiente económica como medio ilícito para generar ingresos, sino cuando esa información falsa se utiliza con fines políticos o geopolíticos de poder incisivo (*sharp power*), o como puras operaciones psicológicas.

Por ello, antes de pasar a definir una posible regulación, es necesario definir la información falsa como aquella que tiene un contenido completamente falso, manipulado, distorsionado, o engañoso. No obstante, y por aumentar la precisión del concepto desde un punto de vista de su uso como punto de referencia para la

13 https://ec.europa.eu/spain/news/20191105_eu-vs-disinformation_es

14 «In our work we have defined disinformation as the deliberate creation and sharing of false and/or manipulated information that is intended to deceive and mislead audiences, either for the purposes of causing harm, or for political, personal or financial gain. «Misinformation» refers to the inadvertent sharing of false information». House of Commons Digital, Culture, Media and Sport Committee. *Disinformation and «fake news»: Final Report Eighth Report of Session 2017–19*. Pág. 10

regulación jurídica, es necesario referirse a la distinción ampliamente utilizada entre información errónea (misinformation) y desinformación (disinformation) cuya intención es engañar.

La regulación jurídica de la desinformación en la red

A lo largo de los últimos años, especialmente desde 2016 a raíz de las Elecciones Presidenciales de Estados Unidos y del estallido del escándalo de *Cambridge Analytica*, la cuestión de combatir las desinformaciones en la red ha pasado a formar parte de las **agendas políticas** de casi todas las democracias occidentales y de otros muchos países que no lo son. Ello es así porque la disrupción digital está cambiando nuestras vidas tan rápidamente, nuestra forma de relacionarnos e informarnos, que los efectos negativos de esa maravillosa realidad llamada internet, en su lado oscuro era menos evidente. Su poder enorme para manipular sentimientos y hechos no fue puesto de relieve hasta que las opiniones públicas no se toparon con sus efectos.

Ante esta problemática cada país, o mejor, cada sistema jurídico-político ha reaccionado de una manera. En este artículo sólo nos vamos a centrar en las soluciones legislativas propuestas en Estados Unidos y Europa, pero hay otros países fuera de este entorno que han aprobado normas restrictivas de las noticias falsas como Singapur, Malasia, China, Kenia, Vietnam o Camboya. En la mayoría de estos casos las iniciativas legislativas han sido criticadas por restringir el derecho fundamental a la libertad de expresión usando como excusa la lucha contra las noticias falsas.

La aproximación a la cuestión en los Estados Unidos

Por todo lo anterior, y refiriéndonos ya a los Estados Unidos es necesario comenzar diciendo que pese a la intensidad del debate político y académico acerca de la conveniencia de regular la desinformación en la red mediante normas, tal y como proponen algunos candidatos presidenciales¹⁵, lo cierto es que el principio de **libertad de expresión y de prensa** impera sin límite siendo así el sistema jurídico paradigmático en lo que se refiere a no intervención por parte del poder público en esa esfera de libertad individual. Es la Primera Enmienda de la Constitución de los Estados Unidos

¹⁵ <https://thehill.com/policy/technology/480505-warren-releases-plan-to-fight-election-disinformation>

la que protege la libertad de religión y la libertad de expresión sin interferencia del Gobierno.

Este principio se defiende con independencia de si esa información es o no verdadera o falsa. En ese sentido la censura, así como otras restricciones a la libertad de expresión, serían actos inconstitucionales. Las limitaciones sólo proceden en el ejercicio de **acciones judiciales** en defensa de los derechos de sujetos concretos que resulten perjudicados por difamación, ciberacoso u otras conductas punibles. La sección 230 de la **Communications Decency Act de 1996**, además otorga a los proveedores de servicios digitales inmunidad por los delitos cometidos en uso de la libertad de expresión a través de las plataformas digitales si son cometidos por terceros. Se trata del fundamento legal que ha permitido a las plataformas digitales eludir cualquier responsabilidad por las informaciones publicadas en ellas, a diferencia de los medios de comunicación que sí son responsables legalmente de lo que publican. Un axioma que debe ser reformulado ya que la situación ha cambiado y si bien hace 25 años había que proteger las incipientes empresas de internet, hoy estas mismas son todopoderosas compañías equiparables a Estados mismos tanto por financiación, como por la información que manejan.

En síntesis, la persecución de las noticias falsas con la normativa en vigor ahora en EEUU no es posible más que si un sujeto concreto puede tener acción como perjudicado en sus derechos y siempre de forma reactiva, una vez la publicación de esa información ya se ha producido.

La perspectiva de la Unión Europea

Un enfoque distinto ha seguido la Unión Europea tras años de intensos debates y esfuerzos de investigación y de propuesta sobre las medidas a adoptar. Tras los evidentes y reiterados casos de injerencias rusas mediante estrategias de desinformación que utilizan la potencia de los medios digitales para interferir o deteriorar los sistemas democráticos europeos, la UE comenzó creando en 2015 la *East Stratcom Task Force* como unidad de seguimiento de las actividades de desinformación sobre países miembros. El tratamiento que se le da a la cuestión es el de considerar la desinformación intencionada en este ámbito como un vector de las llamadas *hybrid threats*. En abril de 2018 se aprueba una Comunicación de la Comisión denominada: **La lucha contra la desinformación en línea: un enfoque europeo**. Esta se basa en la necesidad de evitar el deterioro de los sistemas democráticos y sus instituciones mediante el bombardeo constante de noticias falsas que socavan el apoyo y adhesión de los ciudadanos hacia sus propios sistemas políticos. Se señala en ella expresamente que se pretende *sembrar la desconfianza y crear tensiones sociales, lo que puede tener consecuencias graves para*

nuestra seguridad¹⁶.

No obstante, las soluciones propuestas distan mucho de la regulación y se basan en fortalecer la **resiliencia** de la población mediante esfuerzos educativos y formativos, la autoregulación de las plataformas digitales mediante códigos de conducta, apoyo a las entidades verificadoras y al periodismo de calidad, así como utilizar la base regulatoria ya establecida del Reglamento eIDAS para proporcionar veracidad a lo que ocurre en la red. También se apuesta por las soluciones tecnológicas basadas en blockchain e Inteligencia Artificial, y sobre todo por evitar a toda costa distorsiones durante los procesos electorales.

De este plan de acción se han derivado actuaciones concretas tales como la aprobación del **Código de buenas prácticas contra la desinformación** en septiembre de 2019, el Plan de acción contra la desinformación de diciembre de 2018, o el Sistema de alerta rápida puesto en marcha en marzo de 2019. Todas estas acciones tienen en común que han sido adoptadas para evitar medidas regulatorias, que por otra parte la UE quizás no tenga competencia para aprobar, ya que la protección y defensa de los sistemas políticos de los Estados miembros es una competencia propia de la materia seguridad nacional, y esta es competencia exclusiva de los Estados y no de la UE. Esta sólo ha podido adoptar las medidas antes citadas sobre la base competencial del Mercado Digital Único, materia sobre la cual sí es competente. Por tanto, la UE ha adoptado un gran número de iniciativas en forma de distintos programas y estrategias, pero ha evitado impulsar normas jurídicas vinculantes, consciente quizá de la dificultad de normar en una materia tan compleja y hacerlo además sobre una base competencial incierta.

En el paquete de medidas en materia digital aprobado por la Comisión Europea en febrero de 2020, sí hay una preocupación específica por la desinformación en la red usada como arma de desestabilización de las democracias europeas. Así, en la Comunicación *Shaping Europe's Digital Future* de 19 de febrero de 2020, se apuesta por la presentación de un Plan (European Democracy Action Plan) para combatir la desinformación en la red¹⁷.

.....

16 <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018DC0236>

17 *In a world where much of the public debate and political advertising has moved online, we must also be prepared to act to forcefully defend our democracies. Citizens want meaningful answers to attempted manipulations of the information space, often in the form of targeted and coordinated disinformation campaigns. Europe needs greater transparency on the ways in which information is shared and managed on the internet. Trustworthy quality media is key for democracy as well as for cultural diversity. With these in mind, the Commission will present a European Democracy Action Plan and a specific action plan for the media and audiovisual sector.*

https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/communication-shaping-europes-digital-future-feb2020_en_4.pdf

El caso de Alemania y Francia

No obstante, este enfoque no es ni mucho menos el que han adoptado todos los países miembros de la UE. Algunos Estados como Alemania y Francia, entendiendo que la utilización de información falsa con fines de desestabilización política es una grave amenaza para su seguridad nacional. Por ello, han optado por **regular mediante ley** una serie de medidas para combatir esta amenaza a sus sistemas políticos. En definitiva, se entiende que la democracia, que es militante en este caso, se defiende usando los mecanismos del Estado de Derecho para ello. Es la respuesta más firme pero también la más compleja porque debe regularse esta materia con mucho cuidado para no lesionar uno de los fundamentos mismos precisamente del sistema que se quiere defender, que es la libertad de expresión y el derecho a la información.

Alemania aprobó en junio de 2017 la ley contra la publicación en redes sociales de discursos de odio, pornografía infantil, artículos relacionados con el terrorismo e información falsa. Es aplicable a redes sociales con más de dos millones de usuarios. La ley obliga a que las plataformas sociales eliminen los contenidos claramente ilícitos en un plazo de 24 horas después de recibir aviso por parte de un ciudadano. No obstante, si el contenido denunciado no es manifiestamente ilícito, el plazo para hacer comprobaciones se prolonga hasta los 7 días. El concepto de información falsa, por lo que aquí interesa, se reenvía para su conceptualización a los tipos del Código Penal relativos a la difamación y la falsificación de datos. Una vez detectada esa información falsa, la empresa tiene la obligación de retirarla y si no lo hace así, las sanciones pueden alcanzar los 50 millones de euros para la compañía y 5 millones para los directores de esas plataformas.

Esta norma es sin duda la que más lejos ha ido en cuanto a la persecución de las informaciones falsas en internet en el ámbito de la UE. Se trata de una norma que regula y dispone sanciones en caso de incumplimiento, haciendo responsables a las plataformas que son el soporte de esa información falsa. Mucho se ha debatido sobre el contenido de esta ley, y ha recibido muchas críticas desde el punto de vista del respecto a la libertad de expresión, y de la ausencia de intervención judicial como garantía última de esos derechos. No obstante, la ley está en vigor y obliga dos veces al año a publicar informes sobre la actividad de esas plataformas en lo que se refiere a la eliminación de contenidos.

En **Francia** también se ha optado por esta vía normativa de regulación de la desinformación en la red, pero con caracteres muy diferentes a los de la regulación alemana. Tras un intenso debate público el Presidente Macron impulsó la aprobación de dos leyes una orgánica y otra ordinaria en 2018¹⁸. El fin que persiguen ambas

¹⁸ LOI ORGANIQUE n°2018-1201 y la LOI n°2018-1202.

es exclusivamente detener la difusión de las noticias falsas durante los períodos electorales. Ello se logra mediante la creación de una nueva vía judicial civil de urgencia para impedir la difusión de información falsa durante los tres meses anteriores a la celebración de elecciones legislativas o presidenciales nacionales. Es decir, que en este caso, a diferencia de la ley alemana, el instrumento que garantiza los derechos fundamentales es la intervención del juez. Es este el que evalúa la situación y decide. No obstante, como ha señalado el Consejo Constitucional al respecto, el juez puede actuar siempre que la inexactitud o la naturaleza engañosa de la información sean manifiestas y no dejen ningún resquicio para la duda.

En ambos países el Legislador ha ido más allá de lo que parecería prudente en Estados de Derecho plenamente garantes de los derechos y libertades, pero la situación ha conducido a adoptar medidas extremas ante lo que se entiende constituye una amenaza a la propia pervivencia del sistema democrático.

En el fondo lo que se está implementando mediante estas normas es el establecimiento de árbitros de la verdad, las propias plataformas en un caso, y el juez en otro, que deciden lo que es o no información veraz.

Información falsa y regulación constitucional en España

Se ha sostenido que el derecho fundamental más importante que existe es el de expresarse libremente.¹⁹ Probablemente el más importante de los derechos fundamentales en el derecho a la vida que se regula en nuestra Constitución de artículo 15, que es previo a todos los demás y que prohíbe por tanto que el Estado quite la vida a sus propios ciudadanos. No obstante, la matización pone de relieve la importancia del derecho a la libertad de expresión y el derecho a la información en nuestro **sistema democrático**, que hace de nuestras sociedades occidentales regímenes de opinión permitiendo a los ciudadanos tomar decisiones políticas de forma libre.

No es concebible una sociedad libre, ni menos aún un sistema de convivencia democrática sin un amplio reconocimiento de las libertades de expresión e información²⁰. El respeto a la persona y a su libertad es el máximo ideal de la Civilización Occidental.

19 *Sin miedo a exagerar se puede decir que no hay derecho más fundamental que la libertad de expresarse y ello por varias razones: en primer lugar, porque el ejercicio de bastantes de los demás derechos se hace posible y se exterioriza a través de dicha libertad, con respecto a la cual estos se nos aparecen en una relación de especie a género.* Revenga, Miguel. Comentario mínimo a la Constitución española. Coord. Muñoz Machado, Santiago. Planeta y Cortes Generales. 2019. Pág. 92.

20 ALZAGA; Oscar. Derecho político español. Centro Ramón Areces. 2005. Madrid. Pág. 110.

En esta concepción, la libertad tiene como finalidad básica permitir el pleno desarrollo y la perfección de cada persona en la vida social. La libertad encuentra su razón de ser en la **dignidad del ser humano** y en su naturaleza moral como ser racional y libre, que dispone de libertad de elección. Lo cual es condición ineludible para poder hablar de pluralismo social y político. Este es el concepto que nuestra Constitución de 1978 recoge en consonancia con el constitucionalismo español del Siglo XIX y con el constitucionalismo de los países de nuestro entorno durante el Siglo XX.

Además, este derecho a la información entronca también directamente con los principios del artículo 9.2 de la Constitución que regula el principio de participación como una de las tareas que se impone a los poderes públicos: *Corresponde a los poderes públicos promover las condiciones para que la libertad y la igualdad del individuo y de los grupos en que se integra sean reales y efectivas; remover los obstáculos que impidan o dificulten su plenitud y facilitar la participación de todos los ciudadanos en la vida política, económica, cultural y social.* Difícilmente se puede promover esa participación si no hay una libertad total para expresarse, informar, crear o enseñar. En definitiva, éste el núcleo que permite distinguir las sociedades libres de las que no lo son.

Tanto la libertad de expresión como la libertad de información son concebidas como la facultad de exponer la propia convicción de uno en el ámbito científico, religioso, político, o en cualquier otra esfera de actividad humana o social. Esta capacidad de las personas convenida como derecho, no debe estar sometida a previa autorización por parte del poder y tiene como límites la libertad ajena y las exigencias de lo legalmente establecido.

Se ha afirmado de forma reiterada que una de las razones del éxito evolutivo del *Homo Sapiens* es precisamente la **capacidad de comunicar y compartir** información de los grupos humanos que ha permitido organizar sociedades complejas cohesionadas en torno a ideas o creencias, mediante el lenguaje: *«nuestro lenguaje único evolucionó como un medio de compartir información sobre el mundo. Según esta teoría, Homo sapiens es ante todo un animal social. La cooperación social es nuestra clave para la supervivencia y la reproducción»*²¹. Por ello se puede decir que los seres humanos no serían reconocibles como tales sin la capacidad para expresar sus pensamientos, ideas u opiniones. Esa libertad es consustancial por tanto al progreso de la especie, la cual no sería concebible como tal sin esa capacidad para comunicar a sus congéneres.

Esta libertad de expresión y de información se complementa con la **libertad de opinión, ideológica y religiosa** pero no debe confundirse con las anteriores, ya que estas últimas se reconocen respecto a los pensamientos, opiniones, ideas o juicios que se ponen de manifiesto ad intra de las personas y no ad extra como ocurre con las libertades de expresión e información reconocidas en el artículo 20 de nuestra

21 HARARI, YUBAL Noah. *Sapiens. De animales a dioses: Breve historia de la humanidad.* Debate. 2014. Pág. 34.

constitución hoy en vigor.

En definitiva, la libertad para difundir y propagar toda creación del espíritu humano es esencial a una sociedad democrática y por ello, cualquier limitación sobre estas libertades debe entenderse en sentido restrictivo, por el valor esencial que tiene en un sistema político democrático.

La libertad de expresión y el derecho a la información como libertades públicas

El artículo 20 de nuestra Carta Magna reconoce y garantiza un haz de derechos fundamentales que son considerados como una de las bases sobre las cuales se asienta un Estado democrático. En concreto, este artículo 20 garantiza tres libertades (de expresión, de información, y de prensa) que comprenden a su vez varios derechos fundamentales. Estos derechos son la piedra angular sobre la que se asienta el Estado democrático. Sin estas libertades garantizadas de una forma plural no alcanzaría virtualidad el valor superior del ordenamiento jurídico pluralismo político y social consagrado en los artículos 1.1, 6 y 20.3. Y sin ese pluralismo no habría sociedad democrática. La prensa libre es el antiséptico esencial en las democracias. Su falta hace progresar la infección del despotismo o la corrupción, que acaban gangrenando el cuerpo social²².

De entre ese haz de derechos regulados en el mismo artículo 20, son dos los que destacan sobre los demás por su relevancia jurídico-política: **la libertad de expresión y la libertad de información**. De hecho el propio Diccionario del español jurídico de la Real Academia Española señala que la libertad de expresión comprende las facultades que puede ejercer un ciudadano como titular del derecho a la comunicación, entendido como un conjunto, y que comprende la libertad de expresar y difundir libremente los pensamientos ideas y opiniones mediante el escrito, la palabra, o cualquier otro medio de reproducción; la libertad de producción artística, literaria o científica, y técnica; la libertad de cátedra, y la libertad de comunicar libremente información veraz por cualquier medio de difusión²³. En definitiva, el bien jurídico protegido en este artículo 20 es la comunicación pública de ideas, opiniones o juicios de valor.

22 RODRÍGUEZ-ZAPATA, Jorge. Teoría y Práctica del Derecho Constitucional. Tecnos. 1996. Pág. 344.

23 <http://dej.rae.es/#/entry-id/E153310>

La diferenciación entre libertad de expresión y derecho a la información

Ahora bien, aunque se trata como ya se ha dicho, de dos libertades comunicativas, la libertad de expresión y el derecho a la información, **ambas poseen un contenido distinto** y un significado institucional distinto también. Por esa razón nuestra Constitución ha acogido una concepción dualista²⁴ que separa ambas facetas. Se puede decir que la libertad de expresión y la de información poseen objetos diferentes.

Así, la **libertad de expresión** tiene como núcleo la protección del individuo a la hora de exteriorizar o comunicar sus pensamientos, ideas, u opiniones. Se puede decir que la libertad de expresión corresponde a todo ser humano que puede exteriorizar sin trabas cualquier manifestación intelectual y comunicarla directamente mediante la palabra o mediante el gesto y a difundir todo ello a través de cualquier medio técnico o no (palabra, escrito, reunión, manifestación, radio, televisión, internet...) con el objeto de persuadir o expresar sin más de forma libérrima lo que se encuentra en el interior del intelecto humano.

Ahora bien también se garantiza el derecho al **silencio** como consecuencia del reconocimiento de ese ámbito íntimo de libertad²⁵. Demostración de ese derecho a guardar silencio como faceta del derecho a la libertad de expresión es la inclusión en el artículo 24.2 de la Constitución del derecho a no declarar contra sí mismo. Por tanto, la libertad de información protege la libertad de expresión civil, profesional, comercial, política y religiosa.

En cambio, la **libertad de información** protege la actividad humana de transmitir hechos veraces que puedan estar dotados de relevancia pública para el conjunto de la sociedad.

Esta diferenciación no tiene un carácter puramente formal, sino que tiene **consecuencias ciertamente relevantes**, ya que la libertad de expresión no va a estar condicionada por la veracidad o no del contenido de ese acto comunicativo. En cambio, la libertad de información si va a estar condicionada por la constatación o no de la veracidad del contenido del acto comunicativo. Si esa condición no se cumple, la información así transmitida no estará amparada por la norma al no ser manifestación del derecho a la libertad de información²⁶.

24 ALZAGA; Oscar. Derecho político español. Centro Ramon Areces. 2005. Madrid. Pág. 110.

25 RODRÍGUEZ-ZAPATA, Jorge. Teoría y Práctica del Derecho Constitucional. Tecnos. 1996. Pág. 347.

26 GUICHOT, Emilio. Derecho de la comunicación. Iustel. 2015. Pág. 28.

El requerimiento constitucional de la información veraz

Según el apartado 1, d) del artículo 20, el derecho de información incluye tanto el derecho a comunicar como a recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión. Por ello se considera que este derecho **no tiene por objeto opiniones sino hechos** y específicamente hechos noticiables²⁷. El derecho a recibir información tiene como titulares a la generalidad de las personas; a su vez también el derecho a comunicar información corresponde a todos.

El diccionario de la RAE define el adjetivo **veraz** como «Que dice, usa o profesa siempre la verdad». Cuando la Constitución exige que la información sea veraz no por ello está privando de protección a las informaciones que puedan resultar erróneas, sino estableciendo un específico deber de diligencia sobre el informador a quien se le puede y debe exigir que lo que transmite como hechos y no como opinión haya sido contrastado con datos objetivos.

Por ello la información que **no sea veraz** en el sentido de no contener información cierta no puede estar amparada por las libertades constitucionales antes citadas. Se priva pues de esta garantía constitucional a quien defraudando el derecho de todos a la información actúe con menosprecio de la veracidad o falsedad de lo comunicado²⁸. Por ello, se puede concluir que la transmisión de rumores, infundios, conjeturas o simplemente de falsedades, no está bajo la protección del derecho a la libertad de información.

No ha existido un desarrollo normativo de esta obligación de proporcionar información veraz por parte de los medios, sin duda motivada por la **dificultad constitucional intrínseca** de intentar definir unos valores o principios objetivos que permitan definir cuando no nos encontramos ante información ajustada a la verdad. En una tarea casi filosóficamente imposible hacerlo a priori, estableciendo unos estándares normativos comunes y válidos para cualquier caso que se presente. Es una tarea inútil e incluso peligrosa, ya que definir categorías a priori para reconocer la información no veraz podría resultar limitativo para la libertad de información.

Para integrar este concepto de información veraz es necesario acudir a la **jurisprudencia del TC** que ha ido señalando la interpretación de este importante aspecto de la información caso a caso según los recursos presentados. En este sentido se extrae de su jurisprudencia que la veracidad de la información es la clave de su protección. De hecho, nuestra Constitución en este aspecto como en tantos otros se adelantó a su tiempo si tenemos en cuenta que cuando fue redactada aún no había

27 ALZAGA; Oscar. Derecho político español. Centro Ramon Areces. 2005. Madrid. Pág. 110.

28 STC 6/1988

nacido el concepto de postverdad tan común hoy, ni la gran problemática de la difusión de noticias falsas gracias a las tecnologías de la información.

Como se decía antes, el sentido de esta jurisprudencia es precisamente dotar de virtualidad a esta obligación de difundir información veraz mediante la privación de toda garantía de protección constitucional a quien defraudando el derecho de todos a la información actúe con **menosprecio de la veracidad** o falsedad de lo comunicado. Así se recoge en las STC 6/1988 y 219/1992 entre otras. El precepto constitucional exige la veracidad en el caso de la información, lo cual se ha interpretado como necesidad de veracidad subjetiva, es decir que el informante haya actuado con diligencia, haya contrastado la información de forma adecuada a las características de la noticia y a los medios disponibles (SSTC, entre otras, 6/1988, de 21 de enero, 240/1992, de 21 de diciembre; 47/2002, de 25 de febrero; 75/2002, de 8 de abril), puesto que de exigirse una **verdad objetiva** eso haría imposible o dificultaría en extremo el ejercicio de la libertad de información²⁹.

Por ello, se puede afirmar que el TC ha sentado como premisa en esta materia que el sentido de la información veraz amparada por la libertad de información **no es sinónimo de verdad o absoluta certeza**. Esta condición de veracidad de la información se plasma en la constatación del hecho de que quien difunde esa información ha llevado a cabo esa función con el conocimiento y diligencia y rigor exigible a los profesionales que trabajan en los medios de comunicación.

Esto supone que en el caso de que se compruebe que se ha difundido una información que resulta no ser veraz, no puede privarse sin más a ese hecho informativo de la protección constitucional de la libertad de información, sino que para llegar a esa conclusión habrá que comprobar si el profesional ha realizado su función con arreglo o no a esa **diligencia profesional debida**. Si no ha sido así, se podrá entender que esa información no goza de la protección del derecho constitucional regulado en el artículo 20.

De la jurisprudencia asentada por el TC en los últimos 35 años se extraen una serie de **características** que permiten averiguar si esa diligencia se ha producido o no respecto a la labor desempeñada por el profesional de la información³⁰.

La primera es el análisis de las **fuentes** que se han utilizado para elaborar esa información. Si el manejo de esas fuentes ha sido diligente y se ha comprobado de forma suficiente la veracidad de la procedencia de esa información, se entenderá que este parámetro se da por cumplido. El segundo parámetro vendrá constituido por la comprobación de esa información obtenida, su **contraste** por parte del profesional, con el objeto de reflejar en esa información los distintos enfoques posibles. Por último,

29 <http://www.congreso.es/consti/constitucion/indice/sinopsis/sinopsis.jsp?art=20&tipo=2>

30 Guichot, Emilio. *Derecho de la comunicación*. Iustel. 2015. Pág. 36.

será también un aspecto a valorar la **objetividad o neutralidad** con la cual es tratada esa información por parte del profesional.

La protección general de los derechos contenidos en el artículo 20 de la constitución

Con carácter general la protección de los derechos fundamentales en España viene recogida en el artículo 53 de la Constitución piedra angular sobre la cual se construye todo el sistema de garantías de esos derechos. Este artículo contiene en su apartado 1 las dos garantías básicas desde el punto de vista de la regulación que son: **la reserva de ley**, garantía de naturaleza formal y el respeto al **contenido esencial**, garantía de naturaleza material.

Ahora bien, la ubicación de ese artículo 20 que regula estos derechos dentro de la Sección 1ª, del Capítulo 2 del Título I, es decir entre los artículos 14 a 29, supone colocarlos en el máximo nivel de protección posible a nivel constitucional y legal. En primer lugar, la reserva de ley orgánica, es decir, la necesidad de que la regulación legal que se lleve a cabo sea mediante **ley orgánica**. En segundo lugar, la necesidad de acudir a un **procedimiento de reforma de la constitución** por el procedimiento agravado y especialmente rígido de reforma del artículo 168. Siguiendo con ese recorrido breve por las garantías hay que referirse a la protección que brinda el recurso de amparo ante el TC regulado en el artículo 121 de la propia Constitución y el denominado amparo ordinario ante la jurisdicción contencioso-administrativa. Por último y ya en la esfera internacional como consecuencia de la pertenencia al Consejo de Europa se encuentra la protección que brinda el Tribunal Europeo de Derechos Humanos.

Por otra parte, cabe hacer referencia otras instancias de protección de esos derechos que recoge la Constitución como son la institución del Defensor del Pueblo y por último, el mecanismo de defensa de la Constitución que se recoge el artículo 116 relativo a las declaraciones de estado de alarma, excepción y sitio.

Las garantías específicas de los derechos a la información

El ordenamiento jurídico contempla varias garantías de los derechos que pueden ser vulnerados en el ejercicio de los derechos y libertades informativas. La primera de ellas viene constituida por el **derecho de réplica** que no está recogido de forma expresa en la Constitución pero que deriva directamente del derecho a comunicar o recibir libremente información veraz. Este derecho de réplica se articula en la Ley Orgánica 2/1984, de 26 de marzo, reguladora del derecho de rectificación. Esta ley permite a toda persona, natural o jurídica, tener el derecho a rectificar la información difundida, por cualquier medio de comunicación social, de hechos que le aludan, que considere inexactos y cuya divulgación pueda causarle perjuicio. Es por ello un límite a libertad de expresión y al derecho a la libertad de información.

La segunda de las garantías es la relativa a la **cláusula de conciencia y el secreto profesional**. Se trata de garantías constitucionalizadas en el artículo 20.2 que se crean para la protección de los profesionales. La cláusula de conciencia es una garantía que la Constitución ofrece al informador frente al posible cambio de orientación del medio para el que trabaja. El secreto profesional se concibe como el deber de guardar silencio respecto de lo que se conoce en función del desempeño del propio oficio y que en la práctica se traduce en un derecho de los profesionales a guardar silencio erga omnes sobre la fuente de su información lo cual les pone a salvo de cualquier sanción que pudiera imponerse por no revelar sus fuentes.

La tercera de las garantías consiste en el **control parlamentario** que la constitución recoge de los medios de comunicación social estatales en su artículo 20.3: *La ley regulará la organización y el control parlamentario de los medios de comunicación social dependientes del Estado o de cualquier ente público y garantizará el acceso a dichos medios de los grupos sociales y políticos significativos, respetando el pluralismo de la sociedad y de las diversas lenguas de España.*

Especial mención merece la labor que la Junta Electoral Central ejerce en **período electoral** acerca de la información difundida por los medios de comunicación y que también es un control adicional respecto a la celebración de elecciones y la conformación de la opinión pública por la acción de los medios de comunicación públicos, velando para la actividad de estos se ajuste a la ley³¹. Escapa no obstante a la acción de la Junta Electoral el control sobre esa labor de información en las plataformas sociales, lo cual abre interrogantes sobre la eficacia de esa tutela informativa si se tiene en cuenta que los medios de comunicación han perdido el monopolio informativo en favor de las

31 SÁNCHEZ NAVARRO, Ángel. *Sistema electoral y nuevas tecnologías: oportunidades y riesgos para la legitimación democrática del poder*. Nueva Política Pública. Anuario multidisciplinar para la modernización de las Administraciones Públicas. 2005. Pág. 102.

plataformas y redes sociales.

La cuarta de las garantías es la **prohibición de censura** que el sistema constitucional reconoce para el derecho a la información. El constituyente quiso ser tajante y rotundo en esta prohibición de forma tal que se constatase sin lugar a dudas una ruptura total con un pasado histórico en esta materia, tan profuso en censuras gubernativas y de otro tipo a lo largo de Historia. Se pretende así la plena consecución del aseguramiento por vía constitucional de la interdicción de la censura previa por parte de ningún poder público. La prohibición es así absoluta y no admite excepción siquiera para preservar otros derechos constitucionales. La única excepción posible viene dada por lo establecido para los casos de declaración de estado de excepción y sitio que se regula en el artículo 55.1 de la propia Constitución.

La expresión censura previa debe de ser interpretada en un sentido muy **amplio** que alcance todos los tipos posibles de censura incluso los más débiles y sutiles tal y como señaló la STC 52/1983. Ahora bien, no constituye censura previa la capacidad que tienen los directores de los medios de comunicación para ejercer la facultad de veto sobre el contenido de las publicaciones.

Otra garantía específica³² consiste en que sólo podrá procederse al secuestro de publicaciones, grabaciones u otros medios de información en virtud de **resolución judicial**, según el artículo 20.5. Ello supone imponer la garantía de independencia del Poder Judicial a la hora de acordar estas medidas tan restrictivas del derecho a la información. Por otra parte, la prohibición temporal de publicación o emisión se considera una medida cautelar destinada a evitar una grave vulneración de derechos u otros bienes protegidos por el ordenamiento que igualmente sólo podrá efectuarse mediante resolución judicial motivada (STC 187/1999)³³.

La posibilidad de regular la desinformación por ley en España

De todo lo anterior se extrae con claridad que los derechos de libertad de expresión y de derecho a la información veraz, están dotados de las **máximas garantías posibles** en nuestro sistema constitucional. No solo por su inclusión dentro del elenco de derechos especialmente protegidos por estar regulados en el artículo 20 y dentro por tanto de la secc. 1ª del Capítulo 2 del Título I, sino por la garantía institucional añadida de ser piezas irrenunciables para el funcionamiento del sistema democrático. Para reforzar

32 BLANCO VALDÉS, Roberto. Introducción a la Constitución de 1978. Alianza editorial. 2006, pág. 221

33 <http://www.congreso.es/consti/constitucion/indice/sinopsis/sinopsis.jsp?art=20&tipo=2>

lo anterior el Constituyente añadió una serie de garantías adicionales prueba de que desde el punto de vista del Estado democrático estos derechos son más importantes que otros, ya que gozan de una **protección hiper-reforzada**.

En concreto, se regulan a nivel constitucional esas garantías adicionales tales como el secreto profesional, la cláusula de conciencia y el control parlamentario de los medios de comunicación del Estado. Ello supone un **plus de protección constitucional** que hace de estos derechos fundamentales una subcategoría especialmente protegida dentro de la categoría de derechos fundamentales de especial protección comprendidos en la Sección 1ª del Capítulo 2 del Título I. Ello tendrá importantes consecuencias a la hora de abordar la materia que ahora se estudia, ya que cualquier limitación en estos derechos fundamentales a la libertad de expresión y al derecho a la información deberá estar especialmente justificada. De no ser rigurosamente así, cualquier actuación limitativa será susceptible de ser declarada **inconstitucional**.

Ello se debe tener en cuenta de cara a articular cualquier iniciativa legislativa que intentase regular la difusión de información falsa en internet. Una regulación como la que han aprobado Alemania y Francia podría encontrar problemas de encaje constitucional en España si se estableciese en los términos aplicados en estos países, si nos atenemos a los precedentes sentados por el TC. Situación distinta sería que el TC, ante la situación real de desinformación que se está produciendo en el entorno digital, decidiese **variar su doctrina** y ampliar el ámbito de actuación del Legislativo para regular la veracidad de la información.

Pero se insiste en que esa regulación debería hacerse de manera muy respetuosa con respecto a la libertad de expresión y al derecho a la información, y quizá no merezca la pena intentar esta regulación con tantos condicionantes y con un posible campo de acción de la norma tan estrecho. Se correría el peligro de aprobar una **ley-manifiesto** que quedara reducida a una simple reafirmación de valores y principios constitucionales ya proclamados y protegidos en la Constitución, sin poder dar un paso más en acciones reales para protegerlos.

Por ello, y sin perjuicio de no descartar de entrada esos esfuerzos por regular normativamente la desinformación en la red, **hay que optar** más bien por toda una serie de políticas públicas que deben impulsarse desde las Administraciones Públicas con carácter previo y urgente. En línea con el marco estratégico fijado por la UE y antes citado, es necesario iniciar políticas públicas **educativas** que incidan en la alfabetización digital intensa de la población que usa masivamente medios tecnológicos y la información que circula por ellos. En muchas ocasiones desconoce cómo funcionan y que modelo económico hay detrás de ese nuevo universo; deben proporcionarse herramientas para que se pueda discernir la información que es evidentemente falsa y que circula por la red. Este esfuerzo debe ser más intenso en aquellos colectivos más vulnerables, infancia y personas mayores porque son más vulnerables a la manipulación en la red. Debería insertarse en el propio sistema educativo y ser apoyado por los medios de comunicación públicos especialmente.

Por esta razón, la **Estrategia Nacional de Ciberseguridad 2019**, ha destacado como Línea 7³⁴ de actuación el fomento de una adecuada **Cultura de Ciberseguridad** que aumente la **resiliencia** de los ciudadanos, las empresas y la sociedad frente a las amenazas procedentes de la red.

Pero este es un esfuerzo demasiado complejo en una realidad, como es la digital, dominada por actores privados. Nada se alcanzará sin un enfoque *multistakeholder* de colaboración público-privada que permita la participación de empresas privadas. Nada se podrá hacer sin su apoyo. Y es ahí donde el Estado posee herramientas jurídicas que sobradamente pueden estimular o promover esa implicación de actores privados en el incremento de la resiliencia de la sociedad española. Colaborar con el Estado en este esfuerzo de difundir un consumo responsable y con sentido crítico de la información en la red, debe ser un elemento que distinga a unas empresas de otras y que conlleve beneficios concretos o intangibles a esas compañías que quieran contribuir a ese esfuerzo colectivo.

Todo ello es especialmente relevante respecto a las **grandes empresas de comunicación** que tienen la obligación de mantener unos altos estándares de veracidad, objetividad y accesibilidad a la información que publican. Estos medios, que tradicionalmente han tenido el monopolio de la información han perdido esa posición con la irrupción de internet. Su responsabilidad ahora en mantener unos niveles de credibilidad altos que les permitan ser referencia frente a la información falsa que prolifera en internet.

La desinformación como vector potenciador de los diversos tipos de crisis de seguridad nacional: la desinformación y el covid-19

La reciente pandemia provocada por el COVID-19 es una buena muestra de cómo en el devenir humano la Historia nos demuestra que nunca se puede dar por sentado un cierto estado de cosas. **Lo inesperado ocurre** y si no se ha adoptado las medidas esenciales preparatorias de la respuesta de carácter jurídico, organizativo, y presupuestario, la respuesta por fuerza vendrá caracterizada por la improvisación, el error y las fatales consecuencias en vidas humanas tal y como se está demostrando en la crisis del COVID-19. Muy pocos gobiernos a nivel mundial han adoptado medidas rápidas, contundentes y efectivas desde el primer momento.

34 <https://www.dsn.gob.es/es/documento/estrategia-nacional-ciberseguridad-2019>

Quizá Occidente en especial está acostumbrado a estamentos dirigentes que acostumbran a dulcificar la verdad. Se prefiere un tipo de gobernante agradable, solo portador de buenas noticias, que no pone de manifiesto riesgos que puedan distorsionar nuestras vidas; una cierta forma de hacer las cosas más centrada en el marketing y la propaganda que en afrontar los hechos. El caso es que esta crisis ha hecho saltar por los aires ese modelo de gobierno, válido para momentos de calma, pero no para afrontar crisis globales como esta. Se están adoptando **medidas jurídicas restrictivas de derechos** como nunca en Occidente desde la II Guerra Mundial, y en Europa especialmente no estamos acostumbrados a ello. Se trata de un riesgo global que ha pillado a los gobiernos desprevenidos y que va a incrementar de forma exponencial la **percepción de riesgo** en la sociedad.

Es cierto que este **auténtico cisne negro**, aunque se manejaba como probable en los escenarios de riesgos globales, había perdido protagonismo en favor de otros riesgos derivados del cambio climático. En los Informes de Riesgos Globales de 2007, 2008 y 2015, del **WEF**, las pandemias aparecían como una amenaza global destacada. En el de 2020 no figura entre los 10 riesgos globales más disruptivos en términos de probabilidad e impacto. Es decir, que cuando la opinión pública mundial, y los que la conforman, se centraban en todo lo relacionado con el medio ambiente como gran amenaza, la epidemia de coronavirus irrumpe y el mundo entero siente una incertidumbre sobre su futuro que nadie habría podido imaginar 30 días antes del estallido de la crisis.

Desde un punto de vista jurídico que atañe al **marco cognitivo**, que es lo aquí interesa, hay que resaltar que esta crisis demuestra varias cosas. Por una parte, muestra claramente como la guerra de la desinformación está también presente en el contexto de **enfrentamiento geopolítico**. Así se recoge en diversos informes y llamadas de atención por parte de los organismos competentes. Así, lo ha puesto de manifiesto reiteradamente el NATO Strategic Communications Centre of Excellence³⁵, y la East StratCom Task Force de la Unión Europea³⁶. La crisis del coronavirus está siendo utilizada como herramienta de desinformación por algunos países en el contexto del enfrentamiento desinformativo contra Occidente y la Unión Europea en concreto³⁷. Así se viene señalando de forma reiterada desde el inicio de la crisis también desde la UE que ha publicado informes en relación con las acciones de algunos Estados en este contexto dislocado cuyo objetivo es desprestigiar a la UE y en general al modelo político de democracia occidental. Estas narrativas pretenden degradar la confianza en

35 <https://www.stratcomcoe.org/>

36 <https://euvsdisinfo.eu/coronavirus-disinformation-moscow-overplays-its-hand/>

37 <https://www.bellingcat.com/news/2020/03/25/the-coronavirus-disinformation-system-how-it-works/?fbclid=IwARo5NseE1Mn2ztiDai7JU5ALuhkh2Ipd3aDnmvOYysnnTRARQ15n42KAiM>
<https://www.ft.com/content/d65736da-684e-11ea-800d-da70cff6e4d3>

las instituciones, y por otro lado, exaltar los logros en el combate contra la pandemia de los sistemas autoritarios que son presentados como pretendidamente más eficaces. Al mismo tiempo, se usan esas narrativas transmedia para fomentar la difusión de teorías conspiratorias y para aumentar la aceptación e imagen de esos países entre las sociedades objetivo de estas campañas de desinformación³⁸. También desde el punto de vista de la pura persecución de la criminalidad organizada se ha puesto de relieve que la desinformación puede ser un vector de ataque que debilite la **respuesta sanitaria** contra la pandemia, como han manifestado EUROPOL³⁹ y ENISA⁴⁰.

La crisis del COVID-19 ha superado los límites de una pura crisis sanitaria y se ha convertido en una auténtica **crisis de seguridad nacional** por sus efectos profundos y transversales en otros ámbitos de la seguridad nacional, como la seguridad económica, la seguridad alimentaria o la ciberseguridad. Este es el enfoque que se debió haber adoptado desde el principio del estallido de la pandemia y que no se adoptó. Se deberían haber activado y aprovechado los mecanismos y protocolos ya existentes al amparo de la **Ley 36/2015, de seguridad nacional** desde el primer momento, declaración de situación de interés para la seguridad nacional en el mes de febrero, para posteriormente pasar en marzo a la adopción de medidas más limitativas como el estado de alarma. De esa manera los mecanismos jurídicos y administrativos habrían podido ser activados de forma gradual y más eficaz, por tanto. Además, habría permitido aplicar las enormes capacidades de las **Fuerzas Armadas**, sanitarias, logísticas, NBQ, entre otras, de forma gradual para preparar una adecuada respuesta al estallido de la pandemia.

Conclusiones

Son muchos los que afirman que nuestras democracias liberales están en peligro en medio de este nuevo paradigma en el cual la **verdad** ha dejado de existir. El resultado es un vacío de valores, ya que estos no son referenciables a una verdad objetiva. Ahora bien, la cuestión es cuál debe ser la respuesta desde el poder público, desde los Estados, a esta situación nueva de falta de certezas en un contexto social de desconfianza e incertidumbre.

Es de resaltar que nunca antes la Humanidad ha tenido un momento histórico tan favorable desde el punto de vista de los avances científicos y técnicos, desde el punto de

38 <https://euvsdisinfo.eu/eeas-special-report-update-2-22-april/>

39 <https://www.europol.europa.eu/newsroom/news/rise-of-fake-%E2%80%99corona-cures%E2%80%99-revealed-in-global-counterfeit-medicine-operation>

40 <https://www.enisa.europa.eu/news/enisa-news/joint-fight-against-covid-19-related-threats>

vista de la seguridad colectiva, o desde el punto de vista de las posibilidades de progreso económico, si nos comparamos con otras etapas anteriores. Sin embargo, la sensación y la opinión de una gran cantidad de ciudadanos de muchos países, especialmente los que mejor posición ocupan en esa carrera global por el bienestar, consiste en la **desconfianza** y en creerse engañados por gobiernos, medios de comunicación y otras instituciones, en una especie de sentimiento de cinismo existencial que conduce a pensar que nada de lo que se comunica es cierto.

Ello es así porque el **concepto mismo de verdad** es el que está en crisis. Este dato es esencial si queremos intentar entender qué se puede hacer a la hora de frenar esa tendencia hacia la descomposición social que pulveriza cualquier intento de proteger a las sociedades internamente contra la **polarización y el enfrentamiento social**. En definitiva, se trata de saber qué está pasando en la sociedad para poder potenciar las fuerzas centrípetas que habitan en ella frente a las fuerzas centrífugas que también están presentes en cualquier país. Y ello porque la Historia nos demuestra que no hay sociedad que prospere desde el enfrentamiento, la confrontación y la fragmentación.

Por ello, ese restablecimiento de **consensos básicos compartidos** basados en ciertas verdades, no muchas, pero comúnmente aceptadas por la mayoría de habitantes de una sociedad dada, son la base misma de los sistemas demo-liberales desde hace más de 250 años. Atacar esos fundamentos y en su caso eliminarlos de las conciencias de los ciudadanos de esos Estados, es el ataque más profundo, destructivo, y eficaz que se pueda desencadenar contra estos sistemas de gobierno, siendo así una de las amenazas más letales que un sistema constitucional pueda sufrir. Lo que se denomina *cognitive warfare* es realmente una amenaza primaria contra los sistemas democráticos⁴¹. Es más, en algunos casos debe escalar esa utilización de la desinformación como lo que es en realidad, auténticas operaciones de desinformación que deben inscribirse como herramientas de guerra híbrida o conflictos en la zona gris, definida esta como la combinación de instrumentos de guerra convencional, irregular, e informativa, que también puede incluir instrumento de guerra económica y otras formas de confrontación⁴².

En este sentido la responsabilidad de las grandes compañías propietarias de plataformas sociales es enorme. Se debe regular la responsabilidad de esas empresas por la información que difunden. La **autoregulación** es la mejor aproximación a esta asunción de responsabilidades mediante códigos de actuación suscritos de forma voluntaria. Así, está siendo muy destacado el desempeño del Código de Prácticas contra la Desinformación⁴³ auspiciado por la Comisión Europea en 2018 y que ha sido

41 BACKES Oliver and SWAB Andrew. Cognitive Warfare: The Russian Threat to Election Integrity in the Baltic States. Harvard Kennedy School of Government. Nov 2019. Pág. 31.

42 Information Warfare: Issues for Congress. Congressional Research Service. 2018.

43 <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/code-practice-disinformation>

suscrito por las principales plataformas online. Los informes anuales publicados en cumplimiento de este Código son prueba de que se pueden implementar iniciativas en este sentido. Pero si esa autoregulación no es suficiente para evitar que esas plataformas se conviertan en máquinas de desinformar, habrá que regular de forma directa por parte del Legislador, haciendo que estas grandes compañías asuman su responsabilidad en caso de no poner todos los medios para evitar la difusión de la mentira con el fin de alterar los procesos democráticos.

Los golpes de Estado del siglo XXI ya no necesitan sólo actos de fuerza, que también, sino que la acción ya ha sido preparada previamente en otros **teatros de operaciones, que son nuestras conciencias**, nuestros pensamientos, nuestra libre voluntad en cierta manera. Por ello, esa táctica de influir sobre nosotros, ciudadanos libres, es clave para la Seguridad Nacional de un Estado, para mantener la soberanía, independencia y libertad de una Nación frente a los intentos externos por alterar esa libre capacidad de decisión informada y soberana.

Que un Estado utilice todos los medios posibles para **defender su Constitución** es una conclusión lógica cuando la continuidad de ese régimen constitucional y ese Estado se ve amenazada por la utilización de mecanismos y estrategias ajenas al marco democrático, que por serlo es de Derecho. En el estado de cosas actual es bien conocido que los mecanismos y sistemas para destruir un sistema constitucional ya no son sólo los bien conocidos golpes de Estado que describiese en *Técnica del golpe de estado*, Curzio Malaparte en 1931. En el contexto del Siglo XXI, del ciberespacio y la era digital, en la realidad de los conflictos híbridos y en un marco VUCA⁴⁴, hay otras **nuevas formas** de proceder a acabar con un sistema constitucional conforme a lo que describió Schmitt como supuestos de supresión, quebrantamiento y destrucción de la Constitución⁴⁵.

Por tanto, la defensa de un sistema constitucional dado exige **adaptarse** a estas nuevas amenazas. En caso contrario, los mecanismos jurídicos de defensa de la Constitución quedarían obsoletos y el propio sistema inerte ante este tipo de ataques que pueden en la práctica ser igual de lesivos para un sistema constitucional y democrático de Derecho que los que se podrían denominar amenazas tradicionales de desestabilización y destrucción de un sistema democrático. Por ello, si se quiere hacer sobrevivir estos sistemas en el entorno actual, es necesario adoptar mecanismos jurídicos, políticos e institucionales adaptados a las nuevas necesidades y que permitan garantizar la supervivencia de sistemas constitucionales basados en libertades fundamentales y derechos reconocidos.

44 VUCA: acrónimo utilizado para describir o refleja la volatilidad, Incertidumbre, complejidad y ambigüedad de condiciones y situaciones. La noción fue creada por el U.S. Army War College.

45 SCHMITT, Carl. *Teoría de la Constitución*. Alianza Editorial. 2001. Pág. 108.

La cuestión central no es tanto la necesidad de la adaptación a esa nueva realidad, que es legítima, sino la **forma de hacerlo** manteniendo precisamente el respeto a ese marco de libertades y derechos y a las garantías institucionales que supone. Un problema que otros regímenes políticos, que no son plenas democracias, no tienen.

Para frenar esta intromisión, las democracias deben desplegar un arsenal, de razones y de acciones. Todas las **capacidades** de los Estados se deben desplegar para neutralizar esos intentos de manipulación. Esas herramientas serán las propias de aquellos que tienen encomendadas la tarea de proteger esos sistemas constitucionales: los poderes del Estado, Legislativo, Ejecutivo y judicial. Estos deberán utilizar todas sus capacidades, normativas, educativas, informativas y punitivas. Ahora bien, no parece que puedan establecerse directivas de acción comunes a todos los Estados. Las acciones a emprender van a depender mucho de las coordenadas, históricas, jurídicas, políticas y sociales de cada país.

Por ello, si se opta por acciones legislativas duras como en Alemania, habrá que entender que se debe a sus propios condicionamientos. Si se opta por acciones en el ámbito cognitivo-educativo, como en los países escandinavos, habrá que entender esa opción como la más adecuada a sus circunstancias geográficas o sociales. O si se escoge una aproximación informativa de descubrimiento y difusión por los medios de los intentos de manipulación, como en Estados Unidos, habrá que entender que en un régimen de opinión pública es una aproximación eficaz para poner al descubierto esos intentos de manipulación.

Es muy posible que una **combinación adecuada** de todas estas acciones por parte de los Estados, en función de sus características, sea la respuesta correcta para poder confrontar estas nuevas amenazas híbridas, producto de una combinación de vectores. El enfoque que parece más adecuado al respecto es el de una estrategia múltiple que contemple varias acciones coordinadas en la línea de lo que ha constituido la recomendación de la Comisión Europea en esta materia recogidas en el documento *A multi-dimensional Approach to disinformation*⁴⁶. En este sentido, las cinco líneas que

46 *Disregard simplistic solutions. Any form of censorship either public or private should clearly be avoided. Fragmentation of the Internet, or any harmful consequences for its technical functioning should also be avoided. The HLEG's recommendations aim instead to provide short-term responses to the most pressing problems, longer-term responses to increase societal resilience to disinformation, and a framework for ensuring that the effectiveness of these responses is continuously evaluated, while new evidence-based responses are developed. The multi-dimensional approach recommended by the HLEG is based on a number of interconnected and mutually reinforcing responses. These responses rest on **five pillars designed to:***

- 1. enhance **transparency** of online news, involving an adequate and privacy-compliant sharing of data about the systems that enable their circulation online;*
- 2. promote **media and information literacy** to counter disinformation and help users navigate the digital media environment;*
- 3. develop tools for **empowering users and journalists** to tackle disinformation and foster a positive engagement with fast-evolving information technologies;*

se marcan son de una evidente utilidad a la hora de implementar políticas públicas eficaces para combatir la desinformación en la red y aumentar la resistencia de la sociedad en general.

En este sentido **las Fuerzas Armadas** tienen mucho que aportar a la defensa de los modelos constitucionales occidentales, ya que durante siglos han sido las instituciones más interesadas e implicadas en el manejo, uso, y tratamiento de la información en todas sus vertientes. La relevancia de la información antes y durante los enfrentamientos, dada por los ejércitos, así como la importancia de los factores psicológicos presentes en el enfrentamiento armado, constituyen piezas esenciales de cualquier doctrina militar. Por ello, ese conocimiento y aplicación práctica del conocimiento es esencial que sea aprovechada por las autoridades nacionales de los Estados que pretendan defenderse con garantías de éxito frente a las amenazas contra la seguridad nacional y la soberanía de los Estados en el ámbito cognitivo.

Se trata de un esfuerzo nacional que no es nuevo pero que ha cambiado, mutando su forma y las herramientas de la amenaza. Lo que subyace al final es el mismo peligro; la posibilidad de que las decisiones soberanas de los ciudadanos de una nación no sean adoptadas de forma libre, sino que sean **manipuladas** por otros sujetos exteriores sin que la opinión pública siquiera tenga conocimiento de ello.

Se trata de una **amenaza real** en el contexto de la sociedad digital hiperconectada, en la cual ya ni siquiera lo que se ve tiene que ser real debido a la tecnología de los deep fakes. Son en sí mismos un peligro para la seguridad nacional porque suponen un paso más en la senda de la desinformación y el engaño en la red. Todo ello constituye un riesgo terrible para las sociedades abiertas y democráticas que, por supuesto no se produce en sociedades sin libertad, en las cuales la opinión de los ciudadanos no es relevante frente a las decisiones del poder. Además, como nos demuestra la crisis del COVID-19, la desinformación es utilizada también como potenciadora de los efectos de amenazas que proceden de ámbitos diversos de la seguridad nacional, como en este caso, de la seguridad sanitaria.

No obstante, se debe afirmar la posibilidad de combatir estas operaciones en el ámbito cognitivo. De entre todas las herramientas para lograr el éxito en esta tarea, ninguna tan poderosa como una **ciudadanía formada, informada y educada** en el nuevo contexto digital y por ello resiliente; una ciudadanía concienciada y comprometida con sus sistemas democráticos, constitucionales e institucionales, razón de ser de esas

4. *safeguard the **diversity and sustainability** of the European news media ecosystem*

5. *promote continued **research** on the impact of disinformation in Europe to evaluate the measures taken by different actors and constantly adjust the necessary responses*

libertades y de la prosperidad que disfrutan. Es una tarea obligatoria para los Estados emprender políticas públicas sostenidas y eficaces de educación digital que permitan a los ciudadanos adquirir las capacidades necesarias para vivir en una sociedad que ya es digital. De entre todas esas habilidades es imprescindible fomentar el espíritu crítico sobre la información que se recibe para que el ciudadano libremente decida lo que es información veraz y lo que es manipulación intencionada.

Los Estados deben contar con herramientas jurídicas y políticas para poder obligar a empresas, ciudadanos y plataformas sociales a cumplir con la máxima de que lo que no es legal en el mundo real no puede serlo tampoco en el ámbito digital. No se puede permitir que en el ciberespacio impere la ley de la fuerza y no impere la fuerza de la ley.

Capítulo tercero

Medios de comunicación

Marta Peirano

Resumen:

La primera parte de este capítulo se centra en la comunicación pública como escenario principal del ámbito cognitivo, el lugar donde se desarrollan las campañas de desinformación. Aunque los medios de comunicación tradicionales siguen siendo un espacio de acción importante, en este caso estudiamos las condiciones técnicas, legales y sociales del nuevo ecosistema mediático que domina la comunicación pública: las nuevas plataformas digitales y sus más populares aplicaciones, especialmente los sistemas de mensajería privada pero masiva y la red social.

La segunda parte disecciona la nueva arquitectura de la desinformación a través de dos casos representativos que ofrecen un alto nivel de complejidad y han sido suficientemente documentados: la campaña electoral estadounidense de 2016 y la actual crisis del Coronavirus. Habla de propaganda, técnicas de reclutamiento y radicalización.

La tercera parte se ocupa de los retos de la comunicación para la defensa, y ofrece algunas reflexiones acerca de la estrategia apropiada para combatir o frenar las campañas de desinformación. Es la parte más propositiva y contiene dos posibles soluciones: un protocolo de intervención para crisis específicas y una estrategia a largo plazo para la construcción de una relación mediática fuertemente basada en la inoculación de la ciudadanía a través de la colaboración con medios e instituciones y la reconstrucción de un ecosistema mediático más resiliente.

La cuarta parte contiene una conclusión acerca de la importancia de la comunicación en momentos de crisis.

Palabras clave:

Ecosistema mediático, Campaña de Desinformación, Fake news, Protocolo de emergencia, Liderazgo en momentos de crisis, Comunicación, Resiliencia, Propaganda, Técnicas de reclutamiento, Radicalización, Polarización, Inoculación.

The Media

Abstract

The opening section of this chapter revolves around public communication as the main scenario for the cognitive domain; the place where Disinformation takes place. Though traditional media remains an important area, we will focus on the technical, legal and social characteristics of the media ecosystem that currently dominates public communication: digital platforms and its most popular applications, especially private but massive message services and the social network.

Second part dissects the current Disinformation architecture through two representative case studies, chosen because they offer enough complexity and have been thoroughly researched: USA 2016 presidential campaign and the current Coronavirus crisis. This section deals with propaganda, recruiting techniques and radicalization.

The third section recognizes some of the challenges to public communication of the Defense areas and thinks around some of the strategies which could be bolstered to fight or slow down Disinformation campaigns. It focuses on specific actions that can be taken and offers two possible protocols: a short term set of actions for immediate crisis intervention and a long-term strategy for the establishment of a new communications plan, strongly based on citizen inoculation through collaboration with mass media and academic institutions, and designed to build a more resilient media ecosystem.

Last section is a short conclusion about the importance of communications in times of crisis.

Keywords

Media ecosystem, Disinformation Campaign, Fake News, Emergency Protocol, Leadership in times of crisis, Resilience, Propaganda, recruiting strategies, Radicalization, Polarization, Inoculation

Falsehood flies, and truth comes limping after it, so that when men come to be undeceived, it is too late; the jest is over, and the tale hath had its effect: like a man, who hath thought of a good repartee when the discourse is changed, or the company parted; or like a physician, who hath found out an infallible medicine, after the patient is dead¹.

Jonathan Swift

Introducción

La caída del Muro de Berlín puso punto y final a la Guerra Fría e inició el proceso hacia un mundo marcado por el fin del comunismo y el triunfo de la democracia liberal. Para nosotros, fueron tiempos de apertura, de Unión Europea, de prosperidad económica y libertad intelectual. El atentado contra las Torres Gemelas, en septiembre de 2001, marcó el principio de un proceso inverso hacia un mundo inverso, caracterizado por el cierre de fronteras, la intolerancia y la vigilancia masiva. En el momento de escribir estas líneas, el embajador Wolfgang Ischinger inaugura la Conferencia de Seguridad de Munich diciendo: «El mundo se ha vuelto menos occidental». Quiere decir menos democrático y menos liberal².

El nuevo mundo no solo es diferente sino que está marcado por dos elementos que no tienen precedentes: la crisis climática y el Internet global. Donde antes el acceso a la información estaba pautado por medios de comunicación de masas fuertemente centralizados y locales, con una programación variada y dominada por las franjas de entretenimiento familiar, la era de la información nos ha traído un ecosistema mediático global, caracterizado por el flujo constante de noticias, dominado por las plataformas digitales y el modelo que llamamos de «red social».

El nuevo ecosistema mediático

Contra la opinión popular, las plataformas digitales son una clase diferente de medio de masas. Para empezar, no son medios de comunicación. Administrativamente, son

1 La falsedad vuela, mientras la verdad se arrastra tras ella, de suerte que cuando los hombres se desengañan, lo hacen un cuarto de hora tarde. La broma acabó, sí, pero surtió su efecto: es cómo aquél que ingenia una buena réplica cuando ya ha cambiado la conversación, o se fueron sus interlocutores; como aquel médico que se encontró el remedio al rato de morir el paciente”. SWIFT, Jonathan, *The Examiner* N° XIV, 9 nov. 1710. Disponible en: <https://puncriticico.com/ausajpuncriticico/2018/04/08/the-examiner-no-xiv-por-jonathan-swift/>

2 https://elpais.com/internacional/2020/02/14/actualidad/1581707209_406134.html

proveedores de servicios y, por lo tanto, no están sujetos a la misma normativa que la radio, la prensa escrita o la televisión, sino que están regulados por la Ley de prestación de servicios de la Sociedad de la Información (LSSI)³, cuyo artículo 16 sobre la «Responsabilidad de los prestadores de servicios de alojamiento o almacenamiento de datos» establece que: «Los prestadores de un servicio de intermediación consistente en albergar datos proporcionados por el destinatario de este servicio no serán responsables por la información almacenada a petición del destinatario, siempre que no tengan conocimiento efectivo de que la actividad o la información almacenada es ilícita o de que lesiona bienes o derechos de un tercero susceptibles de indemnización».

Asimismo, el artículo 17 sobre la «Responsabilidad de los prestadores de servicios que faciliten enlaces a contenidos o instrumentos de búsqueda» establece que «Los prestadores de servicios de la sociedad de la información que faciliten enlaces a otros contenidos o incluyan en los suyos directorios o instrumentos de búsqueda de contenidos no serán responsables por la información a la que dirijan a los destinatarios de sus servicios, siempre que no tengan conocimiento efectivo de que la actividad o la información a la que remiten o recomiendan es ilícita o de que lesiona bienes o derechos de un tercero susceptibles de indemnización». A diferencia de los medios de comunicación tradicionales, las plataformas digitales son legalmente irresponsables del contenido que distribuyen. En los EEUU, donde residen la mayor parte de las plataformas, están legisladas por la Sección 230 de la Decencia de las Comunicaciones. En China, donde residen la otra mitad de las grandes plataformas, están sometidas al escrutinio del gobierno, que decide de manera opaca qué cosas son apropiadas y censura las demás.

La segunda gran diferencia es semántica. Los medios de comunicación tradicionales producen, editan y licencian sus propios contenidos, mientras que las plataformas digitales distribuyen contenido generado por los usuarios. No solo es mucho más barato sino que genera un volumen mucho mayor de contenidos, variaciones e iteraciones sobre todos los temas posibles. Donde el medio tradicional ejercía la labor de elegir los temas más importantes del día e informar sobre ellos -como establece el famoso motto de The New York Times -All the news that's fit to print-, la plataforma digital contrapone un algoritmo que no selecciona sino que ordena automáticamente los contenidos para cada lector en función de unos criterios basados en lo que sabe la plataforma del propio usuario. Un algoritmo de «recomendación» que teóricamente valora datos demográficos y culturales, políticos y religiosos, aficiones, consumo, trabajo, amistades, patrones de conducta y geolocalización. Pero que también incluye un factor comercial.

3 <https://www.boe.es/buscar/pdf/2002/BOE-A-2002-13758-consolidado.pdf>

Las plataformas digitales y la desinformación

El negocio de las plataformas es ayudar a las marcas encontrar a los usuarios más susceptibles a su producto o a su mensaje, creando una «meteorología» que facilita la venta o la introducción del objeto promocionado. De este modelo de recomendación, del que nace un ecosistema de distribución de contenido infinito y a la carta pero sin edición, se deriva una consecuencia importante: el algoritmo de recomendación ofrece a cada usuario una visión del mundo diseñada específicamente para él, pero el contexto le hace pensar que es la única. El usuario piensa que sus noticias, anuncios, comentarios y notificaciones son más o menos una versión de una realidad compartida, porque no tiene acceso al contenido que ven los demás. En los últimos años, hemos visto cómo el abanico de productos promocionados se ampliaba de los cosméticos, viajes y lavadoras a los candidatos políticos y las ideologías, convirtiendo la red en la principal herramienta de individuos, lobbies, gobiernos y campañas para la colonización del espacio cognitivo. Una herramienta de manipulación que es mucho más poderosa de lo que la prensa escrita, la radio o la televisión han sido o podrían ser jamás.

Esta herramienta, que permite hablarle al oído a millones de personas de manera individual, personalizada y secreta, no tiene precedentes de ninguna clase. Hace 20 años, una campaña comercial o política podía repetirse hasta la náusea por todas las emisoras de radio y por todos los canales de televisión, pero toda la población estaba viendo la misma. Hoy las multinacionales, las marcas, los gobiernos y las campañas políticas online crean mensajes distintos para segmentos de la población diferentes, a veces tan pequeños como 50.000 personas, que no tienen forma de saber que su mensaje difiere del de su vecino, su jefe o su profesor.

Este modelo de comunicación anula la capacidad de debate de la sociedad en su conjunto, que se aísla de las personas que le rodean, incapaz de comprender sus códigos, y se encierra en su burbuja ideológica, recalitrándose en su posición. Ese aislamiento, incomprensión y polarización ideológica que Eli Pariser ha bautizado como «filtro burbuja» (*El filtro burbuja. Cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos*), ha demostrado ser un terreno especialmente fértil para las campañas de desinformación.

Arquitectura de la desinformación digital

La historia nos ofrece múltiples ejemplos del uso de propaganda y medios de comunicación de masas como arma política. En la era de la información, el terreno mediático ofrece oportunidades a actores no estatales, disidentes y movimientos

civiles contra gobiernos autoritarios y regímenes opresivos. También es la estrategia escogida por grupos terroristas, grupos gubernamentales y agencias de desinformación comprometidas en la Guerra Política por Internet.

Las prácticas de ISIS para indoctrinar, reclutar y adiestrar jóvenes por todo el territorio europeo en 2014 han sido imitadas por actores como la Internet Research Agency y el servicio de inteligencia militar de las Fuerzas Armadas de la Federación Rusa, más conocido como el GRU, cuyas campañas contra Ucrania al servicio del Kremlin, así como su intromisión en las elecciones presidenciales de EEUU en 2016 han sido largamente investigadas en los últimos años. Esta clase de guerra se desarrolla exclusivamente en el espacio cognitivo, de manera invisible. Estas tácticas son utilizadas por multinacionales para influir en la legislación y eludir responsabilidades (como Bayer Monsanto con el uso de glifosato) y por regímenes no democráticos para atacar otros modelos políticos, intervenir sus procesos democráticos y sembrar la discordia y el caos. También para vigilar, controlar y reeducar a los propios ciudadanos, como es el caso de China y su sistema de crédito social o para incendiarlos contra ciertas minorías étnicas hasta el punto del genocidio. Es el caso de Myanmar contra los Rohingya, su minoría musulmana y de los linchamientos en India y México.

Este modelo sofisticado de guerra psicológica y desinformación ha encontrado terreno especialmente fértil en las redes sociales, amparado bajo la opacidad de las plataformas y la viralidad de algoritmos diseñados para premiar lo chocante, lo indignante y lo aterrador. Su condición de monocultivo -Facebook tiene 3.000 millones de usuarios, un tercio de la población mundial- ofrece también todas las vulnerabilidades características de esa clase de ecosistema. Las plagas se propagan y crecen con la virulencia de un incendio ingestionable, mientras que las soluciones tienden a ser externas, locales e infraequipadas.

Ninguna de las medidas tomadas por las plataformas desde los escándalos derivados de la intervención rusa en las elecciones estadounidenses o la explotación de datos de Cambridge Analytica para las campañas del Brexit y Donald Trump han sido particularmente fructuosas a la hora de monitorizar o reducir los ataques. Investigaciones por parte de diversas organizaciones internacionales indican que la inversión que países como Rusia, Irán, China o Venezuela han hecho en sus respectivos equipos de ciberataque y desinformación han aumentado en los últimos años. En consecuencia, la propagación de las noticias falsas ha contaminado fuertemente el ecosistema mediático en el que debemos trabajar, y con él las instituciones (el gobierno), los procesos democráticos (la confianza en el voto), la salud de los ciudadanos (vacunas, cambio climático) y el bienestar de las minorías.

Los múltiples análisis de las elecciones de 2016 en EEUU nos ofrecen una fotografía del momento en el que se afianza una oscura industria de servicios construida alrededor de las plataformas digitales. Las revelaciones de Edward Snowden en 2013 pusieron al descubierto la red de espionaje masivo post 9-11, construida de forma clandestina por el Departamento de Defensa de los EEUU y ampliada por su red de aliados,

principalmente Inglaterra, Canadá, Australia y Nueva Zelanda. La colaboración de las grandes plataformas digitales, todas multinacionales estadounidenses sujetas a la Patriot Act, quedó patente desde las primeras publicaciones de sus documentos, relativos a los proyectos PRISM y Xkeyscore. Google, Facebook y Apple, Amazon y Microsoft no eran solo las extensiones virtuales de la plaza pública, celebrados por la Primavera Árabe como las herramientas de la revolución. También eran los tentáculos de la inteligencia occidental anglosajona, una silenciosa navaja suiza de capacidades bélicas infinitamente escalables y facilitadas por plataformas publicitarias. Pero parecía sujeta a dos contextos que el público general consideró rápidamente tolerables: la lucha antiterrorista y la segmentación comercial. Las elecciones de 2016 y la campaña de Cambridge Analytica en el referéndum del Brexit revelaron una nueva dimensión mucho más distópica. Un universo híbrido entre lo comercial y lo político, poblado por granjas de trolls rusas, fábricas de desinformación en Macedonia y perfiles psicográficos contruidos a base de «likes».

La tormenta perfecta: EEUU 2016

Durante las elecciones a la presidencia de los EEUU en 2016 hubo al menos tres campañas paralelas a favor de Donald Trump. Solo una fue oficial y solo dos eran políticas. La tercera era políticamente agnóstica, estrictamente comercial. Las tres fueron campañas oscuras, cuya existencia conocemos ahora en detalle gracias a los dos informes que encargó la Comisión de Inteligencia del Senado (SSCI) y que publicó inmediatamente después⁴. Las tres se retroalimentaron mutuamente porque tuvieron lugar en el ecosistema mediático de las plataformas digitales, convirtiéndose en aliados presuntamente involuntarios, unidos por la oscura magia de los algoritmos de recomendación. Presuntamente, si creemos que la oficial no se hizo en complicidad con Rusia, un debate interesante pero que no compete a la intención de este manual.

La campaña oficial de Donald Trump compró 5,9 millones de anuncios en Facebook, frente a los 66,000 de la campaña de Clinton, apoyando y amplificando su discurso misógino, antisistema, anti inmigración y anti instituciones. Una gran parte de anuncios criminalizan a Clinton (de apodo: crooked Hillary) y explotan la amenaza islamista y la invasión de bandas latinas. Con ayuda del sistema de microtargeting de Facebook y las técnicas de segmentado poblacional de Cambridge Analytica, diseñaron cientos de miles de mensajes diferentes, adaptados a diferentes perfiles de población. Esto le permitió formar su propio ejército de bots humanos para compartir sus eslóganes, reclutar nuevos fans y crear efectivas campañas de supresión del voto.

⁴ Las investigaciones encargadas por el senado estadounidense, conducidas por la firma de análisis de seguridad New Knowledge y el Departamento de Propaganda Computacional de la Universidad de Oxford respectivamente, tuvieron lugar de forma paralela en el tiempo y desconectada una de otra para garantizar su independencia. https://www.intelligence.senate.gov/sites/default/files/documents/Report_Volume2.pdf

Las campañas de supresión del voto están diseñadas para los no simpatizantes. No tratan de convencer al ciudadano de que vote al candidato sino desalentar o impedir que vote por su principal competidor. Históricamente se han basado en la interposición de trámites que impiden física o burocráticamente el voto de los sectores antagonistas, generalmente minorías racializadas. El nuevo ecosistema mediático ofrece la posibilidad de crear campañas segmentadas de desprestigio clandestinas, diseñadas para ofuscar a los votantes de la competencia. La campaña de Trump ejecutó al menos tres -una para las feministas, otra para afroamericanos y una tercera para la izquierda desencantada- desviando su interés hacia la candidata del pequeño partido verde Jill Stein. En los tres casos se utilizaron videos, informaciones y datos manipulados que demostraban que Clinton era misógina, racista y aliada de los bancos. Siguiendo la retorcida lógica de las campañas, Trump era también todas esas cosas pero al menos era un lobo con piel de lobo. Alguien que dice las cosas como son. Stein consiguió solo un 1% de los votos totales. No habría ganado nunca pero, con esos votos, Clinton habría superado ampliamente a Trump.

Para reclutar voluntarios e involucrarlos intensamente en la campaña, se utilizó el sistema de segmentación de anuncios de Facebook, que permite encontrar audiencias específicas de dos maneras. Primero, se pueden buscar perfiles específicos como varón caucásico de 30-50 años residente en el Medio Oeste con un salario mínimo, afición a las armas y cómodo con el insulto racista, violento y misógino. El sistema no da una lista con sus nombres porque, como dice Mark Zuckerberg, Facebook no vende datos, solo vende publicidad. Pero dice cuántos hay en cada zona y ofrece distintos modelos de campaña para llegar hasta ellos.

Para descubrir quiénes son basta con hacer que se manifiesten a través de una campaña interactiva que les pregunte, por ejemplo, ¿crees que peligran los valores del pueblo americano? o ¿te importaría que tu hija saliera con un mexicano? Si contestan afirmativamente, son invitados a un grupo secreto de Facebook para hablar con espíritus afines de las cosas que realmente les importan. Si contestan lo contrario, insistes: ¿has contestado eso porque crees que es lo «correcto»? Así encontraron fácilmente a la clase de hombres blancos rabiosos, empobrecidos y frustrados que se manifestaron en Charlottesville, repentinamente empoderados en su nueva comunidad. La segunda herramienta se llama «audiencias similares» y utiliza un grupo de personas que sí conoces (por ejemplo, tus votantes o los hombres desencantados de la primera pesca), y los usa de modelo para encontrar personas similares. Esto es, personas que a veces podrían llegar a pensar o sentir parecido pero que no lo hacen todavía, o no lo dicen por vergüenza, porque realmente creen que no está bien. Gente cerca del borde que necesita un empujón.

Esta segunda clase requiere una dieta de contenidos diseñados y escogidos para alimentar su miedo: mexicanos que violan niñas, islamistas que reclutan adolescentes, mujeres castradoras, hijas drogadictas, razas con enfermedades que «infestan» la sociedad. Cuando el usuario busca confirmación en otras fuentes o acude a otras

plataformas, los algoritmos interpretan su consumo por genuino interés y le ofrece más de lo mismo, maridándolo con contenidos similares sobre operaciones militares encubiertas, pozos envenenados con yodo, antivacunas y chemtrails⁵, exacerbando la visión paranoica y apocalíptica del mundo. Los usuarios no saben que su dieta de información ha sido diseñada exclusivamente para ellos, y empiezan a creer que las personas que se la discuten son corruptas, criminales, irresponsables o necias. Pronto encontrarán refugio en grupos que comparten la realidad de esos hechos y se organizan para salvar el mundo de sus consecuencias.

El usuario pensará que están en todas partes porque se los encuentra en Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest y Youtube. No se da cuenta de que son esos grupos los que le han venido a buscar. Se unirá a grupos secretos de Facebook que alimentan el aura de rebelión, de camaradería y de comunidad heroica que reconforta en los momentos de crisis, y ofrecen un propósito. El usuario no sabe que muchos de sus nuevos amigos son perfiles falsos, y que están ahí para aplaudir cuando hace lo correcto, acariciar su vanidad, alimentar su sesgo de confirmación y crear una ilusión de consenso, pretendiendo que su ideología extremista y marginal es en realidad compartida por una silenciosa mayoría. Paradójicamente, este método de reclutamiento online no fue inventado por la ultraderecha norteamericana sino por los mismos grupos del ISIS a los que desean exterminar. La campaña de Trump tenía dos mecenas y un director de orquesta. Peter Thiel, dueño de la empresa de espionaje Palantir; Robert Mercer, dueño de Cambridge Analytica y Steve Bannon, ideólogo de la campaña y arquitecto de la red de propaganda compartida de la extrema *derecha europea*.

La campaña rusa tuvo dos partes. Por un lado, agentes del GRU hackearon el correo de John Podesta, jefe de campaña de Clinton con la típica campaña de phishing. Le enviaron un correo suplantando a Google donde le pedían que entrara en su cuenta para hacer una actualización de seguridad. Así obtuvieron su nombre de usuario y contraseña, descargaron todos sus correos y los filtraron a través de Wikileaks. Utilizaron astutamente el sistema de filtraciones anónimas de la plataforma de Julian Assange para alejar el material de sí mismos y validarlo ante los medios de comunicación, un truco típico de la desinformación. Y, en este caso, una carambola perfecta. Según el informe del Columbia Journalism Review (CJR), «en seis días el New York Times había publicado tantas noticias sobre los correos de Hillary Clinton como de todos los demás asuntos políticos combinados durante los 69 días desde el comienzo de la campaña».

Por otro lado, la Internet Research Agency (IRA), una agencia de desinformación comercial con sede en San Petersburgo y fuertes lazos con el Kremlin, lanzó una elaborada campaña de intoxicación en redes sociales, en la que miles de perfiles falsos

.....

5 La teoría de la chemtrails o quimioestelas interpreta las estelas de condensación visibles que dejan los aviones que vuelan a gran altura como «estelas químicas» que dispersan agentes químicos o biológicos sobre la población.

pretendiendo ser americanos parecidos a sus targets colonizaron los grandes espacios de activismo político. Crearon grupos de acción como Army of Jesus o Blacktivist, organizando campañas diseñadas para amplificar el caos con teorías de la conspiración, alimentar el miedo con noticias escabrosas y provocar la violencia lanzando a unos grupos contra otros con mensajes como «¿cuándo hemos conseguido algo por la vía pacífica?» o «cuando acaben con nosotros irán a por ti». Lanzaban enjambres de bots contra aquellos que desafiaban su campaña y a favor de los simpatizantes, utilizando el sarcasmo y la adulación como sistema de incentivos.

Para entonces IRA era ya una empresa de tres plantas con mil personas trabajando por turnos para cubrir todas las horas de todos los días de la semana, creando páginas web, haciendo documentales, produciendo campañas, creando fundaciones, asociaciones de ayuda y hasta clases de artes marciales para mujeres maltratadas. Comprando anuncios por valor de millones de dólares y, sobre todo, haciéndose pasar por americanos enfurecidos y contagiando de ira a sus conciudadanos. Cuentas falsas de votantes de Trump pelearon contra cuentas falsas de seguidores de Bernie Sanders, a menudo controladas por la misma persona en San Petersburgo.

En varias ciudades convocaron manifestaciones antagonistas de minorías étnicas y religiosas para defender sus espacios de ocio o de rezo contra grupos armados de ultraderecha que los querían demoler. Son tácticas de la Guerra Fría que habían exportado a Filipinas, entrenado en Ucrania y que llevan utilizando en Europa desde 2013, apoyando movimientos independentistas, partidos antisistema o cualquier movimiento rupturista como el referéndum del Brexit o los indignados, con ayuda de sus vehículos internacionales de propaganda, la agencia de noticias Sputnik y la web alternativa Russia Today, ahora RT

La tercera campaña a favor de Donald Trump fue completamente apolítica. Una docena de muchachos desempleados en Veles, la segunda ciudad más grande de Macedonia, habían creado un ingenioso sistema para ganar dinero rápidamente: crear páginas web con contenidos robados de otros medios y usar los análisis métricos de sus visitas para ganar dinero con AdSense, el sistema automático de anuncios de Google. Habían empezado con remedios mágicos para combatir enfermedades y recetas naturales de productos de belleza hechos en casa, capitalizando el mismo odio a las industrias farmacéuticas y los especialistas que caracteriza al movimiento antivacunas. En 2016, sin embargo, sus métricas apuntaron hacia las elecciones estadounidenses como un amplificador exponencial de visitas y empezaron a crear noticias a favor de Trump.

Los macedonios eran políticamente agnósticos. Apoyaron a Trump porque daba más visitas que apoyar a Hillary y, por lo tanto, más recaudación. Su trabajo, aunque perversamente banal, tuvo mucho éxito. A menudo sus noticias inventadas consiguieron eclipsar a las grandes cabeceras estadounidenses, incluyendo la CNN y el New York Times, con titulares tan absurdos e irresistibles como «El Papa Francisco sorprende

a todos apoyando a Trump». Su estrategia era lanzar millones de titulares, vigilar su comportamiento y escoger los más populares para apostar sobre sus contenidos con publicidad. Y casi nunca eran suyos. A menudo robaban titulares e ideas que habían sido creados por la agencia rusa o por la campaña oficial de Trump, colisionando con ambas inadvertidamente e inflando su valor en la red social. Una tormenta perfecta que los algoritmos interpretaron como una explosión de contenidos populares que se recomendó sin descanso por todos los rincones de la red.

Estado de la Desinformación, 2020

Desde entonces, todas las campañas de intoxicación digital tratan de repetir esa tormenta. La combinación de estrategias ha sido imitada por la coalición de partidos de ultraderecha, presuntamente unidos bajo la batuta de Steve Bannon y apoyados por la agencia rusa. Desde su éxito de 2016, la IRA ha ido dejando su rastro en numerosos procesos democráticos, además de colonizar cualquier movimiento social con sus versiones más contestatarias, como ocurrió con los chalecos amarillos en Francia⁶ y probablemente ocurre con las campañas organizadas contra la cuarentena en EEUU. Es de prever que asistirán a cualquier campaña de desinformación que fracture la sociedad de un país, independientemente de su propósito. Su objetivo es debilitar las instituciones democráticas para acabar con la hegemonía económica y política del sistema democrático occidental. Un objetivo que comparte con otras estructuras de propaganda de estado que imitan el modelo ruso en el entorno global, como China, Venezuela o Irán. No todas son tan sofisticadas. Como apunta un informe de la empresa de análisis FireEy: «Las cuentas rusas parecen diseñadas para sembrar discordia entre los grupos para destruir la confianza en el proceso democrático y crear distracciones, mientras que la propaganda iraní parece más monotemática. No vemos contenidos anti y pro-palestinos, solo comentarios contra Israel y a favor de Palestina».

Puntos cardinales de una campaña de desinformación

Agencias de desinformación como la IRA, donde se crean contenidos que se distribuyen por las diferentes plataformas, principalmente Instagram, Facebook y Youtube, creando un universo consistente. «El verdadero objetivo de la propaganda totalitaria no es la persuasión sino la organización -explica Hannah Arendt en Los orígenes del Totalitarismo». -Lo que convence a las masas no son los hechos, ni siquiera

⁶ <https://www.dw.com/en/frances-yellow-vests-and-the-russian-trolls-that-encourage-them/a-46753388>

los hechos inventados, sino solo la consistencia del sistema del que presuntamente forman parte».

Propaganda de estado disfrazada de medios alternativos locales. Siguiendo el modelo de RT, la agencia iraní Union of Virtual Media (IUVM) publica medios de noticias «alternativos» en otros idiomas como US Journal y Real Progressive Front en EEUU, The British Left y Critics Chronicle en UK, Nile Net Online en Egipto o Manquehue en Latinoamérica. Todos roban contenido ajeno para adobarlo con su propia propaganda.

Medios y canales de noticias falsas o robadas. A veces creadas con contenido propio o robado, a veces creadas con propósito político o comercial y a menudo las cuatro cosas al mismo tiempo. Sus contenidos están dictados por las métricas pero la clave sigue siendo la misma: todo el mundo comparte los titulares extremos. Unos porque los apoyan, otros porque los denuncian y la mayoría porque quieren compartir su incredulidad. A los algoritmos les da lo mismo quién viraliza un contenido porque están optimizados para incrementar el tiempo de interacción.

Conspiracionistas. Tienen páginas web, canales de youtube y podcasts dedicados a los contenidos más bizarros y extremos. Parecen fanáticos o locos -un ejemplo clásico es Alex Jones de Infowars-cuando en realidad son comerciantes sin escrúpulos en busca de clicks que cabalgan a lomos de atentados, desastres medioambientales, accidentes y tiroteos. Producen una dieta de noticias falsas, remedios mágicos, testimonios, retórica antivacunas y, sobre todo, teorías de la conspiración. Especialmente compatibles con los contenidos de las agencias de desinformación, como la rusa IRA, con las que se amplifican mutuamente.

Grupos secretos en Facebook, Reddit, Instagram o Gabb donde se recluta y entrena a las guerrillas digitales. Este procedimiento fue utilizado por la IRA o por Rodrigo Duterte, que construyó su tribu en Filipinas para ganar las elecciones creando grupos de debate ciudadanos que inundaron las redes de noticias falsas sobre crímenes horrendos cometidos por los carteles del narcotráfico local.

Granjas de clicks/trolls para ataques coordinados, reclutamiento de voluntarios, crear ilusión de consenso en torno a opiniones, ideologías o candidatos minoritarios e inflar las cifras de las campañas coordinadas con personas reclutadas. Duterte pagó a influencers y contrató miles de trolls para que le promocionaran y ridiculizaran al resto de candidatos, distribuyendo rumores maliciosos sobre su vida personal. La última moda es mandarlos a alabar a un candidato para después acusarlo de comprar clicks.

Campañas políticas oscuras que usan publicidad microsegmentada para sembrar dudas, provocar la indignación o alimentar los temores de la población seleccionada. Su forma más nociva y popular son las campañas a través de SMS y Whatsapp, donde los voluntarios reclutados o agencias de clicks contratadas mandan grandes cantidades de contenidos falsos a través del sistema de mensajería encriptado, aprovechando el entorno íntimo con el usuario, a la vez que esquivan la monitorización pública y la

responsabilidad legal. Especialmente efectivo en aquellos países donde funciona Free Basics, el programa de Facebook para ofrecer datos móviles a coste cero.

Con Free Basics, los usuarios tienen acceso a Internet pero siempre a través del mismo ecosistema mediático dominado por la propaganda microsegmentada, Facebook, WhatsApp e Instagram. Es el caso de Brasil, donde Jair Bolsonaro ejecutó su campaña exclusivamente a través de Facebook y WhatsApp, distribuyendo millones de contenidos microsegmentados, manipulados y falsos desde cientos de miles de números fantasma comprados por Internet. Los medios lo llamaron indistintamente «el Duterte brasileño» y «el Trump latino», en referencia a su discurso xenófobo, homófobo, misógino y violento, y a su uso de las nuevas herramientas de desinformación.

Agencias y consultores de marketing online como Cambridge Analytica que subcontratan las herramientas y servicios necesarios en casa caso para trabajar con gobiernos, agencias de inteligencia, multinacionales y campañas políticas para manipular a la ciudadanía. En 2018, inmediatamente después del escándalo de Cambridge Analytica, la organización berlinesa Tactical Tech publicó una lista con más de 300 empresas del sector⁷. En los últimos dos años, el sector ha crecido exponencialmente, abarcando todos los aspectos de la promoción y la intoxicación online.

La tormenta perfecta II: Coronavirus

La desinformación existe en todas partes todo el tiempo, pero no siempre prospera. Como las bacterias y los hongos, necesita encontrar un medio adecuado para crecer. «Si Hitler hubiese empezado su carrera en otro lugar o momento que no fuera la Alemania de la posguerra -explica Madeleine Albright en su último libro, *Hell and other places* -probablemente habría pasado su vida adulta predicando sus ideas frente a pequeños grupos de borrachos y matones. Pero se encontró con millones de oyentes que estaban tan furiosos que habían dejado de pensar y tan amargados que solo necesitaron un empujoncito para escuchar su mensaje de odio.» Nuestra receptividad es variable, pero hay momentos predecibles de gran vulnerabilidad: cuando somos víctimas de problemas sistémicos, como la pobreza, el paro y la corrupción, y cuando experimentamos un shock que destruye lo cotidiano y nos llena de incertidumbre, como una guerra, un desastre climático o una crisis sanitaria. Es un fenómeno conocido, que ha sido descrito en detalle por la académica canadiense Naomi Klein en su segundo libro, *La Doctrina del Shock*. En 2020, la mayor parte del planeta experimenta una combinación de ambos.

⁷ https://cdn.ttc.io/s/ourdataourselves.tacticaltech.org/data-companies-and-digital-consultants-long-list_updated-28th-Nov-2018.pdf

Una alarma epidemiológica es una premisa especialmente productiva para la desinformación, como demuestra el hecho de que millones de personas siguen pensando que el virus del VIH fue creado en un laboratorio secreto de armas biológicas en el estado americano de Maryland. Este relato, creado por la KGB y descubierto tras la caída del muro como Operación Infektion en los archivos de la STASI, se plantó bien lejos del origen, en un diario indio publicado en lengua inglesa llamado Patriot, en julio de 1983⁸. Bajo el trepidante titular «El SIDA podría invadir India», un científico estadounidense de renombre que naturalmente debía mantener el anonimato explicaba que el laboratorio secreto había enviado especialistas del Centro de Enfermedades Infecciosas (CDC) a la selva latinoamericana y la sabana africana en busca de virus mortales para usar contra la población. El Pentágono había extendido el experimento a Pakistán, desde donde el virus llegaría a la India.

Se trata de una fórmula que hoy conocemos de sobra: un whistleblower⁹ con información privilegiada de insider pero identidad secreta ofrece detalles muy específicos sobre actividades improbables de poderosas agencias gubernamentales contra la indefensa población. Su legitimidad estaba sujeta a la realidad por dos extremos: miles de personas estaban muriendo de VIH y una liberación reciente de documentos clasificados reveló que científicos norteamericanos habían experimentado con armas biológicas en laboratorios de Fort Detrick, Maryland. Por no hablar del Watergate. La inacción inicial de la administración Reagan durante la crisis del VIH hizo que la historia encontrara terreno fértil en la propia sociedad norteamericana. Sus raíces son profundas pero tardó años en florecer. No existían Facebook, Twitter ni WhatsApp.

La desinformación que surge al principio de una crisis sanitaria suele ser una variación de dos ideas:

- a) Hay un virus mortal y el gobierno oculta su existencia, su gravedad, su origen, la cifra de muertos, su incompetencia, etc.
- b) El gobierno/oposición/enemigo se inventa/crea/exagera la existencia de un virus para declarar el estado de alarma, controlar a la población, justificar medidas impopulares o drásticas y conservar/conseguir el poder.

En el mundo globalizado de realidades microsegmentadas de 2020, donde todas las posibilidades conviven al mismo tiempo, la pandemia del COVID-19 produjo todas las variantes de golpe en todos los idiomas posibles. Al mismo tiempo, el confinamiento forzoso de una gran parte de la población mundial sometió a millones de personas a una

8 <https://www.nytimes.com/2017/12/12/us/politics/russian-disinformation-aids-fake-news.html>

9 Palabra de difícil traducción, puesto que significa fuente secreta o delatador pero su traducción literal es «soplón».

dieta saturada de rumores, datos inventados, remedios mágicos, fraudes encubiertos, informaciones contradictorias y comunicados oficiales imprecisos e insuficientes, mientras trataban de comprender el alcance del desastre, pegados a sus teléfonos, en un estado de prolongada ansiedad. Una vez más, confluyen tres campañas.

La campaña rusa. En el periodo inicial de la propagación del coronavirus, la Comisión Europea detectó «que también estaba aumentando la desinformación, mentiras e inexactitudes» y que parte de esa desinformación «provenía de fuera de la UE, también de Rusia o de proveedores que están en Rusia o vinculados de alguna manera a fuentes pro-Kremlin». Según su Equipo East StratCom, dependiente del Servicio de Acción Exterior de la UE y creado tras la cumbre del Consejo Europeo de marzo de 2015 para contrarrestar las campañas de desinformación rusa, «el objetivo general de la desinformación del Kremlin es agravar la crisis de salud pública en los países occidentales» con bulos y rumores que buscan «exacerbar el terror, el pánico y la confusión» en la opinión pública. A partir de abril, la máquina de propaganda china también se hizo sitio en las redes, apoyando la tesis de que el virus había sido importado por tropas estadounidenses, enlazando dos documentos publicados por la web canadiense Global Research, bien lejos del origen. Y fueron amplificados por las redes de propaganda rusa e iraní, y hasta por la cuenta oficial de Twitter del portavoz del Ministerio de Relaciones Exteriores de China, Zhao Lijian, aunque el Centro de control y prevención de enfermedades chino ya había confirmado que la fuente del virus había sido un mercado de pescado y animales vivos en Wuhan. La Comisión Europea indicó también que «la actual situación está siendo utilizada con mala fe por algunos actores con muy malas intenciones». Se refería a actores locales en cada país.

La campaña local. El 14 de abril de 2020, el secretario de Organización del PSOE y ministro de Transportes José Luis Ábalos presentó una denuncia contra Vox ante la Fiscalía General del Estado por la difusión de bulos que buscan «crear una sensación en la ciudadanía de inseguridad, miedo y desconfianza, alterando para ello la ya afectada tranquilidad de los ciudadanos»¹⁰. Según publica El País, «Vox está contribuyendo a empeorar la imagen exterior de España al basar su oposición al Gobierno en la sospecha de que este oculta la magnitud de la pandemia y que la situación sanitaria del país es mucho peor de lo que se reconoce. Una de las imágenes virales que lanzó Vox fue una fotografía de la Gran Vía madrileña vacía que había sido manipulada para llenarla de ataúdes. El autor de la fotografía denunció la manipulación del partido ultra¹¹».

El principal partido del Gobierno considera que Vox actúa con «manifiesta y reiterada incitación al odio» contra los socialistas mediante ataques directos «que lesionan tanto su honor como organización, como la del Gobierno, de la manera más

¹⁰ https://cadenaser.com/ser/2020/04/16/politica/1587050097_644691.html

¹¹ <https://elpais.com/espana/2020-04-12/vox-anima-a-sortear-las-trabas-que-frenan-la-difusion-de-bulos-en-las-redes-sociales.html>

grave que se puede producir, mediante la imputación, con absoluto conocimiento de su falsedad, de la comisión de delitos». La misma situación se produce en otros países de Europa donde otros grupos y partidos de ultraderecha capitalizan la ansiedad ciudadana con sus propias campañas de propaganda, distorsionan los errores del gobierno en funciones y explotan las teorías de la conspiración.

Los oportunistas (y el 5G). Parece imposible encontrar un material más magnético para las conspiraciones que un virus mortal pero invisible que surge de la nada, no tiene cura y que, en tres meses, está matando a cientos de miles de personas en todo el planeta, incluyendo autoridades del primer mundo en hospitales de vanguardia. La explicación oficial es altamente insatisfactoria: su origen podría ser (o no) un pangolín vivo vendido para sopa o como medicina tradicional china en un mercado de mariscos. La idea de que algo tan devastador pueda ser tan arbitrario desafía nuestro concepto de la vida contemporánea, afianzada en una era de racionalismo científico donde todos los problemas son técnicos y, por lo tanto, tienen solución.

La indecisión inicial de los gobiernos sobre las medidas necesarias y la información cambiante y aparentemente contradictoria acerca de aspectos tan cruciales de su gestión como el uso de mascarillas, la disponibilidad de kits de diagnóstico y las medidas tecnológicas implementadas para monitorizar la cuarentena son los ingredientes clásicos de una película de terror. El cerebro humano está condicionado para encontrar sentido, muy especialmente cuando peligran su vida y la de su familia. Todos los vacíos de información necesitan ser llenados, todas las contradicciones exigen una explicación. Cuando las instituciones no satisfacen esa necesidad, los vacíos se llenan de alternativas tóxicas.

La crisis sanitaria ha estallado en mitad de otras crisis. La desinformación ya se había instalado en el terreno fértil que dejó la crisis de 2008 y ya había prosperado gracias a las plataformas digitales, erosionando el proceso democrático de forma sistematizada con campañas políticas oscuras. Los recortes y la privatización ya habían delegado las soluciones sanitarias en la industria farmacéutica, cuyos incentivos ya habían demostrado ser incompatibles con el interés general. La tecnología ya se había transformado en una herramienta de control y manipulación de masas. Los medios de comunicación ya eran panfletos ideológicos. El movimiento antivacunas ya había parasitado algunas de estas grietas, promocionando la idea de un gobierno confabulado con las farmacéuticas para enriquecerse con un producto que provoca autismo en los más vulnerables. Como saben los algoritmos de Youtube, la conspiración no es un hecho, es un estado mental, y la población que ya ha sido intoxicada es la más vulnerable a una nueva intoxicación. Así es como los ciudadanos del Reino Unido acabaron quemando antenas telefónicas, convencidos de que el coronavirus es culpa del 5G.

Hay varias teorías. La más extrema es que una coalición de gobiernos está instalando antenas de 5G para acabar con los miembros improductivos de la población (pensionistas). La más extendida es que las radiaciones electromagnéticas de las antenas

tiene un efecto venenoso sobre nuestras células, apoyado en el vídeo de un tal Thomas Cowan hablando en un congreso vinculado al movimiento antivacunas en Tucson, el 12 de marzo. Cowan argumenta que los virus son la «manifestación de una célula intoxicada» y que «cada pandemia de los últimos 150 años se corresponde con un salto cuántico en la electrificación de la Tierra». La gripe española correspondería a la radio, la siguiente a la introducción del radar. La gripe de 1979 fue causada por el 1G, el cólera por la 2G, la gripe de 1998 por la 3G, el H1N1 de 2009 por la 4G y la COVID-19 habría empezado en Wuhan por ser pionera en la instalación de 5G.

Su explicación carece de base científica, histórica o incluso geográfica (Irán fue uno de los primeros países más golpeados y no tiene 5G). Parafraseando a Madeleine Albright, en otro momento este charlatán habría mantenido una pequeña audiencia de borrachos y zumbados. En este clima de ansiedad y de furia contra las instituciones, su discurso llena los vacíos que deja el misterioso Coronavirus con una explicación sencilla. Señala a los culpables (una conspiración de poderosos con un objetivo concreto), identifica sus herramientas (las antenas) y, con esos dos elementos, ofrece una solución clara que devuelve el poder al pueblo. Solo tienen que impedir la instalación de nuevas antenas y destruir las que ya existen. Naturalmente, la teoría ha sido amplificada con esteroides por todos los conspiracionistas en todos los programas esotéricos, páginas de propaganda, estaciones de radio y canales de Youtube. Por uno muy especialmente. RT, el artista antes conocido como Russia Today, llevaba un año promocionando la idea de que el 5G es perjudicial -y hasta letal- cuando llegó la pandemia. Lo que unen los algoritmos, que no lo separe la realidad.

Algunos analistas piensan que Rusia podría estar intentando retrasar un desarrollo técnico para el que no está preparada, y que ampliaría su desventaja en el tablero geopolítico donde juegan China y EEUU. En cualquier caso, ya sabemos que la agencia rusa aprovecha cualquier movimiento que ponga en crisis la estabilidad de las democracias europeas. Lo importante es que, en un momento que requiere calma y confianza, el rumor ha lanzado a varias docenas de ciudadanos británicos a destruir las mismas antenas que han sido desplegadas frente a los hospitales para ayudar a gestionar el COVID-19, y empieza a arraigar en otros países europeos. Una nueva tormenta perfecta donde tres agentes con objetivos distintos confluyen a lomos de la pandemia mundial.

Retos de la comunicación pública en Defensa

Además del difícil contexto arriba planteado, la comunicación de la Defensa en el espacio cognitivo se enfrenta a un problema vinculado a su opacidad. . Su relación con los medios no es particularmente robusta. El fuerte proceso burocrático que caracteriza el acceso a personas relativas al mando, junto con la frecuente negativa

a proporcionar datos sobre las actuaciones del Ministerio y de sus departamentos pertenece a un momento en el tiempo más cercano a la Guerra Fría que a la Era de la Información. Todos los esfuerzos por mantener a los periodistas ignorantes de la manera de operar de los departamentos parecen manifestar un conflicto de intereses entre los derechos ciudadanos y la actuación militar. Complican esta dicotomía el interés y el fluido río de noticias que se reciben de otros países culturalmente cercanos, como EEUU, Inglaterra o Alemania, y del uso opaco de tecnologías que pueden vulnerar los derechos civiles como Palantir, Clearview, los lectores automáticos de matrículas y los sistemas de reconocimiento facial. En ese contexto, la falta de transparencia se interpreta como refugio de los abusos de un poder tecnológicamente complejo y legalmente dudoso. Incluyendo transparencia en las alianzas, con esos mismos países y sus consecuencias para la población civil. En una era marcada por una preocupación creciente acerca de la seguridad, la vigilancia y los derechos civiles, controlar el mensaje no significa mantenerlo en secreto, porque el vacío de información será rápidamente ocupado con desinformación o suspicacia. Es necesario encontrar un equilibrio entre la responsabilidad de aportar información y la necesidad de protegerla. Planteamos a continuación las diferentes estrategias con las que podemos experimentar para lograr ese equilibrio.

Un protocolo de crisis: Atención, Información, Inoculación

El objetivo último de la desinformación no es convencer sino sembrar desconfianza. Crear un mundo en el que la verdad y la mentira son opiniones contrapuestas y se manifiestan como filias y fobias grupales que derivan al comportamiento tribal. El mismo agente que produce la crisis ofrece respuestas y acciones que tranquilizan a la población confusa, que ya no sabe qué ni a quién creer. «El sujeto ideal del gobierno totalitario no es el nazi convencido o el comunista convencido -explica Hannah Arendt- sino la gente para la cual la distinción entre la realidad y la ficción, y la distinción entre la verdad y la falsedad ya no existen». La confianza en los expertos, la expresión racional de una realidad compartida, es entonces sustituida por la emoción de encontrar un lugar confortable en el que refugiarse, un espacio regido por los clanes y sus dogmas. Un orden moral predecible donde todo tiene una explicación. Su influencia despluma trocito a trocito las instituciones, la prensa libre y el resto de garantes de la democracia, sin usar la fuerza ni la censura. Consiguen infantilizar a la población, que se vuelve cínica y crédula al mismo tiempo. Hannah Arendt en *Los Orígenes del Totalitarismo*.

Los líderes de las masas totalitarias basaron su propaganda en la correcta suposición psicológica de que, bajo ciertas condiciones, uno puede hacer a la gente creer las más fantásticas declaraciones un día, y confiar en que si al siguiente día se otorga prueba irrefutable de su falsedad, se refugiaran en el cinismo; en vez de desertar de los líderes que les han mentado, protestarán que sabían por completo que la declaración era una

mentira y admirarán a los líderes por sus astutas tácticas superiores.

Hemos visto cómo esta estrategia ha saltado las fronteras y ha invadido las democracias liberales en todo el planeta. En el proceso, sus propias masas se han vuelto vulnerables a la propaganda que viene de fuera, con el propósito de destruir. También hemos visto que se puede destruir un sistema inmunitario de forma selectiva: cuando una población se vuelve susceptible a un virus, también se hace susceptible a todos los demás, atrayendo nuevas infecciones oportunistas en el entorno local. Algunas tienen objetivos políticos, otras comerciales. Todas se retroalimentan entre ellas, creando tormentas perfectas de infección.

Muchos gobiernos tratan de combatir la intervención con denuncias, declaraciones en prensa y amenazas de corregir el código penal. Estas medidas, aunque aparentemente lógicas, no hacen sino confirmar el argumentario de los propagandistas: el gobierno oculta cosas, no acepta las críticas, ejerce la censura y utiliza los recursos del estado para afianzar o ampliar su poder. Si el gobierno gana las demandas se debe a las cloacas del estado. Si las pierde, peor. Proponemos, en su lugar, un protocolo que observa la naturaleza y estrategia de la propia campaña para corregir las condiciones que la hace prosperar.

1. **Analizar la campaña.** Estudiar cómo se propaga, quién la distribuye, qué estructuras utiliza y qué objetivos busca. Tomar medidas legales únicamente cuando se trata de información inequívocamente incorrecta, deliberadamente maliciosa y claramente perjudicial. Una relación fluida con las plataformas digitales debería facilitar la eliminación temprana de cuentas falsas y la supresión de actividad que contraviene las normas de la propia plataforma.
2. **Estudiar su influencia.** La desinformación es un semáforo de la ansiedad ciudadana. Saber exactamente qué relatos son capaces de trastornar y transformar a los ciudadanos es una valiosa herramienta para diagnosticar sus preocupaciones, sus insatisfacciones, su estado emocional. Su desconfianza del gobierno. Una vez identificados esos factores, la medida con más garantías para combatir la intoxicación mediática es resolverlos. Reducir la ansiedad de las personas con comunicaciones públicas cuidadas y satisfactorias, con políticas económicas y sociales que satisfagan sus necesidades, favorecer espacios de comunidad para gestionar la crisis de soledad y tejer redes de cuidados no solo son estrategias probadas para fortalecer la inmunidad civil frente a la infoxicación. También sirven para restituir su confianza en los órganos de gobierno y sus representantes, otro factor crucial para dominar el entorno cognitivo.
3. **Sustituirla con información verdadera y satisfactoria.** Repetir los bulos que queremos desbancar o rechazar tiene el efecto indeseable de reforzar su presencia en el imaginario popular. En las comunicaciones públicas, el gobierno debe ofrecer solo datos veraces y un relato coherente que llene el mismo vacío que llena el contenido inauténtico, desde una posición de coherencia responsable

y respeto absoluto por la sociedad civil. Tiene más sentido invertir esfuerzo en mejorar las comunicaciones oficiales que en perseguir los bulos. Los informes inarticulados, pobremente explicados, las ruedas de prensa sin preguntas o con pocas preguntas mal contestadas, las contradicciones, cualquier grieta en el relato, no solo individualmente sino con el resto de políticas de la administración, son oportunidades de infección. Retratan a un gobierno esquivo que trabaja de espaldas a los ciudadanos porque no los respeta o tiene cosas que ocultar. **Reconocer los errores.** Los ciudadanos no necesitan creer que el gobierno es perfecto, porque no existe tal cosa. Pero sí necesitan entender los errores que comete, para poder interpretarlos con el máximo de generosidad. Deben ser capaces de creer que el gobierno vela por su seguridad y por sus intereses porque tiene voluntad de servicio público. Para conseguir esa generosidad de interpretación hacen falta dos cosas: voluntad verdadera de servicio público y que la comunicación pública sea abierta, humilde y honesta. Durante la pandemia, ha habido líderes políticos que han conseguido reforzar o incluso recuperar la popularidad y la confianza ciudadana con sus comunicaciones públicas. La naturaleza global de esta clase de crisis ofrece la oportunidad de aprender de otros líderes, evitar sus errores y copiar sus aciertos, incluyendo los de comunicación.

4. **Apoyo de expertos.** Los mejores políticos son los que se rodean de los mejores asesores. Es crucial que los comités de expertos que asisten en las decisiones sean públicos y estén compuestos de profesionales reconocidos con experiencia necesaria, relaciones con instituciones internacionales de prestigio y, siempre que sea pertinente, deben apoyar en la comunicación, pero eligiendo bien al portavoz. Es importante que el relato sea explicable, comprensible, coherente y transparente, pero también que el portavoz sea cordial y buen comunicador. Anthony Fauci, ex director del Instituto Nacional de Alergias y Enfermedades Infecciosas de los EEUU, ha conseguido la confianza inmediata con el público norteamericano, a pesar de que se enfrenta al mismo virus desconocido que el resto de especialistas en un país furioso y polarizado y comparte micrófono con una de las fuentes mundiales de desinformación.

Un experimento de alfabetización mediática: Inoculación

Dos investigadores de la Universidad de Cambridge creen haber encontrado una solución no-tecnológica para controlar las intoxicaciones mediáticas: entrenar a la población para que aprenda sus tácticas y las pueda reconocer cuando aparecen. Para hacerlo, Jon Roozenbeek y Sander van der Linden han diseñado un juego. Se llama Bad News (malas noticias).

Los jugadores adoptan el papel de un productor de noticias falsas y aprenden a dominar seis técnicas conocidas en la producción de desinformación: polarización, invocar emociones, distribuir teorías de la conspiración, troleear, desviar la culpa y asumir identidades falsas. El juego adopta la metáfora de la inoculación por la cual se expone y se familiariza de manera preventiva a la gente con las estrategias que se usan en la producción de información corrupta para instigar una inmunidad cognitiva que les proteja al exponerse a la desinformación real.

En sus pruebas preliminares con más de 15.000 sujetos, Roozenbeek y van der Linden han comprobado que el juego aumenta sensiblemente la resistencia a la desinformación, independientemente de su edad, nivel educativo, ideología política y estilo cognitivo. Porque la desinformación conduce al sujeto a un estado emocional y no racional, combatir sus contenidos con datos es particularmente inútil, como sugiere Arendt. El sujeto se aferra a una verdad emocional (un truísmo cultural) y cualquier dato que la ponga en crisis será recibido con indiferencia, desprecio o antagonismo. Sin embargo, conocer las estrategias de la desinformación como una estructura concreta, en lugar de un contenido, empodera al sujeto sin insultar sus creencias o afiliaciones, dejando que sea él mismo quien destape la trama.

Comunicación estratégica para la defensa cognitiva

La comunicación estratégica es comunicación con un objetivo concreto. En el entorno civil, se diseña como parte de un plan general para promocionar una marca, apoyar un candidato o influir en la legislación. En el entorno gubernamental y más concretamente de la Defensa, el Departamento de Defensa estadounidense la definió después del IIS como:

... los esfuerzos y procesos gubernamentales enfocados a comprender y atraer a las audiencias clave para crear, reforzar o preservar las condiciones favorables al avance de los intereses y objetivos nacionales a través del uso coordinado de información, temas, planes, programas y acciones sincronizadas con otros elementos del poder nacional. (Quadrennial Defense Review Strategic Communication Execution Roadmap» Washington, D.C., septiembre 2006)

De momento, nuestro objetivo es abrir una vía de comunicación con la ciudadanía que promueva la labor del Departamento y su voluntad de servicio público sin comprometer la seguridad de sus operaciones. Cuando usamos plataformas es importante entender que cada una tiene una audiencia diferente y, por lo tanto, la estrategia narrativa debe ser diferente. En la mayor parte de los casos, la fórmula óptima será el resultado de la coordinación de varias estrategias en diferentes plataformas y medios.

I. Identificación. Crear una imagen de quiénes somos y qué es lo que hacemos. En 2018, Facebook mandó construir una oficina transversal específica dentro del campus para garantizar la seguridad de las elecciones de mitad de mandato en EEUU. En ese momento se enfrentaba a una dura crisis de imagen tras la revelación de las diferentes campañas de desinformación que confluyeron en las elecciones de 2016 y la manipulación de Cambridge Analytica. Para ayudar a reconstruir su imagen, la empresa encaró las Midterms con la adopción de un icono militar: la War Room¹². Su brillante departamento de marketing diseñó la campaña para proyectar un estado de excepción como respuesta proporcionada al ataque que había recibido la democracia americana. Los medios de comunicación que fueron invitados a visitar la trinchera se esmeraron en distribuir esa imagen junto con una explicación técnica de lo que estaba ocurriendo, plagada de metáforas militares que fueron amplificadas y admiradas por los usuarios de la red social.

Un Departamento de Defensa no necesita inventarse una narrativa militar, pero puede elegir cuidadosamente las campañas y actividades que puede compartir para estrechar lazos y recuperar la confianza de la sociedad civil. Empotrar periodistas seleccionados de la misma manera que se empotran a las operaciones militares para que entiendan y transmitan el trabajo crucial que se realiza en el departamento. Cuando el ejército americano empotra periodistas en sus unidades lo hace para garantizar una infraestructura mediática que comprenda y haga justicia a su labor en el frente, desacreditar la narrativa del enemigo y combatir la desinformación apoyando el periodismo independiente, pero favorable a su causa.

II. Humanización. Hay formatos apropiados para cubrir aspectos más cotidianos de la Defensa, no solo en sus operaciones sino también en su investigación, formación y hasta en sus errores (y lo que aprenden de ellos) acerca el trabajo a la sociedad civil y lo hace más humano. Un ejemplo local reciente: la cuenta de Twitter de la guardia civil y sus posts sobre la defensa animal han contribuido más a humanizar al instituto que cualquiera de sus ruedas de prensa.

III. Operaciones terminadas. Explicar caso y metodología para que se valore el trabajo silencioso y constante del departamento. Relacionar con casos anteriores. Ejemplo: The Atlantic Council con sus trabajos de Ingeniería Inversa en Facebook, Twitter e Instagram en Medium.

IV. Emergencias. Establecer un protocolo de comunicación de crisis para emergencias predecibles como ciberataques que afectan a la ciudadanía (Wannacry, Petya/NonPetya); pandemias (coronavirus); desastres naturales (inundaciones, incendios), accidentes; atentados. Involucrar institutos,

¹² <https://www.nytimes.com/2018/09/19/technology/facebook-election-war-room.html>

universidades, ambulatorios, asociaciones de vecinos. Crear manuales de protocolos específicos y accesibles para que los individuos, organizaciones y empresas reconozcan las señales y sepan actuar de manera segura y apropiada. Distribuir confianza para recibir confianza, y aumentar la resiliencia y los lazos de la población. Ejemplo: el protocolo de gestión de huracanes en Cuba. Un sistema de coordinación ciudadana que ha salvado cientos de miles de vidas.

V. Campaña política. Establecer un protocolo para defender nuestros procesos democráticos de ataques conocidos que se repiten, incluyendo filtraciones o leaks (Macronleaks en 2017, Clinton 2016); teorías de la conspiración (Pizzagate en 2016); ataques coordinados de bots, webs de noticias falsas, distribución de noticias falsas a través de mensajes de texto anónimos, etc. Ofrecer información actualizada de dónde están las vulnerabilidades y qué recursos se emplean, siempre de forma imparcial y atendiendo los aspectos técnicos de la información, evitando la personalización del problema en determinados partidos o grupos locales.

VI. Antagonistas. Establecer la identidad de los distintos grupos de hackers mercenarios y sus características operacionales. Investigación y actualización accesible de sus métodos y operativos. Se puede copiar la estrategia de «los más buscados» para asegurar su carisma mediático y la atención de los grupos interesados.

VII. Recursos para la ciudadanía. Información, alternativas, recursos civiles para personas y empresas y medios de comunicación.

VIII. Sinergias: involucrar para crear comunidad. España cuenta con una fuerte comunidad distribuida por departamentos universitarios, congresos de hackers, medialabs, hubs y otros espacios institucionales, y otros más anárquicos. También cuenta con una nueva generación de periodistas tecnológicos que se interesan especialmente por la Defensa y la seguridad. Resulta esencial crear comunidad estableciendo lazos no oficiales a través de un programa especial de inoculación llamado La seguridad es cosa de todos.

Podría involucrar a:

- Comunidad OPSEC
- Periodistas y fact checkers
- Centros educativos
- Congresos y festivales.

También convocar concursos y premios, donde se ofrece entrenamiento y empoderamiento a través de la competición.

IX. La figura del experto/embajador. De nuevo, escoger cuidadosamente a la persona apropiada para personificar la imagen que se quiere ofrecer del departamento. Alguien cordial, con facilidad para la comunicación y carisma mediático, que represente los valores de la unidad en congresos, entrevistas, debates y otros medios públicos.

Conclusión

Vivimos momentos de gran incertidumbre, con una población empobrecida y desencantada por años de políticas económicas inadecuadas, instituciones diezmadas y la política sustituida por una parodia de la política, en la que los partidos están constantemente presentes en los medios, conversaciones y redes sociales pero nadie sabe lo que está ocurriendo ni quién está haciendo qué. Esta situación augura tiempos aún peores, marcados por el shock de la pandemia, la reconstrucción económica y psicológica después de la cuarentena y los nuevos retos que acompañan al cambio climático.

Nunca antes en la historia de la democracia ha sido tan importante el liderazgo, la capacidad de transmitir calma y confianza a la población en un entorno mediático corrompido y un futuro incierto. Podemos decir que solo hay un camino: hablar con franqueza y decir la verdad. El respeto es un camino de doble dirección; para lograr el respeto de los ciudadanos es imprescindible mostrar respeto por los ciudadanos. Nada demuestra un mayor respeto que la claridad de intenciones y la veracidad de los hechos, incluso -o muy especialmente, en los momentos de incertidumbre.

«Mis compatriotas -anunció el presidente Kennedy en lo peor de la crisis de los misiles cubanos-, no hay duda de que manejamos un momento de gran dificultad y peligro. Nadie puede predecir con precisión qué curso tomará o qué costes o pérdidas ocasionará. Nos esperan muchos meses de sacrificio y autodisciplina, meses que pondrán a prueba nuestra paciencia y nuestra voluntad. Pero el mayor peligro de todos sería no hacer nada¹³». Un líder no tiene que ser perfecto pero debe ser honesto. Es su honestidad y no sus certezas lo que le acerca a la población. Y su competencia. El ciudadano debe saber que hay un plan y debe ser capaz de comprenderlo antes de poder apoyarlo. Solo conociendo la estrategia y las razones de esa estrategia podrá

¹³ <https://www.archives.gov/publications/prologue/2002/fall/cuban-missiles.html>

tener la esperanza de que saldrá bien y conformarse con la única certeza de que se hizo lo mejor posible, con la mejor información posible y la intención de proteger el bienestar de todos.

Capítulo cuarto

Los aspectos militares

Miguel Peco Yeste

Resumen:

Este capítulo constituye una primera aproximación a las capacidades militares necesarias para operar en el dominio cognitivo, un problema que cobra mayor relevancia conforme avanzamos en la era de la información. El dominio cognitivo se encuadra habitualmente en lo que se ha denominado «espacio de las operaciones», junto con los ámbitos terrestre, marítimo, aéreo, espacial, del espectro electromagnético y de la información. Sin embargo, a diferencia de éstos, la característica distintiva del dominio cognitivo consiste en que no es posible operar directamente en él; sólo cabe obtener determinados efectos operando en otros ámbitos. Esta particularidad queda adecuadamente articulada en los principales textos doctrinales del entorno aliado, pero podría no ser así en la doctrina conjunta española. Como consecuencia de ello, existen dificultades a la hora de identificar las capacidades y actividades militares asociadas con dicho dominio. Para desbloquear esta situación se sugiere, por un lado, implantar definitivamente el modelo aliado, en línea con los acuerdos ya suscritos por España. Por otro lado, a la hora de determinar las capacidades militares asociadas al dominio cognitivo, se propone contemplar sólo aquellas diseñadas específicamente para crear efectos en él, capacidades que normalmente operarán en el ámbito de la información.

Palabras clave:

Operaciones militares, espacio de las operaciones, capacidades militares, dominio cognitivo, ámbito de la información

The military aspects

Abstract:

This chapter is an initial approach to military capabilities required to operate in the cognitive domain, a problem that becomes more relevant as we move into the information age. The cognitive domain is usually framed in what has been called «battlespace», together with the land, maritime, air, space, electromagnetic spectrum and information environments. However, unlike these, the distinctive feature of the cognitive domain is that it is not possible to operate directly on it; only certain effects can be obtained by operating on other environments. This particularity is well articulated in the main doctrinal texts of the allied environment, but it might not be so in the joint Spanish joint doctrine. As a consequence, there are difficulties in identifying the military capabilities and activities associated with this domain. To unblock this situation, it is suggested, on the one hand, to definitively implement the allied model, in line with the agreements already signed by Spain. On the other hand, when determining associated military capabilities, it is proposed to adopt the criterion of considering only those specifically designed to create effects in the cognitive domain, capabilities that will normally operate in the field of information.

Key words:

Military Operations, Battlespace, Military Capabilities, Cognitive Dimension, Information Environment

Introducción

La concienciación acerca de los aspectos cognitivos en las operaciones militares ha recobrado impulso de la mano de un mundo híper conectado. Si a finales del siglo XX las posibilidades de la información a la hora de obtener efectos en la conducta de un adversario estaban coartadas por la relativa escasez, deficiencias, vulnerabilidad y selectividad de los canales disponibles, hoy en día ya no es el caso. Superadas estas limitaciones, el potencial de la información como arma capaz de influir en las actitudes, percepciones y decisiones –en la conducta, en definitiva- de un adversario, está alcanzando niveles inimaginables hace unos años. Más aún, dicho potencial no sólo procede de la información generada con tal propósito, sino de la información asociada a cualquiera de las actividades militares tradicionales, ya sean regulares o irregulares. En definitiva, la posibilidad de alcanzar objetivos políticos y militares con medios y procedimientos alternativos, infinitamente menos costosos e incluso en ocasiones más efectivos, está revolucionando la manera de entender el conflicto armado y sus reglas.

El auge de los aspectos cognitivos no sólo invita a aprovechar oportunidades, sino que también obliga a concienciarse sobre las nuevas vulnerabilidades a las que se está expuesto. Un ejemplo de actualidad, sin ir más lejos, lo constituyen los intentos de desprestigio contra las Fuerzas Armadas lanzados desde ciertos sectores políticos y sociales con ocasión del despliegue ante la actual COVID-19. Sin tratarse de narrativas especialmente novedosas, su potencial para llegar a amplios segmentos de población supone un riesgo a neutralizar con información veraz, creíble y contrastable.

A pesar de la indiscutible relevancia de lo anterior, las pretensiones de este capítulo son más modestas. En concreto, aquí se va a analizar la perspectiva española en lo que respecta a los aspectos cognitivos de las operaciones militares, identificando tanto los elementos sólidos como aquellos otros que podrían estar sujetos a debate y proponiendo los cambios o soluciones que parecen convenientes. De lo que se trata, en definitiva, es de contribuir a la resolución de un problema operativo que, si bien no es nuevo, sí cobra más y más relevancia de la mano de las crecientes posibilidades del uso de la información: la necesidad de una adecuada definición y estructuración de las capacidades necesarias para la supervivencia y operación en el campo cognitivo.

Así, en un primer apartado se explora el espacio de las operaciones y se identifican los ámbitos y capacidades militares relacionadas con el entorno cognitivo. Para ello se utilizan los textos doctrinales en vigor, tanto nacionales como de países aliados, así como otros documentos oficiales y publicaciones especializadas¹. Estrechamente

¹ La doctrina militar, en general, es el conjunto de principios directores que rigen la actuación operativa de un ejército. Además, constituye una guía para la conducción de las operaciones militares,

relacionado con los aspectos cognitivos se encuentran las ya tradicionales Operaciones Psicológicas y el antiguo paradigma norteamericano de las Operaciones Basadas en Efectos, en su momento denostado y en la actualidad queriendo recobrar su relevancia como aproximación conceptual a las operaciones militares. En un segundo apartado se lleva a cabo una comparativa entre la perspectiva española y la de otros aliados en lo que respecta ámbitos y capacidades militares, dando como resultado una serie de propuestas que, posteriormente, quedan recopiladas en el apartado de conclusiones. Finalmente, se destaca la importancia de dedicar recursos a la investigación de las posibilidades del entorno cognitivo.

El campo cognitivo y sus desarrollos actuales

Ámbitos, dominios y polémicas asociadas

Ámbitos, dominios e incluso dimensiones son términos que en lenguaje de las operaciones militares se utilizan para estructurar lo que se denomina «espacio de las operaciones»². Así, por ejemplo, la Organización del Tratado del Atlántico Norte (OTAN en lo sucesivo) considera que este último está constituido por ámbitos físicos y no físicos, factores y condiciones que deben ser conocidos y tenidos en consideración a la hora de combatir, proteger fuerzas militares o cumplimentar exitosamente una misión. Centrándonos en los mencionados ámbitos físicos y no físicos, entre los primeros figuran los tradicionales terrestre, marítimo y aéreo y el recientemente incorporado ámbito espacial³. Por su parte, entre los ámbitos no físicos nos encontramos con el espectro electromagnético y el ámbito de la información, incluyendo este último el

un marco de pensamiento y un catálogo de soluciones a los problemas operativos. La definición oficial aplicable al ámbito nacional español figura en el artículo 7 del RD 872/2014, por el que se establece la organización básica de las Fuerzas Armadas.

2 En los EEUU tuvo lugar a principios de este siglo un debate alrededor de la idoneidad de los términos «ámbito» y «dominio», debate basado en la supremacía, para algunos indiscutible, del poder militar norteamericano por entonces (ver, por ejemplo, HEFTYE, Eric, «Multi-Domain Confusion: All Domains Are Not Created Equal,» The Strategic Bridge, 26 de mayo de 2017, <https://thestrategybridge.org/the-bridge/2017/5/26/multi-domain-confusion-all-domains-are-not-created-equal>). En España se ha adoptado finalmente el primero de ellos.

3 NORTH ATLANTIC COUNCIL, «London Declaration», www.nato.int, 4 de diciembre de 2019. https://www.nato.int/cps/en/natohq/official_texts_171584.htm (último acceso: marzo de 2020).

dominio del ciberespacio⁴.

En la actualidad, uno de los principales desafíos para los ejércitos más avanzados es dotarse de la capacidad para actuar simultáneamente en varios e incluso en todos los ámbitos del espacio de las operaciones. En este sentido, las ya denominadas *All-Domain Operations* buscan obtener una ventaja decisiva sobre el adversario mediante la presentación de desafíos complementarios en diferentes ámbitos, de forma que la respuesta a uno de ellos implique exponer vulnerabilidades en los demás⁵. Aunque bien es cierto que la acción conjunta en los tradicionales ámbitos físicos tierra, mar y aire acumula ya décadas de experiencia, las posibilidades operativas se han incrementado significativamente tras el desarrollo de capacidades aptas para ser usadas en los ámbitos no físicos y en el espacial.

Volviendo a la concepción del espacio de las operaciones en la OTAN, la redacción de un texto doctrinal en el marco aliado ya supone un acuerdo tácito en lo que respecta a la estructura de dicho espacio. No obstante, una revisión en profundidad de las doctrinas militares nacionales saca a la luz algunas divergencias. Así, algunos autores señalan que el problema radica en la dificultad para definir los ámbitos y dominios no físicos, esto es, el ciberespacio, el de la información y el del espectro electromagnético. Esta dificultad a menudo llevaría a que las operaciones en dichos ámbitos y dominios queden también mal definidas o resulten ineficaces, creándose de este modo vulnerabilidades críticas que podrían ser aprovechadas por potenciales adversarios⁶.

La revisión de la literatura al respecto revela algunas tendencias en cuanto a dicha definición. Así, algunos autores enfatizan la idea de que dominio (o ámbito) es un espacio en el cual las fuerzas pueden maniobrar para crear efectos⁷. Abundando en la idea, otros proponen que sea considerada como dominio la esfera de influencia en la cual se llevan a cabo actividades, funciones y operaciones con la finalidad de alcanzar los efectos deseados⁸. Finalmente, en otra línea, también se resalta la idea de

4 NORTH ATLANTIC TREATY ORGANIZATION, «AJP-3 Allied Joint Doctrine for the Conduct of Operations», NATO/OTAN, 2019, p. C-1

5 US ARMY TRADOC, «The US Army in Multi-Domain Operations 2028», TRADOC, 6 de diciembre de 2018, https://www.tradoc.army.mil/Portals/14/Documents/MDO/TP525-3-1_30Nov2018.pdf (último acceso: marzo de 2020)

6 DONNELLY, Jared y FARLEY, Jon, «Defining the «Domain» in Multi-Domain», OTH, 17 de septiembre de 2018, <https://othjournal.com/2018/09/17/defining-the-domain-in-multi-domain/> (último acceso: marzo de 2020).

7 GARRETSON, Peter, «USAF Strategic Development of a Domain», OTH, 10 de julio de 2017, <https://othjournal.com/2017/07/10/strategic-domain-development/> (último acceso: marzo de 2020).

8 ALLEN, Patrick D., y GILBERT, Dennis P., «The Information Sphere Domain, Increasing Understanding and Cooperation», en Czosseck and Geers (eds), «The Virtual Battlefield, Perspectives

que el control del ámbito o dominio es esencial para alcanzar la libertad de acción que requiere el cumplimiento de la misión⁹. En general, puede decirse que ámbito o dominio lleva implícita la idea de un espacio físico o virtual donde se pueden llevar a cabo acciones y ejercer funciones con vistas a alcanzar determinados efectos. Ni que decir tiene que el desechado paradigma de las Operaciones Basadas en Efectos (EBO, por sus siglas en inglés), sobre el que se volverá más adelante, continúa ejerciendo su influencia.

Aproximación al ámbito cognitivo: La perspectiva española

Un espacio de las operaciones con cinco ámbitos, que no dominios

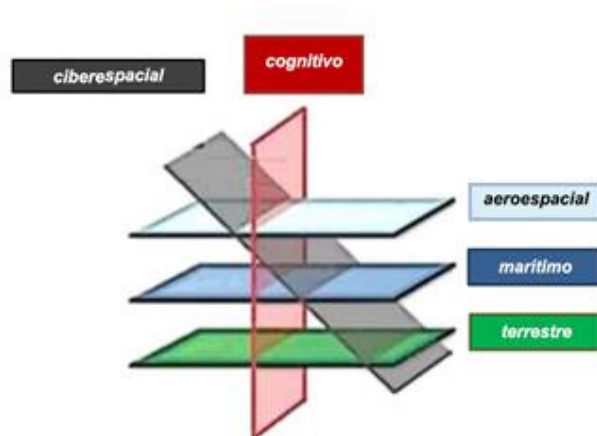


Figura 1. Los ámbitos de operación según la doctrina conjunta española. (Fuente: Ministerio de Defensa, «PDC-01 (A) Doctrina para el empleo de las Fuerzas Armadas», Ministerio de Defensa, 2018, p. 81.)

La doctrina militar conjunta española evita el término «dominio» y utiliza únicamente el de «ámbitos de operación» para referirse a «[...] los espacios físicos y no físicos, con características propias y diferenciadas, que condicionan las actitudes y procedimientos de los medios, fuerzas y capacidades que deben operar en ellos»¹⁰.

De este modo, identifica a los ámbitos terrestre, marítimo, aeroespacial, cognitivo y ciberespacial (Figura 1). La singularidad del planteamiento español con respecto a

on Cyber Warfare», IOS Press, 2009.

⁹ REILLY, Jeffrey, «OTH Video: Beyond the Theory – A Framework for Multi-Domain Operations», OTH, 13 de abril de 2018, <https://othjournal.com/2018/04/13/oth-video-beyond-the-theory-a-framework-for-multi-domain-operations/> (último acceso: marzo de 2020).

¹⁰ MINISTERIO DE DEFENSA, «PDC-01 (A) Doctrina para el empleo de las Fuerzas Armadas», Ministerio de Defensa, 2018, p. 78.

otras doctrinas aliadas radica en cuatro diferencias esenciales. En primer lugar estaría la fusión de los ámbitos aéreo y espacial en un amplio concepto «aeroespacial». En segundo lugar, la no consideración de la información como ámbito. En tercer lugar, el ciberespacio –que en otras doctrinas estaba considerado como un dominio dentro del ámbito de la información- asciende a la categoría de ámbito y queda equiparado los tradicionales terrestre, marítimo, aéreo y otros. Y finalmente, aparece un «ámbito cognitivo» separado y también equiparado al resto de los ámbitos físicos y no físicos. En posteriores apartados se incidirá en estas diferencias y se harán propuestas al respecto.

Siguiendo con el mismo texto doctrinal, el ámbito cognitivo se define como «[...] un ámbito intangible inherente al ser humano, considerado de forma individual, socializada u organizada, y es consustancial a su capacidad de juicio y toma de decisiones»¹¹. El propio documento enfatiza las limitaciones operativas del ámbito cognitivo puesto que «[...] en él se manejan aspectos intangibles y de difícil evaluación, como los valores, las percepciones, la conciencia, las actitudes y los prejuicios», al tiempo que da cuenta de las nuevas posibilidades que se abren, puesto que «[...] permite a las Fuerzas Armadas alcanzar objetivos que quedan fuera del alcance de otros, mediante el empleo de técnicas de comunicación, la ciencia psicológica y otras ciencias sociales»¹².

Actividades y capacidades militares asociadas al ámbito cognitivo

Cualquier actividad militar puede tener un impacto apreciable en las percepciones, cogniciones y decisiones de un potencial adversario. Uno de los ejemplos más extremos son las fuerzas nucleares que algunos Estados han desplegado desde tiempo de paz con la finalidad de disuadir a posibles adversarios de llevar a cabo un ataque. La disuasión constituye un efecto, en este caso provocado, que entra de lleno en el ámbito cognitivo puesto que condiciona de manera importante las decisiones de dicho adversario.

No obstante, sin llegar a tales extremos, las actividades militares que más se relacionan con el ámbito cognitivo son las denominadas Operaciones de Información y los Asuntos Públicos Militares. Las primeras buscan crear determinados efectos sobre los sistemas y procesos de información de los adversarios para influir en su voluntad, percepciones y capacidades, en apoyo a la consecución de los objetivos establecidos, a la vez que se protegen los sistemas y procesos propios. Las Operaciones de información, al menos en España, incluyen a las denominadas Operaciones Psicológicas, que se verán con más detalle en posteriores apartados. Por su parte, como Asuntos Públicos Militares se entiende aquellas actividades encaminadas a facilitar el conocimiento

¹¹ MINISTERIO DE DEFENSA, «PDC-01 (A) Doctrina para el empleo de las Fuerzas Armadas», Ministerio de Defensa, 2018, p. 81.

¹² Ibid.

y comprensión de los aspectos militares de una operación y que se llevan a cabo a través de las relaciones con los medios de comunicación, empleo de redes sociales, comunicación interna y relaciones públicas¹³.

La creciente importancia de los aspectos cognitivos de las operaciones militares hace que la terminología, conceptos y estructuras se encuentren en continuo proceso de revisión. Así, el Mando de Operaciones español propuso en su momento integrar las Operaciones de Información, Asuntos Públicos Militares, Operaciones Psicológicas y otras actividades similares dentro de un área funcional de planeamiento denominada «J9 Influencia». Esta área, ya implantada, es responsable de coordinar e integrar dichas actividades en las operaciones militares con la finalidad de promover percepciones y voluntades favorables, así como modificar las contrapuestas¹⁴.

Finalmente, en cuanto a las capacidades, hay que señalar que la última reorganización del Ejército de Tierra español ha arrojado, entre otros resultados, la creación del Regimiento de Operaciones de Información nº 1. Esta unidad asume los cometidos dirigidos a modificar las percepciones negativas con respecto a las fuerzas militares en apoyo a la misión encomendada, así como todas aquellas actividades encaminadas a conseguir la cooperación y coordinación con el entorno civil. Tal y como el propio Ejército de Tierra justifica, «Ambas capacidades [Operaciones Psicológicas y Cooperación Cívico- Militar] son cada vez más demandadas en las situaciones de conflicto o de crisis humanitaria que se producen en el mundo actual y se encuentran muy relacionadas»¹⁵.

Aspectos cognitivos desde la perspectiva OTAN

Como se ha señalado anteriormente, en la doctrina militar OTAN no se contempla un ámbito cognitivo de primer nivel dentro del espacio de las operaciones. En su lugar, se contempla un ámbito de la información que «[...] incluye a la propia información, los individuos y las organizaciones, además del espacio físico, virtual y cognitivo donde ello tiene lugar»¹⁶. La inclusión del término «espacio [...] cognitivo» puede

¹³ ESTADO MAYOR DEL MANDO DE OPERACIONES, «Concepto de Influencia», Madrid: Estado Mayor del Mando de Operaciones, 2015.

¹⁴ Ibid.

¹⁵ EJÉRCITO DE TIERRA, «El Ejército de Tierra introduce cambios en su organización para optimizar el empleo de los recursos disponibles», 17 de marzo de 2019, <https://ejercitotierra.wordpress.com/2019/03/17/nuevos-ajustes/> (último acceso: marzo de 2020).

¹⁶ NORTH ATLANTIC TREATY ORGANIZATION, «AJP-3 Allied Joint Doctrine for the Conduct of Operations», NATO/OTAN, 2019, p. C-2. (Traducción del autor)

provocar algunos malentendidos y debe de interpretarse de acuerdo a publicaciones más específicas, en concreto la correspondiente a Operaciones de Información, donde el ámbito de la información queda estructurado en tres niveles («*domains*»): físico, virtual y cognitivo/psicológico. Así, por dominio físico se entiende «[...] el espacio donde tienen lugar las actividades físicas e interactúan los individuos, naciones, Estados, culturas y sociedades», el dominio virtual es aquel «[...] donde tiene lugar la actividad intangible y los dispositivos técnicos hacen posible la comunicación», mientras que el dominio cognitivo-psicológico sería aquel «[...] donde se toman las decisiones»¹⁷. En definitiva, lo que en España se considera como ámbito cognitivo, en la OTAN es un «dominio» dentro del ámbito de la información.

En el entorno de la OTAN se reconoce, por un lado, que el uso de la información es crítico para el proceso de toma de decisiones, por lo que ser capaz de operar de manera ágil y proactiva en el correspondiente ámbito es una condición esencial para el éxito de las operaciones¹⁸. Sin embargo, también se señala que la información, en general, está sujeta a ideas preconcebidas, sesgos, manipulaciones, e interpretaciones cognitivas y emocionales, ya sea por parte de los emisores como de los receptores¹⁹. De este modo, bajo un amplio concepto de Operaciones de Información se busca «[...] analizar, planear, evaluar e integrar las actividades relacionadas con la información a la hora de provocar efectos en la voluntad, opiniones y capacidades de adversarios, potenciales adversarios y otras audiencias autorizadas por el Consejo OTAN, todo ello en apoyo de los objetivos contemplados en las misiones de la Alianza»²⁰.

Las actividades planeadas y coordinadas dentro de Operaciones de Información incluyen, en primer lugar, aquellas centradas en proteger la libertad de acción de la Alianza en el entorno de la información, salvaguardando tanto los datos como las redes que permiten el proceso de toma de decisiones. En segundo lugar, las dirigidas a influir sobre la conducta, percepciones y actitudes de determinadas audiencias. Y finalmente, las actividades dirigidas a contrarrestar las acciones de propaganda del adversario, así como a disminuir la eficacia de sus sistemas de mando y control²¹. Todo ello implica la intervención de capacidades, técnicas y procesos tales como *Psychological*

17 NORTH ATLANTIC TREATY ORGANIZATION, «AJP-3.10 Allied Joint Doctrine for Information Operations», NATO/OTAN, 2015, pp. 1-1 a 1-2. (Traducción del autor)

18 NORTH ATLANTIC TREATY ORGANIZATION, «AJP-3 Allied Joint Doctrine for the Conduct of Operations», NATO/OTAN, 2019, p. 1-24. (Traducción del autor)

19 NORTH ATLANTIC TREATY ORGANIZATION, «AJP-3.10 Allied Joint Doctrine for Information Operations», NATO/OTAN, 2015, pp. 1-1 a 1-2. (Traducción del autor)

20 NORTH ATLANTIC TREATY ORGANIZATION, «AJP-3.10 Allied Joint Doctrine for Information Operations», NATO/OTAN, 2015, p. 1-5. (Traducción del autor)

21 Ibid, p. 1-6

Operations,²² *Electronic Warfare, Civil-Military Cooperation, Computer Network Attack and Exploitation, Presence, Posture and Profile, Deception, Operations Security, Special Capabilities, Engagement, y Physical Destruction*²³.

Además de lo anterior, la Alianza considera que la naturaleza de los conflictos actuales exige que todas las estructuras, actividades y funciones relacionadas con el ámbito de la información y dedicadas al planeamiento y ejecución de las operaciones militares se integren y coordinen al máximo nivel desde tiempo de paz. Es aquí cuando aparece el concepto de Comunicación Estratégica (STRATCOM, por *Strategic Communications*), tanto en su vertiente política como militar. En cuanto a la primera, es el Consejo OTAN quien aprueba las directivas de primer nivel que se promulgan posteriormente a través de la cadena de mando militar. A partir de aquí, ya en la vertiente militar, STRATCOM se define como «[...] la integración de las comunicaciones y del área funcional de información con otras actividades militares, con la finalidad de comprender y organizar el ámbito de la información en apoyo de los objetivos de la Alianza»²⁴. Es necesario insistir en que el planeamiento de STRATCOM, ya sea en el ámbito de la OTAN o en otros ámbito nacionales y multinacionales, siempre tiene un origen en la vertiente política del nivel estratégico, lo que constituye una diferencia fundamental con otras actividades como Operaciones de Información y Operaciones

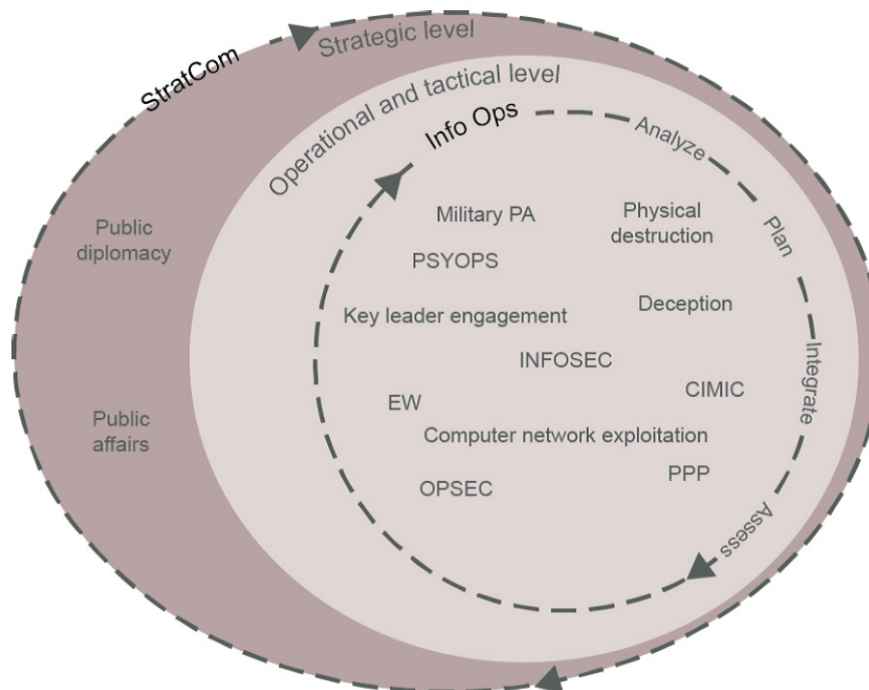


Figura 2. Integración de las actividades de Información en el marco STRATCOM, según la doctrina OTAN (Fuente: North Atlantic Treaty Organization, «AJP-3.10 Allied Joint Doctrine for Information Operations», NATO/OTAN, 2015.)

22 Ver apartado 1.2.5 para una definición de *Psychological Operations* en el ámbito de la OTAN

23 NORTH ATLANTIC TREATY ORGANIZATION, «AJP-3.10 Allied Joint Doctrine for Information Operations», NATO/OTAN, 2015, p. 1-16. (Traducción del autor)

24 NORTH ATLANTIC MILITARY COMMITTEE, «MC o628 NATO Military Policy on Strategic Communications», 2017. (Traducción del autor)

Psicológicas, más propias de los niveles operacional y táctico (Figura 2).

Aspectos cognitivos en otros aliados: Estados Unidos

La doctrina militar conjunta norteamericana tampoco contempla un ámbito cognitivo de primer nivel dentro del entorno de las operaciones. Al igual que en la OTAN, en su lugar se contempla un ámbito de la información que incluye «[...] numerosas características sociales, culturales, técnicas y físicas que tienen impacto sobre el conocimiento, opiniones, creencias, perspectivas e incluso sobre las acciones de un individuo, grupo, sistema comunidad u organización. El ámbito de la información también incluye los sistemas tecnológicos y el uso que hacen de los datos»²⁵. Siguiendo con las similitudes con la doctrina OTAN, en publicaciones más específicas se estructura este ámbito de la información en tres dimensiones: física, informativa y cognitiva. Esta última incluye «[...] la forma de pensar («*mind*») de quienes transmiten, reciben, y

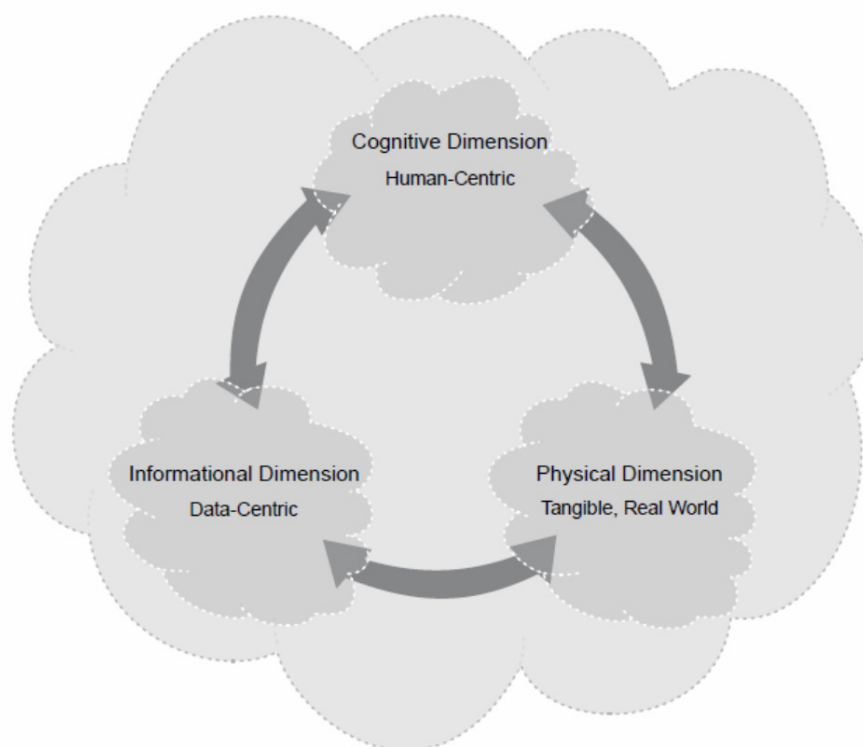


Figura 3. El ámbito de la información según la doctrina norteamericana (Fuente: U.S. Joint Chiefs of Staff, «JP 3-13 Information Operations», Joint Doctrine Publications, 2014)

25 U.S. JOINT CHIEFS OF STAFF, «JP 3-0 Joint Operations», Joint Doctrine Publications, 2018, p. IV. (Traducción del autor)

responden o actúan sobre la información. Está relacionada con el procesamiento de la información, percepción, juicio y toma de decisiones de individuos o grupos» (Figura 3)²⁶.

Con respecto a las capacidades que operan en el ámbito de la información, los textos doctrinales reconocen explícitamente que todas las actividades militares producen información. Sin embargo, más específicamente, bajo el nombre de *Information-Related Capabilities* se encuadran «[...] los instrumentos, técnicas o actividades que afectan a cualquiera de las tres dimensiones del ámbito de la información»²⁷, como por ejemplo: *Key Leader Engagement, Public Affairs, Civil-Military Operations, Military Deception, Military Information Support Activities (MISO), Operations Security, Electronic Warfare, Cyberspace-enabled Activities*, y otras²⁸.

Dentro del proceso de planeamiento de la operación militar, todas estas capacidades y actividades, junto con otras menos específicas, se coordinan e integran a través de la célula «J-39 *Information Operations*». Se trata de una coordinación funcional, exclusivamente, y no de una relación de dependencia. En general, lo que se busca con dicha coordinación e integración de capacidades de información es influir en cómo una audiencia previamente identificada recopila, procesa, percibe, disemina la información y, consecuentemente, actúa o deja de actuar²⁹. Finalmente, es necesario decir que en la actualidad existe cierto debate con respecto a la conveniencia o no de seguir usando el término *Information Operations*, quizá debido a la popularidad adquirida fuera del ámbito militar, por lo que es posible que en el corto plazo se produzcan cambios doctrinales³⁰.

Operaciones Psicológicas: un clásico en los niveles operacional y táctico

El 24 de febrero de 1991 comenzó la fase de ofensiva terrestre de la operación *Desert Storm*, donde una coalición liderada por los EEUU tenía como objetivo expulsar a las fuerzas iraquíes de Kuwait tras la invasión llevada a cabo meses antes. Al objeto de

26 U.S. JOINT CHIEFS OF STAFF, «JP 3-13 Information Operations», Joint Doctrine Publications, 2014, p. I-3 (Traducción del autor)

27 Ibid, p. I-3.

28 U.S. JOINT CHIEFS OF STAFF, «JP 3-0 Joint Operations», Joint Doctrine Publications», 2018, p. III-22.

29 U.S. JOINT CHIEFS OF STAFF, «JP 3-13 Information Operations», Joint Doctrine Publications, 2014, pp. I-5 y II-6.

30 PAUL, Christopher, «Is it Time to Abandon the Term Information Operations?», 11 de marzo de 2019, <https://thestrategybridge.org/the-bridge/2019/3/11/is-it-time-to-abandon-the-term-information-operations> (último acceso: marzo de 2020).

preparar dicha ofensiva, la coalición había ejecutado una intensa campaña aérea contra objetivos estratégicos iraquíes, de cinco semanas de duración, que progresivamente fue desplazándose hacia las posiciones defensivas al sur del país. Los primeros signos de que esta preparación había sido un éxito fueron las rendiciones en masa de las tropas pertenecientes a las divisiones iraquíes de primera y segunda línea, que a las pocas horas de iniciarse el movimiento de las fuerzas de la coalición se contaban ya por miles.

De acuerdo con algunos informes, las operaciones aéreas contra las tropas iraquíes desplegadas en Kuwait, en conjunción con las operaciones psicológicas planeadas y ejecutadas en el frente, tuvieron una importancia considerable a la hora de quebrantar la moral de los defensores³¹. Como ejemplo de lo anterior es conocida la secuencia de los tres lanzamientos de octavillas. Las primeras contenían el mensaje: «La División de Infantería nº 16 del ejército iraquí será bombardeada mañana. Deja tu puesto ya y ponte a salvo». Tras ello se ejecutaba el anunciado bombardeo. Una segunda serie de octavillas señalaba posteriormente: «¡Huye y salva tu vida o quédate y encuentra la muerte! [...] Vamos a bombardear tu posición de nuevo. Kuwait será liberado de la agresión de Sadam. Date prisa y reúnete con tus amigos del sur. Te trataremos con afecto y respeto», señalando al mismo tiempo el tipo de bombas y los aviones a emplear, más destructivos que los utilizados en el primer bombardeo. Unas horas después llegaba este segundo bombardeo. Tras ello llegaba una tercera lluvia de octavillas con un mensaje del tipo «[...] te avisamos de que íbamos a bombardearte y así lo hicimos», al tiempo que indicaba que este mensaje podría ser el último ya que después del próximo ataque no sobreviviría nadie³².

El ejemplo anterior ilustra los límites de las operaciones psicológicas y justifica su empleo no como capacidad aislada, sino como un potenciador de las actividades militares en su conjunto a la hora de alcanzar los efectos requeridos. Dicho con otras palabras, no cabe esperar efectos decisivos únicamente empleando operaciones psicológicas. Ahora bien, como concluyen algunos autores, el desarrollo de una capacidad efectiva de operaciones psicológicas es crucial en un mundo híper conectado y es necesaria una «revolución» en este sentido³³.

En el ámbito de la OTAN, las operaciones psicológicas se definen como «Actividades que se planean utilizando los medios de comunicación, así como otros medios, y que

31 U.S. DEPARTMENT OF DEFENSE, «Conduct of the Persian Gulf War, Final Report to Congress», 1992, p. 352.

32 ROUSE, Ed, «Gulf War Leaflets», Psywarrior, n.d., <http://www.psywarrior.com/gulfr.html> (último acceso: marzo de 2020). (Traducción del autor)

33 PRATS I AMORÓS, Joan y GUILLAUME-BARRY, Augustin, «Not Only Blood, The Need to Integrate Psychological Operations in the West's Military Culture», Instituto Español de Estudios Estratégicos, 19 de septiembre de 2019, http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_opinion/2019/DIEEE81_2019JOAPRA_Psyops_ENG.pdf (último acceso: marzo de 2020).

se dirigen hacia audiencias predeterminadas para influenciar percepciones, actitudes y conducta con la finalidad de contribuir a alcanzar objetivos políticos y militares»³⁴. Este tipo de operaciones proporcionan al comandante militar posibilidades tales como reducir la moral y eficacia de un adversario, ya sea a través de crear dudas y desafección entre sus filas o de influir en sus procesos de toma de decisiones, por poner algunos ejemplos. También pueden tener como objetivo inducir a las audiencias neutrales e incluso a potenciales adversarios a cooperar con los objetivos propios³⁵.

Es ya tradicional clasificar las operaciones psicológicas en función del origen que se pretenda atribuir a la información diseminada. Así, se denominan como «blancas» a aquellas que intencionadamente se hacen ver como procedentes de la propia organización, «negras» a aquellas que se hacen ver como procedentes de otra y «grises» a aquellas en las que no se revela su fuente. Algunos países apuestan decididamente por utilizar principalmente las «blancas», puesto que la experiencia indica que son más efectivas y, además, no tienen efectos adversos sobre la credibilidad de las fuentes propias³⁶. Así por ejemplo, durante la operación *Iraqi Freedom*, en 2003, uno de los principales objetivos de la campaña de operaciones psicológicas era provocar un levantamiento civil contra Saddam Hussein, algo que sucedió de manera muy limitada y sólo cuando la derrota del régimen era inevitable. Entre las causas de este fracaso algunos autores han apuntado al recuerdo de la campaña previa de 1991, durante la operación *Desert Storm*, cuando utilizando información «negra» se instaba también al levantamiento contra Saddam Husein. Como se recordará, este llamamiento fue secundado por algunos sectores chiís y kurdos que, a consecuencia de ello, fueron reprimidos brutalmente por el régimen. En definitiva, que el éxito de la campaña «negra» en 1991 perjudicó seriamente la campaña llevada a cabo en 2003³⁷.

Otros conceptos asociados: Operaciones Basadas en Efectos

El concepto Operaciones Basadas en Efectos (EBO, por sus siglas en inglés), está estrechamente relacionado con los aspectos cognitivos. La idea emergió en la última

34 NORTH ATLANTIC TREATY ORGANIZATION, «AJP 3.10.1 (B) Allied Joint Doctrine for Psychological Operations», NATO/OTAN, 2014. (Traducción del autor)

35 NORTH ATLANTIC MILITARY COMMITTEE, «MC 040212 NATO Military Policy on Psychological Operations», 2012.

36 UK MINISTRY OF DEFENCE, «Allied Joint Doctrine for Psychological Operations, with UK National Elements», Developments, Doctrine and Concepts Centre, 2014, p. 1-6

37 TAYLOR, Philip M., ««They' Shocked, «We' Saw: Psychological Operations in Operation Iraqi Freedom», School of Media and Communication, University of Leeds, n.d., <http://media.leeds.ac.uk/papers/vpoi86cd.html> (último acceso: marzo de 2020).

década del siglo pasado en el contexto de la Operación *Desert Storm*, en Irak. La campaña aérea que dio inicio a la operación batió 152 objetivos puntuales en las primeras 24 horas, la cifra más alta en la historia de la aviación norteamericana hasta entonces. La diferencia con anteriores operaciones militares, no obstante, era que ésta última se había planeado para atacar simultáneamente un número de objetivos escogidos cuya destrucción, supuestamente, iba a producir determinados efectos en el nivel estratégico. De acuerdo con algunos autores que estuvieron involucrados en dicha campaña, se superaba de este modo la lógica tradicional de destruir las defensas enemigas antes de atacar objetivos de alto valor de manera más o menos aislada. La filosofía asociada a este planteamiento se podía resumir en «La última finalidad de la guerra, esto es, forzar una decisión política favorable [a nuestros intereses], radica más allá de la destrucción del poder militar adversario»³⁸.

El concepto EBO fue desarrollándose durante los años posteriores con una considerable carga de tecnificación, siendo objeto de numerosas interpretaciones e integrándose bajo el paraguas de otro concepto conocido como *Network-Centric Warfare*³⁹. En 2002, EBO fue definido como «[...] el proceso dirigido a obtener un resultado estratégico dado, o «efecto», sobre el enemigo a través de las sinergias resultantes de la aplicación conjunta y coordinada de todo el espectro de capacidades militares y no militares en los niveles táctico, operacional y estratégico»⁴⁰. Y, como apuntan algunos autores, «[El concepto EBO] iba a permitir a los políticos disponer de una panoplia de «efectos» entre los cuales podrían escoger el que quisieran»⁴¹.

Pocos años después el concepto entró en declive. Así, en 2008 algunos estudios concluyeron que la confianza en las ideas propugnadas por la teoría EBO había sido en gran parte responsable del fracaso del ejército israelí en su enfrentamiento con la milicia libanesa Hezbolá, en 2006. En particular, se señaló que dichas ideas no fueron claramente entendidas por los oficiales que debían implantarlas. La anterior conclusión, junto con dudosos resultados de la teoría tras su aplicación a ejercicios, experimentos e incluso operaciones por entonces en curso, provocó que las EBO y la terminología asociada fueran desechadas de la doctrina norteamericana tras emitirse la

38 DEPTULA, David A., «Effect-Based Operations: Change in the Nature of War», Arlington: Aerospace Education Foundation, 2001. (Traducción del autor)

39 Bajo este nombre se encuadraban un conjunto de conceptos y capacidades militares que, en teoría, habrían permitido a los combatientes obtener una ventaja considerable a través de la puesta en común de la información disponible en un momento dado.

40 U.S. JOINT FORCES COMMAND, «Rapid Decisive Operations White Paper», 2002, p. 20. (Traducción del autor)

41 ECHEVARRIA, Antulio J., «Operational Concepts and Military Strength», The Heritage Foundation, 7 de octubre de 2016, <https://www.heritage.org/military-strength-topical-essays/2017-essays/operational-concepts-and-military-strength> (último acceso: marzo de 2020). (Traducción del autor)

correspondiente directiva del Mando Conjunto norteamericano⁴². Tal y como señaló en un artículo publicado en *Joint Force Quarterly* quien por entonces era jefe de dicho Mando, el general Mattis, «El concepto EBO [...] es como una «Línea Maginot» intelectual alrededor de la cual el enemigo puede maniobrar»⁴³.

A pesar de desecharse como concepto doctrinal norteamericano, EBO ya se había expandido para entonces al ámbito de la OTAN –el concepto equivalente es *Effect-Based Approach to Operations* (EBAO)- e incluso había sido adoptado por las doctrinas de países aliados. En los propios EEUU, algunos de sus partidarios consideraron la decisión de Mando Conjunto como errónea. Así, propugnaban que los principios en que se fundamentan las EBO constituían nada más y nada menos que un reconocimiento de las constantes inherentes a la naturaleza de la guerra. En concreto, se trataba de un enfoque dirigido a modificar conductas y no necesariamente a alcanzar cambios o destrucción física⁴⁴. En una línea similar, las interpretaciones actuales del concepto insisten en que no es una metodología de planeamiento, sino una manera de entender las operaciones⁴⁵.

Esta alusión al cambio conductual justifica la anteriormente mencionada relación de las EBO –o al menos la interpretación que de ellas hacían algunos de sus defensores- con los aspectos cognitivos. Dado el auge que estos últimos están adquiriendo en la actualidad, es previsible que en el corto plazo veamos revivir el concepto. En realidad, la idea de acciones llevando a efectos ha entrado de lleno en todas las doctrinas y puede decirse que, de manera formal o informal, se ha convertido en un paradigma incipiente. Así, por ejemplo, la doctrina militar conjunta española también incorpora el concepto de «efecto» como cambio en el estado de un sistema o de uno de sus elementos como resultado de una o varias acciones. Estos efectos se clasifican, por su naturaleza, en físicos, virtuales y psicológicos, definiéndose estos últimos como aquellos que «[...] producen cambios en las percepciones que influyen en la toma de decisiones y en los comportamientos». Siguiendo con la misma lógica, se contempla también la posibilidad de enfrentamientos físicos, virtuales y psicológicos, mientras que la victoria la obtendría «[...] quien logra unos efectos decisivos sobre su adversario»⁴⁶.

42 U.S. JOINT FORCES COMMAND, «Memorandum for U.S. Joint Forces Command, Assessment on Effect Based Operations», 14 de agosto de 2008.

43 MATTIS, James N., «USJFCOM Commander's Guidance for Effects-Based Operations,» *Joint Force Quarterly*, nº 51, 4th Quarter 2008. (Traducción del autor)

44 CARPENTER, Paul M., y ANDREWS, William F., «Effect-Based Operation Combat Proven» *Joint Force Quarterly*, 1st Quarter 2009.

45 CURTIS E. LEMAY CENTER, «The Effect-Based Approach to Operations», 2016, https://www.doctrine.af.mil/Portals/61/documents/Annex_3-o/3-o-Do6-OPS-EBAO.pdf (último acceso: marzo de 2020)

46 MINISTERIO DE DEFENSA, «PDC-01 (A) Doctrina para el empleo de las Fuerzas Armadas», Ministerio de Defensa, 2018, p. 81.

La dimensión cognitiva en España: fortalezas, debates y propuestas

Como se ha señalado en la introducción, la gestión de la información en un mundo hiper conectado abre la posibilidad de alcanzar objetivos políticos y militares con medios y procedimientos alternativos. Ciñéndonos al ámbito militar, es cierto que de momento aún estamos muy lejos de prescindir de las capacidades convencionales, pero sin duda el potencial de la información como herramienta capaz de influir en la conducta de un adversario está revolucionando la manera de entender el conflicto armado y sus reglas. Esta creciente relevancia de la dimensión cognitiva como parte del entorno operativo militar plantea un reto de considerables dimensiones para las fuerzas armadas españolas y, como tal, ya se están dando los primeros pasos para afrontarlo.

Así, en la correspondiente directiva del Estado Mayor de la Defensa se constata la carencia actual de una adecuada definición y estructuración de las capacidades necesarias para la supervivencia y operación en un ámbito directamente relacionado con la cognición. En este terreno, las emociones pasarían a ser potencial objetivo de agresiones mediante diferentes técnicas de desinformación, propaganda, desestabilización, ingeniería social, coacción o engaño, entre otras. Todo ello, siguiendo con la Directiva, constituye una situación de vulnerabilidad por la posibilidad de que un adversario pudiera influir en los procesos de consciencia situacional, análisis de la información y toma de decisiones⁴⁷.

En la actualidad existen ya algunas aproximaciones a la resolución del problema, aunque los desarrollos en detalle aún no están disponibles. Así, el *Joint Concept for Operating in the Information Environment* norteamericano identifica como desafíos emergentes la capacidad de futuros adversarios a la hora de combinar novedosas formas de comunicación y tecnologías para desestabilizar las operaciones militares, así como de beneficiarse de los cambios en el contexto socio-cultural para poner en entredicho las normas del mismo. La respuesta, por tanto, se centrará en cómo «[...] cambiar o mantener las percepciones, actitudes u otros elementos que impulsan determinadas conductas [...] a la hora de producir resultados estratégicos duraderos en un entorno cada vez más interconectado»⁴⁸. Siguiendo con la lógica, la idea central es incluir la Información dentro del arte operacional, integrándola con las capacidades físicas, de manera que puedan influenciarse las percepciones, actitudes y otros elementos que guían la conducta de los principales actores. Y para ello es necesario, en primer lugar, entender el componente informativo de las actividades militares, así como el potencial

47 ESTADO MAYOR DE LA DEFENSA, «DDC 03/20/2019 Concepto exploratorio Ámbito cognitivo», 2019.

48 U.S. JOINT CHIEF OF STAFFS, «Joint Concept for Operating in the Information Environment,» July, 2018, p. 10. (Traducido por el autor)

militar de la información propiamente dicha, para después integrar, institucionalizar y poner en práctica dicho potencial junto con las capacidades físicas⁴⁹.

A la hora de afrontar el problema operativo anteriormente expuesto, esto es, de crear las bases para la definición y estructuración de capacidades apropiadas para operar en el ámbito o dimensión cognitiva, y tras analizar el actual marco conceptual en las fuerzas armadas españolas, se va a proceder a identificar tanto los elementos que podrían proporcionar solidez a dichas bases como aquellos otros que necesitarían ser modificados. Para ello se considera indispensable llevar a cabo una comparativa con los marcos conceptuales aliados, especialmente con las publicaciones a las que España se ha adherido a través de los acuerdos de estandarización correspondientes.

Espacio de las operaciones: en términos de acciones y efectos

Comparativa

La doctrina conjunta española estructura el espacio de las operaciones en ámbitos, exclusivamente, y proporciona una definición genérica de éstos basada en los condicionantes que imponen a «[...] las actitudes y procedimientos de los medios, fuerzas y capacidades que deben operar en ellos»⁵⁰. La doctrina OTAN, por su parte, estructura el espacio de batalla en ámbitos, factores y condiciones y, aunque no proporciona definición genérica de ellos, sí que especifica que deben entenderse para aplicar adecuadamente las capacidades militares⁵¹. En una línea muy similar, la doctrina norteamericana habla del entorno operativo como «[...] el conjunto de condiciones, circunstancias e influencias que afectan al empleo de capacidades en influyen en las decisiones del comandante [militar]», y que a su vez se estructura en áreas físicas, dominios y ámbitos⁵².

49 Ibid, pp. 11-22.

50 MINISTERIO DE DEFENSA, «PDC-01 (A) Doctrina para el empleo de las Fuerzas Armadas», Ministerio de Defensa, 2018, p. 78.

51 Ver apartado 1.1.

52 U.S. JOINT CHIEFS OF STAFF, «JP 3,0 Joint Operations», Joint Doctrine Publications, 2018, p. IV-1 (Traducido por el autor)

Discusión y propuestas

Las doctrinas aliadas, un poco más allá de la española, admiten otros factores y condiciones además de los ámbitos propiamente dichos, aunque tampoco entran en detalles acerca de cuáles son dichos factores. Por lo demás, todas las examinadas adolecen de la misma carencia: proporcionan una definición del espacio de las operaciones que resulta ser escasamente funcional a la hora de planear y ejecutar operaciones conjuntas. Efectivamente, estructurar el espacio de las operaciones en ámbitos y dominios tiene ciertas ventajas a la hora de atender necesidades tales como especializar, organizar, adiestrar y dotar adecuadamente las capacidades militares a través de las correspondientes estructuras orgánicas. Sin embargo, no proporciona ventajas adicionales a hora de planear y ejecutar operaciones conjuntas en las estructuras operativas, especialmente en lo que respecta a la identificación de efectos a provocar, acciones a realizar y medios a asignar⁵³.

A la hora de superar los anteriores inconvenientes, se propone llevar a cabo las acciones oportunas con vistas a elaborar una definición del espacio de las operaciones y de sus correspondientes ámbitos, dominios, etc. acorde con los estándares OTAN ya adoptados por España y, en la medida de lo posible, en línea con las propuestas contenidas en el apartado I.I. «Ámbitos, dominios y polémicas asociadas». Ámbito, en este sentido, podría verse como cualquier espacio real o virtual capaz de albergar acciones militares dirigidas a alcanzar efectos. Por supuesto que existen ámbitos claramente identificados que, una vez consolidados, pueden constituirse en el principal criterio para agrupar las capacidades militares en estructuras orgánicas que faciliten su especialización, adiestramiento y dotación. Pero incluir una estructura fija, cerrada y limitada del espacio de las operaciones en un texto doctrinal de primer nivel no aporta ventajas particulares y, por el contrario, cierra el paso a planteamientos operativos innovadores al tiempo que fomenta la tendencia a considerar los ámbitos como sub espacios operativos independientes.

⁵³ La diferencia entre la estructura orgánica y la estructura operativa de las Fuerzas Armadas quedó establecida en artículo 11 de la Ley Orgánica 5/2005, de la Defensa Nacional. Así, mientras que la primera tiene como finalidad la preparación de la fuerza y se constituye en Ejército de Tierra, Armada y Ejército del Aire, la estructura operativa tiene como finalidad el desarrollo de la acción conjunta para su empleo en las misiones que se le asignen.

Ámbitos: «lo cognitivo» es diferente, la información no lo es

Comparativa

La doctrina conjunta española, a diferencia de las de la OTAN, los EEUU y el Reino Unido, no contempla el ámbito de la información como tal en el entorno de las operaciones. Sí que es cierto que en el prólogo de la correspondiente publicación se hace referencia a la información como parte de este entorno operativo cuando se menciona «[...] añadiendo a los ámbitos físicos tradicionales el cibernético y el formado por la información y las percepciones»⁵⁴. No obstante, se considera que este añadido, lejos de perfilar el entorno operativo, añade incluso más confusión.

En su lugar, la doctrina española contempla un «ámbito cognitivo» independiente y equiparado al resto de los ámbitos, lo que constituye un planteamiento radicalmente diferente al mantenido por otros países aliados. Si bien es cierto que en las doctrinas OTAN y EEUU la concepción de los aspectos cognitivos es muy similar a la española, ya sea «[...] donde se toman las decisiones»⁵⁵ o «[...] la forma de pensar («mind») de quienes transmiten, reciben, y responden o actúan sobre la información»⁵⁶, dichos aspectos están contemplados como un dominio o dimensión, respectivamente, del ámbito de la información.

Otra diferencia entre la doctrina española y las doctrinas aliadas que está relacionada los aspectos cognitivos, aunque sólo sea de manera indirecta, puede encontrarse en el ciberespacio. Mientras que en la concepción española éste se considera un ámbito equiparable al resto de los físicos y no físicos, en la OTAN se considera al ciberespacio como un dominio dentro del ámbito de la información⁵⁷. En concreto, se le considera como todo o parte del dominio virtual, este último a su vez al mismo nivel que el dominio físico y el anteriormente mencionado dominio cognitivo⁵⁸. Este encaje del

54 MINISTERIO DE DEFENSA, «PDC-01 (A) Doctrina para el empleo de las Fuerzas Armadas», Ministerio de Defensa, 2018, Prologo.

55 NORTH ATLANTIC TREATY ORGANIZATION, «AJP-3.10 Allied Joint Doctrine for Information Operations», NATO/OTAN, 2015, pp. 1-2 (Traducido por el autor)

56 U.S. JOINT CHIEFS OF STAFF, «JP 3-13 Information Operations», Joint Doctrine Publications, 2014, p. I-3. (Traducido por el autor)

57 NORTH ATLANTIC TREATY ORGANIZATION, «AJP-3 Allied Joint Doctrine for the Conduct of Operations», NATO/OTAN, 2019, p. C-1

58 NORTH ATLANTIC TREATY ORGANIZATION, «AJP-3.10 Allied Joint Doctrine for

ciberespacio dentro del ámbito de la información puede encontrarse también en las doctrinas de los EEUU y del Reino Unido de manera explícita y reiterada⁵⁹.

Discusión y propuestas

Dejando a un lado el ciberespacio, que no es el tema principal de esta discusión, se considera por parte del autor de este capítulo, que la actual concepción española en cuanto a la estructura del espacio de las operaciones es discutible y debería constituirse en objeto de debate formal. Motivos para ello son, en primer lugar, que no parece justificado prescindir de la información como un ámbito diferenciado y equiparado al resto de los ámbitos físicos y no físicos. Que la información sea algo intangible no impide que pueda ser manipulada deliberadamente a la hora de provocar efectos en el adversario, atacar sus centros de gravedad y proteger los propios, exactamente igual que ocurre con la ocupación del terreno, el dominio del mar o la superioridad aérea. Es más, la capacidad de operar directamente y a gran escala en el ámbito de la información, propiciada por la tecnología actual y en conjunción con otras capacidades clásicas, podría llegar a constituir una vía mucho más eficiente para influir en los procesos de toma de decisiones de un adversario que a través de estas últimas únicamente.

Dicho con otras palabras, las sinergias en forma de efectos como resultado de acciones coordinadas en el ámbito de la información y en otros ámbitos podrían suponer un cambio cualitativo en la forma de entender el conflicto armado comparable al que se produjo cuando se implantó la acción conjunta a través de la coordinación de los tradicionales ámbitos terrestre marítimo y aéreo. En definitiva, la información es un auténtico ámbito diferenciado del resto, ya sea por sus posibilidades en cuanto a obtener efectos como por la disponibilidad de medios especializados capaces de operar en él, y donde alcanzar la superioridad con respecto a un adversario resulta cuando menos tan importante como en el resto de los ámbitos.

En segundo lugar, para quien suscribe este capítulo tampoco parece adecuada la concepción española en cuanto a considerar un ámbito cognitivo independiente y equiparado al resto de los ámbitos. El motivo es que en el terreno cognitivo no se pueden llevar a cabo acciones militares de manera directa, es decir, no se puede operar. Sólo es posible esperar efectos tras ejercer las correspondientes acciones en los ámbitos físicos y/o virtuales. Así, por ejemplo, no es posible llevar a cabo directamente acciones sobre

Information Operations», NATO/OTAN, 2015, pp. 1-1 a 1-2.

59 U.S. JOINT CHIEFS OF STAFF, «JP 3-0 Joint Operations», Joint Doctrine Publications, 2018, p.1-3 y Development, Concepts and Doctrine Centre, «JDP 0-01 UK Defence Doctrine», UK Ministry of Defence, 2014, p.15, respectivamente. Resulta curioso que en esta última, además, se resalte dicho encaje poniendo en letra negrita la palabra «dentro» («within»): «Cyberspace is an operating environment within the information environment».

los procesos mentales de los soldados para que deserten, ni sobre los del comandante para que rinda su unidad. Sólo es posible intentar provocar dichas decisiones, o al menos influir en ellas, a través de ejercer acciones en los ámbitos físicos (ej. iniciando un ataque) o a través del ámbito de la información (ej. anunciando de manera creíble dicho ataque). Otro ejemplo muy relevante está relacionado con el efecto de disuasión. Disuasión es también el resultado de un proceso en la mente de un adversario, quien puede decidir no iniciar una agresión al evaluar que los perjuicios derivados de ella son superiores a los potenciales beneficios. A la hora de buscar dicha disuasión se pueden llevar a cabo acciones en ámbitos físicos (ej. incrementar la disponibilidad de fuerzas, realizar maniobras, etc.), en el ámbito de la información (ej. anunciar las medidas a tomar en caso de ser objeto de un ataque), o en todos ellos al mismo tiempo en busca de la necesaria credibilidad. Pero la percepción y evaluación de todas estas acciones en la mente de dicho adversario, es decir, en el campo cognitivo, queda fuera del alcance de quien pretende disuadir⁶⁰.

Y en tercer lugar, considerar un ámbito cognitivo en lugar de un ámbito de la información tampoco es consistente con los compromisos de estandarización OTAN adoptados por España. Así, como se ha mencionado anteriormente, en la publicación aliada *Allied Joint Doctrine for the Conduct of Operations* se especifica y define el ámbito de la información como constituyente del espacio de las operaciones, al tiempo que no se hace alusión alguna al ámbito o dominio cognitivo. Y resulta que esta publicación fue ratificada e implantada por la autoridad correspondiente en España en mayo de 2019⁶¹. Es cierto que la actual publicación española donde se contempla el ámbito cognitivo y no el de la información (PDC 01) data de febrero de 2018, es decir, que es anterior a la fecha de ratificación de la publicación aliada. No obstante, ello no es óbice para que futuros trabajos, como puede ser este mismo, se adapten al nuevo modelo de entorno operativo.

De acuerdo con lo anterior, se propone utilizar y desarrollar, en su caso, el modelo aliado ratificado por España en mayo de 2019, que contempla un ámbito de la información y no un ámbito cognitivo. En su lugar, para dar encaje a los aspectos cognitivos dentro del espacio de las operaciones se proponen dos soluciones complementarias. La primera de ellas es adoptar la estructura contenida en la publicación aliada AJP-3.10 *Allied Joint Doctrine for Information Operations* (pp.I-1 y I-2), también asumida por España en 2016⁶². Como se ha dicho anteriormente, allí se contempla el ámbito de la información estructurado en tres dominios: físico, virtual y cognitivo (o psicológico). La segunda de las soluciones que se proponen, complementaria y que profundiza en la anterior,

60 Este es el motivo, precisamente, por el que resulta tan difícil disuadir a actores irracionales.

61 NORTH ATLANTIC TREATY ORGANIZATION (STANAG), «STANAG 2490 Ed, 4,» 2019.

62 NORTH ATLANTIC TREATY ORGANIZATION (STANAG), «STANAG 2518 Ed, 2,» 2016.

consiste en extender el dominio cognitivo al resto de los ámbitos. El razonamiento es como sigue: si todas las actividades militares son susceptibles de generar información, independientemente del ámbito donde se lleven a cabo, y la información incluye un dominio cognitivo, dicho dominio podrá ser influenciado o al menos accesible desde cualquiera de los ámbitos que conforman el espacio de las operaciones. Así, acudiendo de nuevo al ejemplo de la disuasión, unas maniobras militares en alguno o todos de los ámbitos físicos –terrestre, marítimo, aéreo o espacial- pueden tener como finalidad principal el adiestramiento de una fuerza operativa. Sin embargo, también lleva consigo un componente informativo importante – se trata de una demostración de fuerzas- y podría conseguir un efecto en el dominio cognitivo, en concreto un efecto de disuasión de un potencial adversario. En resumen; la consideración del ámbito de la información estructurado en el triple dominio físico, virtual y cognitivo, así como la extensión de este último al resto de los ámbitos, proporciona coherencia y unidad al espacio de las operaciones y, en definitiva, constituye un marco útil para desarrollar estructuras y procesos que finalmente contribuirán de manera efectiva al planeamiento operativo⁶³.

Capacidades asociadas: un criterio restrictivo

Comparativa

Entre las doctrinas aliadas existen algunas diferencias en cuanto a las capacidades asociadas al ámbito de la información y, por tanto, más próximas a los aspectos cognitivos. Así, como ya se indicó anteriormente, el término Operaciones de Información podría estar bajo revisión en los EEUU. De hecho, el término ya no se contempla como tal en la nueva doctrina conjunta de 2018, mientras que la publicación con el mismo nombre, el JP 3. 13, data de 2014 y es por tanto relativamente antigua. No obstante, parece que las estructuras de planeamiento conjuntas siguen incluyendo la célula J-39 *Information Operations* a la hora de coordinar las anteriormente mencionadas *Information-Related Capabilities*.

En el ámbito de la OTAN, por el contrario, el concepto de Operaciones de Información como área funcional de planeamiento fue desarrollado en la correspondiente publicación de 2014 (AJP-3,10 *Allied Joint Doctrine for Information*

63 Hay que añadir que esta perspectiva responde adecuadamente a lo establecido en el apartado 5. «Visión del JEMAD» de la Directiva de desarrollo conceptual DDC 03/2019 del Estado Mayor de la Defensa, «Concepto exploratorio: Ámbito cognitivo», donde se especifica en relación al aspecto cognitivo que «[...] es transversal al resto de ámbitos, que quedan impregnados por su influencia.»

Operations) y el término ha queda validado en la nueva doctrina conjunta de febrero de 2019⁶⁴. No son de esperar, por tanto, cambios importantes en un futuro próximo. Por su parte, en España sí que contempla explícitamente las Operaciones de Información como área de actividad militar y, a falta de desarrollo doctrinal exclusivo, se asume como propio la doctrina de segundo nivel de la OTAN.

Finalmente, la estructura correspondiente del Mando de Operaciones español se ajusta al documento «Concepto de Influencia 2015» y difiere ligeramente de las propugnadas en la OTAN⁶⁵. En concreto, el área funcional de planeamiento operativo J9 Influencia se encarga de actividades tales como Operaciones de Información (incluida Operaciones Psicológicas), Interacción Cívico-Militar y Asuntos Públicos Militares, mientras que la OTAN *Information Operations* es el nombre dado precisamente a la propia área funcional que, a su vez, puede quedar incluida en otras áreas como J5 o J3 durante el planeamiento o ejecución, respectivamente, de una operación.

Discusión y propuestas

En el apartado anterior se ha sugerido que el actual ámbito cognitivo del espacio de las operaciones sea sustituido por el ámbito de la información, que se adopte para éste la estructura en los tres dominios físico, virtual y cognitivo, y que este último –el dominio cognitivo– se extienda al resto de los ámbitos. Dentro de este esquema –y siguiendo con las propuestas– el concepto de Influencia propuesto por el Mando de Operaciones encaja bien con la secuencia acción-función-efecto, es decir, se constituye en el vínculo funcional entre las actividades militares y los pretendidos efectos a alcanzar. En efecto, Influencia bien podría considerarse como la función a través de la cual se pueden provocar efectos en el dominio cognitivo desde cualquier ámbito, especialmente desde el de la información. O dicho a la inversa, acciones en el ámbito de la información –principalmente, aunque no en exclusiva– podrían producir efectos en el dominio cognitivo a través de la función Influencia. Es bajo este punto de vista donde la concepción de influencia como «[...] un pilar de la integración de todas las posibilidades de combate y de actuación en el entorno de la información en el planeamiento, conducción y seguimiento de las operaciones.» cobra todo su sentido⁶⁶.

Dada la fecha de su elaboración (2015), el concepto de Influencia propuesto por el Mando de Operaciones ha de ser revisado, actualizado y adaptado en la medida de

64 NORTH ATLANTIC TREATY ORGANIZATION, «AJP-3 Allied Joint Doctrine for the Conduct of Operations», NATO/OTAN, 2019.

65 ESTADO MAYOR DEL MANDO DE OPERACIONES, «Concepto de Influencia», Madrid: Estado Mayor del Mando de Operaciones, 2015.

66 ESTADO MAYOR DEL MANDO DE OPERACIONES, «Concepto de Influencia», Madrid: Estado Mayor del Mando de Operaciones, 2015, p. 8.

lo posible a la normativa aliada a la que España se ha adherido, aunque conservando las innovaciones que se han señalado anteriormente⁶⁷. Tras ello, una vez incorporada la función Influencia al planeamiento operativo, el criterio acerca de las capacidades a coordinar, supervisar o emplear se deduce inmediatamente. Por un lado, será necesario supervisar y en su caso coordinar todas aquellas capacidades militares en uso durante la operación susceptibles de generar efectos en el dominio cognitivo, independientemente del ámbito donde se utilicen. En realidad, esto afecta a la práctica totalidad de capacidades militares, aunque bien es cierto que en mayor o menor medida. Por otro lado, será necesario planear y llevar a cabo acciones con aquellas capacidades diseñadas específicamente para crear efectos en dicho dominio cognitivo, capacidades que normalmente operarán en el ámbito de la información, esto es, Operaciones de Información (incluidas las Operaciones Psicológicas y algunas más) y Asuntos Públicos Militares, exclusivamente.

Aplicando el criterio de usar capacidades específicamente diseñadas para producir efectos en el dominio cognitivo, se descartarían aquellas tales como la Interacción Cívico-Militar, cuya definición actual no encaja necesariamente con dicho dominio. Actividades relacionadas con seguridad de las operaciones o seguridad de la información también actúan en el ámbito de la información, pero su finalidad inmediata no está en el dominio cognitivo, sino en el virtual. Guerra Electrónica y ciber operaciones también actúan en el ámbito de la información, pero al igual que las anteriores su finalidad también se localiza en los dominios virtuales e incluso los físicos. En resumen, la extensión del dominio cognitivo a los diferentes ámbitos del espacio de las operaciones, así como la identificación de acciones, funciones y efectos susceptibles de ser ejercidas y/o provocados en cada uno de ellos, proporciona un criterio útil para definir y estructurar las capacidades susceptibles de afectar a los aspectos cognitivos durante el planeamiento y conducción de las operaciones militares.

Conclusión

En este capítulo se ha revisado el marco conceptual español en lo que respecta a los aspectos cognitivos de las operaciones militares. Además de describirlo y valorar su consistencia interna, también se ha llevado a cabo una comparativa con la

⁶⁷ En este sentido, hay que decir que la definición de Operaciones de Información contenida en la página 8 del documento del Estado Mayor del Mando de Operaciones, «[...] conjunto de acciones coordinadas y sincronizadas para influir en la voluntad, percepciones y capacidad de los adversarios, reales o potenciales, mediante el ataque a sus sistemas y procesos de información» es anticuada y, además, resulta confusa debido precisamente a la última frase –no necesariamente han de atacarse los sistemas y procesos de información- y debería ser revisada de acuerdo con la actual doctrina conjunta.

correspondiente concepción en los ámbitos de la OTAN y de los EEUU. Todo ello ha servido de punto de partida para abordar el problema operativo que se identificó en su momento: en la actualidad no parecen claras las capacidades militares necesarias para actuar sobre dichos aspectos cognitivos y, por tanto, es necesaria una adecuada definición y estructuración de las mismas.

Como resultado de lo anterior, en primer lugar se sugiere abrir un debate con vistas a redefinir el espacio de las operaciones de manera más funcional, abierta a otros factores además de los ya consabidos ámbitos y, sobre todo, considerando a estos como espacios reales o virtuales capaces de albergar acciones militares dirigidas a alcanzar efectos.

En segundo lugar, se señala la conveniencia de reflexionar sobre el modelo adoptado en la actual doctrina conjunta española, comenzando por la pertinencia de mantener el ámbito cognitivo como tal en el espacio de las operaciones. Como se justificó en su momento, los aspectos cognitivos no deberían considerarse como un ámbito independiente y diferenciado de los ámbitos terrestre, marítimo, aéreo y otros. El motivo es que, a diferencia de estos últimos, no existen instrumentos capaces de operar en el terreno cognitivo de manera directa. Sólo es posible obtener en él algunos efectos tras operar en los ámbitos físicos y/o virtuales y, especialmente, en el ámbito de la información. La inclusión de un ámbito de la información en el espacio de las operaciones, equiparado al resto de los ámbitos, es precisamente otro objeto de reflexión. Efectivamente –y al contrario de lo que ocurriría con los aspectos cognitivos-, en el ámbito de la información sí que existen instrumentos que permiten operar directamente y a gran escala. Y finalmente, dicha reflexión debería contemplar la adopción de la estructura del ámbito de la información actualmente usada en el marco aliado, esto es, con sus tres dominios físico, virtual y cognitivo, dando cabida de este modo a los aspectos cognitivos en el espacio de las operaciones. Todo ello proporcionaría, sin duda, una estructura más clara y coherente del espacio de las operaciones, además de la necesaria unidad en cuanto a conceptos operativos con nuestros aliados.

En tercer lugar, se subraya el hecho de que las publicaciones doctrinales de la OTAN a las que España se ha adherido a través de los correspondientes acuerdos de estandarización ya contemplan las propuestas señaladas en el punto anterior. Existe, por tanto, un compromiso por parte de España a la hora de adoptar e implantar dicha consideración de los aspectos cognitivos en la doctrina nacional. Además, el protocolo de los mencionados acuerdos de estandarización permite establecer las objeciones pertinentes en aspectos puntuales, por lo que tendrían cabida especificidades nacionales tales como extender el dominio cognitivo al resto de los ámbitos. Como se razonó en el apartado correspondiente, si todas las actividades militares son susceptibles de generar información, y la información incluye un dominio cognitivo, dicho dominio podrá ser influenciado desde cualquiera de los ámbitos que conforman el espacio de las operaciones.

En cuarto lugar, se considera útil y conveniente implantar definitivamente el concepto de Influencia desarrollado por el Mando de Operaciones, aunque el documento correspondiente debería ser previamente revisado y actualizado. Influencia se convertiría, de este modo, en la función a través de la cual se buscaría provocar determinados efectos en el dominio cognitivo, ya sea operando en el ámbito de la información o en cualquier otro ámbito.

En quinto lugar, a la hora de identificar las capacidades y actividades militares que debería servir de base al planeamiento operativo del área funcional Influencia se sugiere adoptar el siguiente criterio: contemplar sólo aquellas diseñadas específicamente para crear efectos en el dominio cognitivo y que, normalmente, operarán en el ámbito de la información. Esto reduce las capacidades a Operaciones de Información (incluidas las Operaciones Psicológicas y algunas más) y Asuntos Públicos Militares, exclusivamente. No obstante, se insiste en el hecho de que cualquier actividad militar es susceptible de provocar efectos en el dominio cognitivo y, por tanto, será necesario supervisar y coordinar, en su caso, las que se consideren relevantes.

Finalmente, se señala la necesidad de continuar con los trabajos y actividades que abordan la parte más complicada de los aspectos cognitivos, esto es, aquella relacionada con la concepción, investigación, experimentación y desarrollo de técnicas eficaces que permitan el desarrollo de capacidades acordes con el actual estado de las tecnologías de la información. Además, no se trata sólo de abordar el problema técnico de cómo provocar efectos cognitivos manipulando variables en los dominios informativo y físico. A diferencia de las capacidades militares convencionales, cuyo desarrollo está limitado por los considerables gastos de producción, el desarrollo de capacidades para operar en el dominio cognitivo es relativamente barato y asequible para cualquier economía una vez se disponga de los resultados de la correspondiente investigación. No cabe esperar, por tanto, socios dispuestos a compartir de manera gratuita dichos resultados, puesto que ello supondría prácticamente regalar las capacidades.

Conclusiones

Conclusiones

José Luis Calvo Alberro

«El corazón del hombre necesita creer algo, y cree mentiras cuando no encuentra verdades que creer»

Mariano José de Larra

La lectura de los diferentes capítulos de esta obra nos puede dar una idea de la importancia y la complejidad del tema tratado. Está claro que el uso de la información y la desinformación como armas, capaces de contribuir decisivamente a la acción bélica convencional, tiene una larga tradición histórica, pero sus posibilidades han aumentado dramáticamente en las últimas décadas. Lo han hecho hasta el punto de que la influencia conseguida a través de la manipulación informativa puede llegar a ser equiparable a la que se consigue con medios militares convencionales, y en algunos casos superior.

El problema es que la manipulación informativa presenta unas características diferentes a la de un enfrentamiento bélico, lo que aumenta las posibilidades de su empleo y dificulta la defensa contra ella. La desinformación puede hacerse en cualquier situación, ya sea paz, crisis o guerra; puede llevarse a cabo de manera encubierta, de tal manera que sea casi imposible identificar a sus autores y, aunque puede dirigirse también contra las fuerzas armadas, su objetivo prioritario es la población. La desinformación, de hecho, elude la confrontación tradicional entre organizaciones militares y va directamente a conseguir efectos políticos influyendo en el público, utilizando la misma dinámica que, por ejemplo, caracteriza al terrorismo.

Contrarrestar la desinformación constituye una tarea especialmente compleja. Al igual que también ocurre con la lucha contra el terrorismo, un celo excesivo puede terminar afectando a derechos y libertades básicas y ocasionar a la larga mayores perjuicios que la propia agresión. Por otro lado, es posible llevar a cabo una completa campaña de manipulación informativa con efectos considerables utilizando medios y procedimientos estrictamente legales. La difusión de información parcial e interesada forma parte de nuestra vida diaria, y se manifiesta en aspectos tan cotidianos de ella como la publicidad, el *lobbying* o la pugna entre diferentes opciones políticas. Diferenciar lo que es una simple distorsión de la información para el beneficio propio de lo que podría ser un uso criminal, o incluso de una campaña agresiva que persiga efectos políticos por medios ilícitos, resulta esencial para decidir si debe existir respuesta y, en caso de que así sea, calibrar su intensidad.

Si la lucha contra la desinformación es ya compleja en el nivel de los Estados, aún lo es más para sus fuerzas armadas. La primera dificultad es la sensibilidad política y

legal del problema, que lo aparta de las competencias habituales de las instituciones militares y, además, crea enormes recelos para que éstas se involucren en él. La segunda es que la desinformación es uno de los instrumentos utilizados en esa nebulosa de modelos de conflicto que utilizan herramientas no militares y no precisan, por tanto, la activación de una situación abiertamente bélica para su empleo.

Actualmente se usa con frecuencia el término «guerra híbrida» para referirse al uso preferente de instrumentos no militares en una situación que no llega a manifestarse del todo como un conflicto abierto, aunque el término puede que no sea muy adecuado. La guerra híbrida es esencialmente una situación de conflicto armado, en la que se combina el uso de métodos convencionales y no convencionales, militares y no militares. Para referirse a un estado de tensión y hostilidad, pero sin llegar al umbral de un conflicto armado, parece más adecuado el término «zona gris». En esa zona gris la desinformación encuentra uno de sus escenarios más adecuados, y es precisamente ahí donde intentar contrarrestarla por medios militares resulta más complicado.

Las posibilidades actuales para el uso de la información abren escenarios distintos a los derivados de una agresión por medios tradicionales, pero no menos inquietantes para la seguridad de la ciudadanía. En este trabajo se mencionan algunas de ellas, incluso las que no están directamente relacionadas con la gestión militar del entorno cognitivo, pero que tendrán influencia en el concepto futuro de seguridad y en cómo la tradicional disyuntiva entre libertad y seguridad se resuelve en lo que queda de nuestro siglo.

Los Estados almacenan cada vez más información sobre sus ciudadanos, aunque más preocupante si cabe es que diversas compañías privadas posean en realidad más información que cualquiera Estado. En gran parte del mundo cada ser humano se convierte progresivamente en un terminal que recibe y emite datos dentro de una extensa red. Todo ello puede dar pie a numerosos fenómenos, algunos de ellos ciertamente poco deseables. Se habla con frecuencia del riesgo de que la capacidad de control sobre cada persona incremente el autoritarismo y termine en una dictadura digital, de la que ya se pone a China como ejemplo. Puede darse el caso de que la vida de cualquier persona termine por guiarse exclusivamente por criterios del marketing personalizado con el que es constantemente bombardeada por diversas compañías privadas. Y puede vislumbrarse también la posibilidad de que, conocedores de nuestros gustos, miedos, prejuicios y obsesiones, actores sin escrúpulos puedan determinar de manera infalible nuestra intervención como ciudadanos en la vida política de nuestra comunidad.

En este preocupante escenario se da la paradoja de que el uso de la desinformación es lo suficientemente pernicioso como para que los instrumentos de seguridad del Estado intenten contrarrestarlo, pero se trata a la vez de algo tan sensible que crea dudas sobre la pertinencia de esa intervención. Identificar estas dificultades y proponer soluciones que garanticen a la vez nuestra seguridad y nuestras libertades es uno de los objetivos principales de este trabajo.

Así, el capítulo de Daniel Donoso ha planteado el problema de que la desinformación apela esencialmente a lo emocional. Hay mucho de emocional en la manera en la que percibimos el mundo y en las motivaciones que nos guían, que suelen relacionarse con nuestra aspiración a ser miembros integrados y respetados de un grupo humano. Pese a que nuestra naturaleza reposa en gran medida en la capacidad racional, la razón palidece con frecuencia frente a la emoción, sobre todo cuando nos encontramos en situaciones de riesgo, estrés e incertidumbre. Clausewitz señalaba que la dirección de un conflicto armado debía basarse en la razón, pero también que sería un tremendo error olvidar la enorme fuerza de la emoción.

Como nos recuerda en su capítulo Marta Peirano, es muy difícil oponerse con éxito a la carga emocional de la desinformación utilizando exclusivamente la fría racionalidad. A veces el efecto es contraproducente porque el ciudadano se siente agredido y despreciado; tratado como un ser inferior. Uno de los problemas más graves en la lucha contra la desinformación es que resulta muy difícil para una persona reconocer que ha sido manipulada, pues eso implica a la vez reconocer que probablemente no ha sido muy inteligente. La simple demolición de la desinformación utilizando argumentos estrictamente racionales puede así fallar estrepitosamente entre acusaciones de elitismo y pedantería. Para ser eficaz en esa lucha, la razón debe ir acompañada de empatía y comprensión.

Daniel Donoso y Vicente Moret apuntan a la educación y la resiliencia de la población como capacidades clave en la lucha contra la manipulación informativa. No hay duda de la sensatez de esta propuesta, aunque conviene hacer algunas matizaciones. En ocasiones se considera que el nivel educativo es inversamente proporcional a la vulnerabilidad ante la desinformación, pero esto no es siempre así. Algunas de las mentes más brillantes de la Alemania del siglo XX, desde Carl Schmitt hasta Martin Heidegger, coquetearon con esa quintaesencia de la manipulación que fue el nacionalsocialismo. En tiempos de crisis, el temor ante el vacío y la necesidad de seguridad pueden apoderarse de los ciudadanos más cultos y preparados tanto como de los menos formados.

La educación a la que se refieren nuestros autores es más específica. Se refiere a que probablemente haya que formar a nuestros ciudadanos en cómo detectar aquellas informaciones que pretenden influir sobre ellos de manera interesada y en cómo defenderse de ellas desarrollando el pensamiento crítico. Marta Peirano es más específica todavía y propone educar en la lucha contra la desinformación simulando su práctica y aprendiendo sus procedimientos y sutilezas. Nada más eficaz para comprender cómo funciona la desinformación que tener la oportunidad de practicarla uno mismo, aunque sea de manera simulada.

La resiliencia es una cualidad esencial ante cualquier tipo de agresión, pero desarrollarla frente a la manipulación informativa es más complicado de lo que parece. Una sociedad debe habitualmente su resiliencia a que sus miembros comparten una identidad de la que se sienten orgullosos, así como a unos sólidos principios éticos.

En ocasiones esto se ha intentado llevar a niveles extremos, como ilustra en 1979 el general pakistaní S.K. Malik en su obra «El concepto Coránico de guerra» que se convirtió en un clásico del yihadismo. Malik consideraba al combatiente yihadista absolutamente inmune a la propaganda porque sus principios religiosos eran tan sólidos que lo convertían en indiferente ante cualquier influencia externa. Este enfoque, presente con frecuencia en sectas y grupos terroristas, busca en definitiva crear audiencias cautivas, blindadas ante la propaganda adversaria mediante una suerte de «autismo ideológico» conseguido por la eficacia de la propaganda propia.

Lógicamente, no es esta una solución aceptable en una sociedad democrática y basada en la libertad individual. La resiliencia de nuestros ciudadanos frente a la desinformación debe basarse en su voluntaria adhesión a un modelo de sociedad que los respeta como individuos y que, por tanto, considera natural la crítica, el desacuerdo y la disidencia. La resiliencia más eficaz frente a la desinformación no es la del fanático, sino la de quién sabe distinguir entre el ejercicio de los derechos básicos de expresión e información, por un lado, y la utilización de la falsedad y la manipulación como instrumentos de influencia por el otro.

No obstante, para ser resiliente una sociedad necesita confiar en el sistema en el que vive, lo que tiene mucho que ver con confiar en los que lo dirigen. Probablemente, una de las causas principales del auge de la desinformación, más que la facilidad que proporciona la tecnología para diseminarla, es la desconfianza que se ha instalado en grandes sectores de la población hacia el poder, las instituciones y las elites. No se alcanzará un nivel aceptable de resiliencia sin recuperar la confianza en los que dirigen el sistema.

La adhesión ciudadana a un modelo democrático de sociedad que garantice las libertades de expresión e información nos lleva al núcleo central del capítulo escrito por Vicente Moret. La posibilidad de legislar en las redes para eliminar la desinformación no solo se antoja de dudosa eficacia, sino que puede poner fácilmente en peligro el ejercicio de libertades básicas. El problema esencial es que, siempre y cuando la desinformación no caiga en la categoría de delito, poco se puede hacer legalmente contra ella. Ampliar la definición de delitos, como han hecho algunos países europeos, puede llevarnos cerca de la fina línea que separa la seguridad razonable del autoritarismo represivo.

Lo cierto es que, como se observó al principio de estas conclusiones, la manipulación informativa forma parte de nuestras vidas y, sencillamente, se puede desinformar y manipular de manera completamente legal y bajo el amparo del derecho a la libertad de expresión. Forzar la legislación para limitar esto rompe la normalidad democrática que –guste o no guste– otorga al necio, el manipulador y el miserable el mismo derecho a la libre expresión que al sabio, el honesto y el filántropo. La madurez democrática de una sociedad, y no necesariamente la ley, es la que debe aislar y marginalizar bulos, falsedades y manipulaciones que no constituyan un delito evidente.

En este sentido, la intervención en la lucha contra la desinformación de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado, y mucho más de las Fuerzas Armadas, resulta muy compleja por la desconfianza que produce en muchos sectores de la ciudadanía. La experiencia en la gestión de crisis de la COVID 19 ha sido un ejemplo de las susceptibilidades que despierta. Eso no quiere decir que los instrumentos de seguridad del Estado no puedan trabajar para detectar campañas de desinformación, bulos y manipulaciones que puedan poner en riesgo la seguridad nacional o la normalidad de la vida ciudadana, pero deberán hacerlo con un exquisito respeto a la legalidad y un notable ejercicio de transparencia a través de la comunicación pública.

Precisamente la comunicación pública es una de las herramientas básicas en la lucha contra la manipulación informativa. Como señala Marta Peirano, tiene mucho más sentido, y probablemente es mucho más eficaz, cuidar la comunicación institucional que dedicarse a perseguir bulos. Así, en su capítulo 3, dedicado a los medios de comunicación y a las plataformas digitales que sin serlo están suplantando su papel, se hacen una serie de útiles recomendaciones para mejorar la eficacia de la comunicación pública en las fuerzas armadas. Es éste un asunto en el que tenemos todavía mucho camino que recorrer. Al contrario que en otros ejércitos de nuestro entorno, la atención dedicada a la comunicación, el trato con la prensa o la información al ciudadano ha sido limitada en nuestras instituciones militares. Las simples habilidades para hablar en público o comunicar por escrito con precisión y eficacia no han sido nunca una parte esencial del currículo académico del personal de los ejércitos. No se ha interiorizado que la imagen que se proyecta en una rueda de prensa puede tener un efecto tan beneficioso o devastador como el éxito o el fracaso en una operación militar. De hecho, no se es consciente de que la comunicación pública es una parte sustancial, y cada vez lo será más, de las operaciones militares.

Por su parte, Miguel Peco apunta a los Asuntos Públicos Militares, la función que se ocupa de la comunicación pública de los ejércitos, como una de las dos actividades militares esenciales en el terreno cognitivo, junto con las Operaciones de Información. También señala la aparición en la terminología OTAN del concepto «Comunicaciones Estratégicas» o STRATCOM, que se ha generalizado ya tanto en el ámbito nacional como internacional. A diferencia de los Asuntos Públicos Militares, que es una herramienta de comunicación en el ámbito exclusivo de los ejércitos, STRATCOM se inicia y diseña en el nivel político, que es donde realmente pueden sentarse las bases de una política de comunicación.

Efectivamente, las instituciones militares no pueden por si solas abordar el diseño de una campaña de información sin recibir las directrices, limitaciones y líneas estratégicas del nivel político. Aunque esto pueda parecer obvio, vale la pena recordarlo. Dada la confusión que reina en la comunicación institucional en pleno proceso de transformación para adaptarse al mundo digital, cabe la posibilidad de que, ante la ausencia de directrices claras, las organizaciones militares caigan en la tentación de diseñar ellas mismas sus propias STRATCOM, lo que resultaría probablemente

desastroso. Como cualquier otro aspecto de la estrategia, la comunicación estratégica se desarrolla desde arriba hacia abajo, estableciéndose sus fundamentos en el nivel político. Si hay algo peor que la ausencia de estrategia de comunicación, es una que rompa la coherencia entre el nivel político y sus niveles subordinados.

Las operaciones de información (o IO, por sus siglas en inglés) son la segunda actividad militar en el ámbito cognitivo. Su ejecución, en la práctica, ha estado siempre sujeta a polémica porque IO es en realidad una función de estado mayor, un mero trabajo de coordinación de actividades muy diferentes. Aunque las células de IO han sido en las últimas décadas los tradicionales «parientes pobres» en estados mayores y cuarteles generales, su importancia ha ido creciendo progresivamente. Como Miguel Peco señala, la introducción del concepto «Operaciones basadas en efectos», aunque finalmente fallido, revitalizó las actividades situadas bajo la esfera de IO y llevó a la creación de organizaciones más complejas y con mayor influencia en el planeamiento de operaciones. Entre ellas estarían las células de efectos, operaciones no cinéticas o incluso nuevas secciones en los estados mayores, como la J9 Influencia que el autor cita en el caso del Mando de Operaciones español.

Al contrario que los Asuntos Públicos Militares, las IO van dirigidas mayoritariamente a conseguir efectos no en el público sino en otras organizaciones militares o pseudomilitares consideradas adversarias. Se trata de una actividad plenamente operativa, que busca sobre todo romper el proceso enemigo de toma de decisiones, y no descarta acciones con efectos físicos extremos como destruir los órganos de mando y control o eliminar a los mandos adversarios. Utilizar IO ofensivas sobre la población civil, incluso la enemiga, es algo excepcional y sujeto a un estricto control legal.

Las IO se enfrentan hoy en día al problema de que no existe un consenso sobre su integración en el sistema de planeamiento y conducción de las operaciones, así como sobre el alcance de sus actividades. Hay múltiples modelos diferentes en diferentes países y organizaciones internacionales. La relación y coordinación de IO con actividades como Asuntos Públicos Militares y Cooperación Cívico-Militar (CIMIC) no termina de definirse en detalle e incluso algunas de las actividades que debería coordinar, como Operaciones Psicológicas (PSYOPS) o Ciberdefensa, se encuentran francamente incómodas en su seno.

Todo esto nos lleva al segundo gran problema para la actuación militar en el ámbito cognitivo, (ya hemos apuntado que el primero es la naturaleza política de muchas de las actividades que se desarrollan en él): la falta de un marco conceptual y orgánico sólido y consensuado en el que encajar la intervención militar. Sobre este problema también reflexionan tanto Daniel Donoso como Miguel Peco, aunque desde diferentes enfoques.

La definición de un marco conceptual que integre lo cognitivo en las operaciones militares resulta esencial. En el capítulo 4 podemos comprobar cómo existen todavía muchas incógnitas sobre ese modelo y cómo resultaría posible adoptar diferentes

soluciones. De hecho, uno de los objetivos de este trabajo consiste en proporcionar ideas para materializar ese marco. Lo más importante a la hora de hacerlo, como se sugiere en dicho capítulo, es crear una estructura conceptual flexible que permita encajar en ella los diferentes elementos que actúan en el ámbito cognitivo y no forzar fricciones ni separaciones innecesarias entre quienes deben trabajar en estrecha coordinación, así como guardar la coherencia con las organizaciones internacionales en las que habitualmente se integran nuestras fuerzas armadas y que constituyen el marco más probable para su actuación.

Algo similar cabe decir del marco organizativo. Aquí cabe señalar que alguien dentro de la organización de las fuerzas armadas debe ocuparse de gestionar el ámbito cognitivo -o de la información, según la doctrina OTAN. Alguien con responsabilidades y cometidos definidos, recursos disponibles y capacidad de gestión. Que ese alguien se materialice en un mando conjunto, un nuevo departamento en los cuarteles generales o un centro de apoyo y gestión es algo sujeto a debate y que dependerá de múltiples circunstancias, pero la necesidad de su existencia parece incuestionable.

Para finalizar, y dada la tendencia que los militares tenemos a resumir asuntos complejos en una lista de puntos clave, resulta difícil resistirse a confeccionar una que recoja los puntos principales en esta publicación. La verdad es que son muchos y diversos, y que la lista no supe en absoluto la riqueza de conceptos que los capítulos contienen y que solo su lectura puede proporcionar. Pero quizás puede servir para ayudar a la reflexión sobre un asunto que está transformando no solo la naturaleza de los conflictos, sino probablemente la propia naturaleza de las sociedades humanas.

1. La desinformación y la manipulación se han utilizado siempre para ejercer influencia y su uso ha sido sistemático en cualquier conflicto armado. La diferencia hoy en día es que la revolución digital ha aumentado exponencialmente tanto las maneras de hacerlo como la influencia final que se puede obtener.
2. La desinformación apela esencialmente a lo emocional y a tendencias atávicas en el ser humano hacia la relación personal, la integración en un grupo y el estatus dentro de él. Aunque la racionalidad debe presidir la dirección de cualquier conflicto, intentar combatir la desinformación solo desde la razón es algo condenado al fracaso. Hay que encontrar el punto preciso entre lo racional y lo emocional.
3. Las acciones en el ámbito cognitivo, tanto ofensivas como defensivas, se realizan en un entorno que puede fácilmente invadir los derechos básicos del ciudadano. La desinformación aprovecha los resquicios del derecho a la libertad de expresión, y la lucha contra ella no puede ahondar en esa violación de un derecho esencial. Sería absurdo plantear un conflicto sacrificando precisamente aquello que se pretende proteger.

4. La estrategia contra la desinformación, como cualquier otra, se basa en mantener la iniciativa. Eso significa que no es tan rentable reaccionar defensivamente contra bulos, desinformación y manipulaciones como mantener una política de comunicación clara, honesta, empática y que llegue al ciudadano.
5. El éxito en la lucha contra la desinformación requiere una ciudadanía formada específicamente para reconocer sus técnicas y resiliente ante sus efectos. La resiliencia depende de una sólida identificación con los valores y principios que constituyen la base de la sociedad y de la credibilidad de sus líderes. La desinformación florece donde existe desconfianza hacia los dirigentes y las instituciones, y encuentra enormes dificultades para prosperar allí donde se consigue una relación de confianza
6. La lucha contra la desinformación es una responsabilidad esencialmente política. Las fuerzas armadas pueden tener un papel en ella con acciones en el ámbito cognitivo cuando la seguridad nacional esté amenazada, pero siempre actuando bajo un estricto control político.
7. Pese a las dificultades de empleo, las fuerzas armadas disponen de capacidades y experiencia en la lucha contra la desinformación que pueden ser de mucha utilidad. Es necesario articular un sistema en el que estos recursos puedan ser empleados sin causar inquietud ciudadana, ni dudas legales o políticas.
8. La comunicación pública es un campo de mejora para las fuerzas armadas. Tan importante como los efectos producidos por las operaciones militares es su percepción por parte de la opinión pública, propia, enemiga y neutral. La capacidad de las fuerzas armadas para comunicar se convierte en un elemento esencial para el éxito.
9. La actuación de las fuerzas armadas en el ámbito cognitivo requiere de un marco conceptual y de una solución orgánica. Hay múltiples soluciones, pero lo más importante es que se mantenga la coherencia, se eviten las fricciones entre elementos y se consiga la eficacia a través de la simplicidad.
10. Los instrumentos militares para actuar ofensivamente en el ámbito de la información con un impacto en los aspectos cognitivos, que se agrupan habitualmente bajo los conceptos de Operaciones de Información y Operaciones en el Ciberespacio, estarán normalmente dirigidos a organizaciones enemigas, militares o no. Aparte de la comunicación pública, la actuación militar dirigida a los aspectos cognitivos en la población civil será excepcional y estará sujeta a un estricto control legal y político.

Bibliografía

- AJP-3.10 Allied Joint Doctrine for Information Operations. A. s.l. : NATO/OTAN, 2015.
- ALLEN, P., «Information Operations Planning», Artech House, Boston, 2007.
- ALLEN, Patrick D. and GILBERT, Dennis P. 2009. The Information Sphere Domain. Increasing Understanding and Cooperation. [book auth.] Czosseck and Geers (eds). The Virtual Battlefield.Perspectives on Ciber Warfare. s.l. : IOS Press, 2009.
- ALLPORT, F., «El problema de la percepción», Nueva Visión, Buenos Aires, 1974.
- ARENDT, Hannah. «Los Orígenes del Totalitarismo».
- BRIÑOL, P. et als., «Qué es persuasión», Biblioteca Nueva, Madrid, 2001.
- CABAYAN, H. y WRIGHT, N., «A Multi-Disciplinary, Multi-Method Approach to Leader Assessment at a Distance: The Case of Bashar Al-Assad, Parts I & II», Strategic. Multilayer Assessment Office, Office of the Secretary of Defense, Washington, DC, 2014. Disponible en: <https://profilerplus.org/>. Fecha de la consulta 18.01.2020.
- CARPENTER, Paul M. and ANDREWS, William F. 2009. Effect-Based Operation Combat Proven.. 1st Quarter 2009, Joint Force Quarterly.
- CIALDINI, R., «Influence: the psychology of persuasion», Collins Business Essentials, 2006.
- CURTIS E. Lemay Center. 2016. The Effect-Based Approach to Operations. 2016.
- DAMASIO, A., «Descartes» error: Emotion, rationality and the human brain», Putnam (Grosset Books), New York, 1994.
- DE CARLOS, J., «Herramientas para el análisis de conflictos», Revista Ejército, 922, febrero 2018.
- DEPTULA, David A. 2001. Effect-Based Operations: Change in the Nature of War. Arlington : Aerospace Education Foundation, 2001.
- Development, Concepts and Doctrine Centre. 2014. JDP 0-01 UK Defence Doctrine. 5. s.l. : Ministry of Defence, 2014.
- DIAZ CANEJA, J., «Campos de actuación de la inteligencia», Monografía 148, ES-FAS, 2016.
- DONNELLY, Jared and FARLEY, Jon. 2018. Defining the «Domain» in Multi-

- Domain. OTH. [Online] 9 17, 2018. <https://othjournal.com/2018/09/17/defining-the-domain-in-multi-domain/>.
- ECHEVERRIA, Antulio J. 2016. Operational Concepts and Military Strength. The Heritage Foundation. [Online] October 7, 2016. [Cited: March 4, 2020.] <https://www.heritage.org/military-strength-topical-essays/2017-essays/operational-concepts-and-military-strength>.
- EJÉRCITO DE TIERRA. 2019. El Ejército de Tierra introduce cambios en su organización para optimizar el empleo de los recursos disponibles. [Online] 3 17, 2019. <https://ejercitotierra.wordpress.com/2019/03/17/nuevos-ajustes/>.
- EKMAN, P., «Basic emotions», En: Dalglish, T. & Power, M. (Eds.), Handbook of cognition and emotion. Sussex, John Wiley & Sons, Ltd., Inglaterra, 1999.
- ELDER, L. y PAUL, R., «Guía de pensamiento analítico», Disponible en:<https://www.criticalthinking.org/resources/PDF/SP-Pensamientoanal%C3%ADtico.pdf>. Fecha de la consulta 25.12.2019.
- ESTADO MAYOR DE LA DEFENSA. 2019. DDC 03/20/2019 Concepto exploratorio «Ámbito cognitivo». 2019.
- ESTADO MAYOR DEL MANDO DE OPERACIONES. 2015. Concepto de Influencia. Madrid : Estado Mayor del Mando de Operaciones, 2015.
- GARRETSON, Peter. 2017. USAF Strategic Development of a Domain. OTH. [Online] July 10, 2017. <https://othjournal.com/2017/07/10/strategic-domain-development/>.
- HEFTYE, Eric. 2017. Multi-Domain Confusion: All Domains Are Not Created Equal. The Stratetegic Bridge. [Online] May 26, 2017. <https://thestrategybridge.org/the-bridge/2017/5/26/multi-domain-confusion-all-domains-are-not-created-equal>.
- HOVLAND, C.I. y JANIS, I., «Personality and persuasibility», Yale University Press, New Haven, 1959.
- JOHNSTON, W.A. y DARK, V.J., «Selective attention», Annual Review of Psychology, 37: 43-75, 1986.
- JOINT CHIEF OF STAFFS. July 2018. Joint Concept for Operating in the Information Environment. July 2018.
- JOINT CHIEFS OF STAFF. 2018. JP 3.0 Joint Operations. s.l. : Joint Doctrine Publications, 2018.
- JP 3-13 Information Operations. s.l. : Joint Chiefs of Staff, 2014.
- KAHNEMAN, D. y TVERSKY, A., «Teoría prospectiva: un análisis de la decisión

- bajo riesgo», *Infancia y aprendizaje*, 30: 95-124, 1987.
- MATTIS, James N. 2008. USJFCOM Commander's Guidance for Effects-Based Operations. 51, 4th Quarter 2008 2008, Joint Force Quarterly.
 - MC 0628 NATO Military Policy on Strategic Communications. 2017.
 - McLEAN, P., «The triune brain in evolution: Role in paleocerebral functions», Springer Science & Business Media, USA, 1990.
 - MINISTERIO DE DEFENSA. 2015. Orden DEF/1887/2015, Organización básica del EMAD. s.l. : Ministerio de Defensa, 2015.
 - MORALES, F., REBOLLOSO, E. y MOYA, M., «Mensajes persuasivos y cambio de actitudes», en Morales, J.F. (Ed.), *Psicología social*: 526-553, McGraw Hill, Madrid, 1997.
 - MORALES, S., «Guerra informativa: llenar la información de desinformación», Documento de Opinión IEEE, 45, 2019.
 - MUÑIZ, J., «Teoría clásica de los tests», Pirámide, Madrid, 1992.
 - NARANJO, M. L., «Motivación: perspectivas teóricas y algunas consideraciones de su importancia en el ámbito educativo», *Revista Educación* 33(2): 153-170, 2009.
 - NORTH ATLANTIC COUNCIL. 2019. London Declaration. www.nato.int. [Online] Dec 4, 2019. https://www.nato.int/cps/en/natohq/official_texts_171584.htm.
 - NORTH ATLANTIC MILITARY COMMITTEE. 2012. MC 040212 NATO Military Policy on Psychological Operations. 2012.
 - NORTH ATLANTIC TREATY ORGANIZATION (STANAG). 2019. STANAG 2490 Ed. 4. 2019.
 - NORTH ATLANTIC TREATY ORGANIZATION. 2014. AJP 3.10.1 (B) Allied Joint Doctrine for Psychological Operations. s.l. : NATO/OTAN, 2014.
 - NORTH ATLANTIC TREATY ORGANIZATION. 2019. AJP-3 Allied Joint Doctrine for the Conduct of Operations. C. s.l. : NATO/OTAN, 2019.
 - ORDAÑA, J. y GOMEZ, J., «Amenaza y persuasión en mensajes de salud sobre consumo de alcohol: de la teoría a la práctica», *Adicciones*, 14 (4): 479-485, 2002.
 - PARISER, E., «El filtro burbuja. Cómo la web decide lo que leemos y lo que pensamos».
 - PDC-01 (A) Doctrina para el empleo de las Fuerzas Armadas. s.l. : Ministerio de Defensa, 2018.
 - PETTY, R. y CACIOPPO, J., «Communication and persuasion: Central and

- peripheral routes to attitude change», Springer, New York, 1986.
- PLUTCHIK, R., «A Psychoevolutionary Synthesis», Harper & Row, Nueva York, 1980.
 - PRATS, J. y GUILLAUME-BARRY, A., «No solo sangre. La necesidad de integrar las operaciones psicológicas en la cultura militar occidental», Documento Opinión 81/2019.
 - SEESE, G., LINERA, R. y McQUAGGE, E., «Effects-based psychological operations measures of effectiveness: measuring change and impact», SMA White paper, Dept. Defence, USA, 2018.
 - SHARP, G., «De la dictadura a la democracia», Editorial Dharana, 2013.
 - STANAG 2518 Ed. 2. 2016.
 - STYLES, E., «Psicología de la atención», Ed. Universitaria Ramón Areces, Madrid, 2010.
 - VOSOUGHI, S., et als., «The spread of true and false news online», Revista Science, 2018. Disponible en: <https://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146>. Fecha de la consulta 10.01.2020.
 - VV. AA. Congress of The United States. U.S. Senate Documents. New Knowledge Report – The Tactics & Trops of the Internet Research Agency. 2019.
 - VV. AA. University of Oxford – Computational Propaganda Research Project. The IRA, Social Media and Political Politarization in the United States, 2012-2018. 2018.
 - WEINER, B., «An attributional theory of motivation and emotion», Springer-Verlag, New York, 1986.

Composición del grupo de trabajo

Presidente

José Luis Calvo Albero

Coronel, Ejército de Tierra (DEM)

Director de la División de Coordinación y Estudios (SEGENPOL).

*Coordinador y
Vocal:*

David Fernando Andrés Menárguez

Teniente Coronel, Ejército de Tierra

*Analista en el Área de Análisis y Prospectiva
CCDC/CESEDEN.*

Vocales:

Marta Peirano

Periodista y escritora

Especialista en tecnología, propaganda y desinformación.

Vicente Moret Millás

Letrado de las Cortes Generales

Of Counsel Andersen Tax & Legal

Alférez Reservista voluntario en el EMAD.

Miguel Peco Yeste

Teniente coronel, Ejército de Tierra (DEM)

y Doctor en Seguridad Internacional.

Analista geopolítico en el Ministerio de Defensa.

Daniel Donoso Rodríguez

Comandante, Cuerpo Militar de Sanidad (Psicología)

Analista en la Jefatura de Sanidad Operativa (EMAD).

ieeee.es
Instituto Español de Estudios Estratégicos