

---

## LA DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN DE LOS CONFLICTOS ARMADOS EN LA ERA DE INTERNET<sup>∞</sup>

GEMA SÁNCHEZ MEDERO\*

### RESUMEN

*La aparición de las nuevas tecnologías, y sobre todo de Internet, ha venido a revolucionar la difusión y la comunicación de los conflictos armados. Dado que Internet ha emergido como un factor decisivo a la hora de cubrir las necesidades de información, ya que proporciona una diversificación que difícilmente puede cubrir otros medios. Y como los distintos actores que intervienen en los conflictos armados son conscientes de ello, intentan adaptarse y aprovechar las ventajas que les presta la red. Por eso a lo largo de este artículo hemos analizado el impacto y efecto que está generando la red en la difusión y comunicación de los conflictos, y el papel que están desempeñando en este nuevo medio cada uno de los actores implicados.*

**Palabras clave:** *Internet, conflictos, corresponsales de guerra, grupos terroristas, estados y ciudadanos.*

### THE DISSEMINATION AND COMMUNICATION OF ARMED CONFLICTS IN THE INTERNET AGE

### ABSTRACT

*The emergence of new technologies, especially Internet, has come to revolutionize the dissemination and communication of armed conflicts. The Internet has emerged as a decisive factor for the information needs because it provides a diversification that can hardly be covered by other means. The different actors involved in an armed conflict are aware of it, try to adapt and take advantage by using the global network. Through this article the impact and effect that is generated by the global network in the dissemination and*

---

\* Doctora en Ciencias Políticas por la Universidad Complutense de Madrid. Actualmente se desempeña en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la Universidad Complutense de Madrid. España. gsmedero@cps.ucm.es

∞ Fecha de Recepción: 280311  
Fecha de aceptación: 251011

*communication of conflicts as well as the role of each of the actors they are playing by using the net, is analyzed.*

**Key words:** *Internet, conflicts, war correspondents, terrorist groups, states and citizens.*

## Introducción

Internet se ha convertido en el principal medio de comunicación a nivel internacional, y eso que en sus comienzos era considerado como un medio minoritario. Es cierto que todavía solo la tercera parte de la población dispone de conexión a la red, y son principalmente los ciudadanos de los países más desarrollados y de los sectores más favorecidos los que disfrutan de esta nueva vía de comunicación, pero pese a todo no se le puede negar su enorme impacto. No olvidemos que hoy en día la World Wide Web ha dejado de ser esa red creada para favorecer el intercambio de información entre los investigadores para pasar a ser el mayor mecanismo proveedor de información electrónica del mundo. Es más, gracias a esta transformación está llegando a ser un medio masivo, flexible en el uso, accesible para todo aquel que tenga conexión a la red y pone a disposición de los usuarios una cantidad de fuentes, actualizadas, de información y comunicación. Esto indudablemente está llevando a que la red no deje de crecer<sup>1</sup>, y que su repercusión para la sociedad sea extraordinaria, llegándose incluso hablar de que la aparición de la misma ha marcado un antes y un después en la era de la información y la comunicación.

Gracias a Internet, las fuentes de información y comunicación están al alcance del gran público, principalmente en los países más desarrollados. Dado que en la red los usuarios pueden enviar y recibir mensajes, consultar bases de datos remotas desde su despacho o casa, acceder a grandes cantidades de información multimedia, adquirir bienes y servicios, formarse, conseguir ocio, y, en general, relacionarse entre sí instantáneamente formando una comunidad virtual<sup>2</sup>. Es más, tal es la importancia que está adquiriendo Internet en nuestras sociedades modernas, que todo parece estar hiperconectado, hasta tal punto que la mayoría de las infraestructuras críticas y servicios públicos se encuentran conectadas a la red. Pero en este artículo únicamente vamos hacer referencia a

---

1 La tasa de crecimiento y acceso a Internet es mucho más alta que la de la electricidad, el teléfono, la radio o la televisión y en el mundo desarrollado o primer mundo se calcula que el 25% de la población ya tiene posibilidad de uso y disfrute total. En: [http://www.uned.es/ntedu/espanol/master/segundo/modulos/poder-y-control/medios\\_disponemos\\_sadaba.pdf](http://www.uned.es/ntedu/espanol/master/segundo/modulos/poder-y-control/medios_disponemos_sadaba.pdf)

2 ADELL, Jordi. La Internet: Posibilidades y limitaciones. En: Jornada: La Comunidad Valenciana ante la Nueva Sociedad de la Información: Ciencia, tecnología y empresas. Valencia, diciembre, 1994.

la importancia que está adquiriendo Internet en la comunicación, y en concreto, en la transformación que están experimentando la transmisión de las noticias en los conflictos armados.

### **Los medios de comunicación y los conflictos bélicos**

En el siglo XX los medios de comunicación desempeñaron un papel cada vez más importante en la difusión de las guerras, o por lo menos así ha sucedido desde que el nazismo usara la prensa, la radio y el cine, primero como propaganda que legitimara la invasión y después como estrategia de desinformación del enemigo. Obviamente el medio más eficaz en ese sentido, y el usado con mayor pericia por estos, fue la radio, medio que jugó un doble papel: el de proporcionar información falsa a las poblaciones que iban a ser invadidas para que no se alarmaran ni se resistieran, y el de hacer llegar información en clave a sus colaboradores durante la invasión, con consignas y mensajes de todo tipo frente a los cuales la población no tenía cómo reaccionar. No obstante, no fueron los únicos que se valieron de la radio para tal fin, los argelinos también lo hicieron en su guerra de liberación, con la apertura de la cadena “La voz de Argelia Libre”. Por tanto, la radio se convirtió en el medio ideal de propaganda para los conflictos que se produjeron durante la segunda mitad de ese siglo, mientras que anteriormente era la prensa escrita la que se empleaba para informar y desmoralizar al enemigo.

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

Pero sin lugar a dudas será la irrupción de la televisión, en la transmisión de los conflictos bélicos, la que produzca una verdadera revolución, dando lugar a lo que se ha denominado “guerra mediática”. De este manera, la televisión recogió el testigo del cine y la radio, que habían sido los dos medios más habi-

tuales para la difusión de este tipo de noticias y mensajes, y todo por la enorme capacidad que tiene para transmitir la información de forma rápida y visual a un público mucho más amplio. Con lo cual la televisión dejó de ser un medio para entretener para pasar a ser la generadora de la “*agenda setting*”<sup>3</sup>, es decir, convertirse en una herramienta que contribuye a determinar los temas de actualidad. El problema fue que durante la guerra de Vietnam el aparato estatal norteamericano todavía no estaba preparado para asumir ni controlar ese flujo de información, y las repercusiones que este podría tener y que tuvo, finalmente, sobre la población. Tal es así que fueron muchos los que dijeron que los estadounidenses podrían haber ganado la guerra en el campo de batalla pero que la perdieron, sobre todo, en los salones de las casas americanas. No obviamos que las imágenes de los féretros y los soldados muertos regresando a casa levantaron no pocas ampollas en una sociedad que cada día que pasaba era menos partidaria de continuar una guerra que no comprendían ni compartían. Pero en cambio, la guerra del Golfo sí mostró el potencial de la televisión para crear y generar imágenes y mensajes, ya que durante este conflicto todo fue totalmente controlado. Primero porque el ejército norteamericano se reservó la capacidad de veto, y segundo porque la estructura de comunicación era extremadamente lenta, y por ello cuando algo llegaba lo hacía fechado con ciertos días de retraso por lo cual carecía de validez y no era publicado. De esta manera, se podría decir que la guerra del Golfo fue preparada para su difusión en los medios de comunicación y destinada para un público muy determinado, solo la cadena árabe *Al Jazeera* pudo burlar este control. Aunque pese a todo, la televisión se convirtió en el principal medio que utilizaron los ciudadanos para consumir información sobre dicho conflicto bélico.

Pero serán las tecnologías de la información y la comunicación las que nos ofrecerán un nuevo escenario al anteriormente descrito. Hoy en día Internet abre el panorama mediático a la guerra a tiempo real transmitida de forma virtual, no obstante, estamos asistiendo a acontecimientos bélicos al mismo tiempo en que se están produciendo, y lo que es más importante, la red ha habilitado a que cualquiera pueda convertirse en transmisor de información, con lo cual la censura de mensajes e imágenes es casi imposible. Solo bastaría con introducir la palabra “guerra” en el buscador Google y en pocos segundos tendremos millo-

---

3 La teoría “*agenda setting*” afirma que los medios de comunicación tienen una gran influencia en el público, y son ellos los que escogen los temas sobre los que se deben hablar y discutir, así como su importancia, su orden y la manera de transmitirlos. Los medios elaboran con antelación una agenda de trabajo sobre la información que van a difundir, determinan la importancia de los hechos del país y del mundo y les asignan un orden planeado y pensado racionalmente con el objetivo de lograr mayor audiencia, un mayor impacto, y una determinada conciencia sobre cierto tema, a la vez que deciden cómo evitar referirse a determinada información, etc.

nes de referencias aludiendo a este término. Por tanto, el caudal de información es de tal calibre, que no solo es improbable que se pueda censurar sino que se pueda acceder a él en su totalidad. Valga de ejemplo el conflicto de Kosovo. Sin embargo, esto también puede traer, aunque resulte paradójico, desinformación, ya que la cantidad de datos fragmentados, simplificados, descontextualizados y desorganizados separan cada vez más al receptor de la realidad, incrementando su desinformación. Si esto no fuera suficiente, además la segunda guerra de Irak nos trajo la transmisión de la guerra en directo y la necesidad de control y propaganda de los gobiernos atacantes, la simbiosis del reportero-soldado, la denominada “*embedded*”<sup>4</sup>. No obstante, y pese a esto, la red ha venido a revolucionar la difusión e información de los conflictos bélicos.

En todo caso, como hemos podido comprobar, los medios de comunicación han sido y continúan siendo un elemento esencial en la transmisión de los conflictos bélicos. Tal vez, porque desde la I Guerra Mundial los estrategas bélicos han sido conscientes de que una guerra se pierde antes frente a la opinión pública que en el campo de batalla.

### **Los corresponsales e Internet**

En la actualidad, todos los corresponsales de guerra siguen siendo periodistas internacionales, lo que sucede es que hoy en día muchos periodistas internacionales ya no trabajan desde el extranjero. La red puede proporcionarles la información necesaria para que elaboren un artículo sobre un determinado hecho sin necesidad de que esté allí presente, ya que solo deben realizar un seguimiento de los teletipos y completarlos, o acudir a ruedas de prensa, seminarios de política internacional, o a conferencias de personalidades con repercusión en las relaciones exteriores del país para convertir estos datos en noticias propias de su sección. Por tanto, no cabe duda, Internet ha reforzado el papel del redactor de mesa y ha modificado la tarea del corresponsal.

Por consiguiente, se puede afirmar que las corresponsalías de guerra también han sufrido una gran transformación desde sus inicios hasta ahora y, en gran parte, entre otros factores, por Internet. La primera guerra donde hubo un corresponsal fue en la guerra de Crimea (1854), y como consecuencia del espectacular incremento de ventas que experimentaron los diarios que recogían las crónicas de ese enviado, los demás medios de comunicación se animaron a

---

4 TUCHO Fernández, Fernando. La construcción de los conflictos armados. *Comunicar*, 021: 141-146, 2003, p. 144.

enviar a sus propios corresponsales. Pero la verdadera revolución en el ámbito de los medios de comunicación se produjo en la guerra de Vietnam, cuando la gente pudo comprobar los horrores de la guerra con sus propios ojos gracias al envío de las crónicas y las imágenes en directo. Aunque esto provocó tal efecto entre la población que supuso un punto de inflexión entre las relaciones de los medios de comunicación y el gobierno estadounidense, pero también con el resto de los gobiernos. Tal es así que en la guerra de las Malvinas el gobierno británico tan solo dio acceso al conflicto a periodistas afines, además de utilizar la estrategia de la censura, para asegurar el control de la información bélica. Cosa que se volvió a repetir en los sucesivos conflictos, como el de la guerra del Golfo (1991). Sin embargo, la guerra de Kosovo acabó con estas prácticas al terminar con la censura gracias a las nuevas tecnologías, pero sobre todo a Internet. La proliferación de webs alternativas a los medios oficiales de uno y otro lado nos permitió valorar el calibre de lo que allí estaba sucediendo. La segunda guerra del Golfo supuso la inclusión de corresponsales de guerra en las unidades militares, pero lo más importante fue que tanto los soldados como los insurgentes se convirtieron en periodistas improvisados que se dedicaban a colgar en la red imágenes captadas por sus propios móviles y relatos escritos según sus experiencias.

Pero las nuevas tecnologías no solo han ayudado a contrarrestar la censura de los gobiernos y han liberado la información sobre este tipo de sucesos, sino que también están contribuyendo a facilitar la labor de los corresponsales de guerra. Por ejemplo, los corresponsales de guerra ya no necesitan de un gran volumen de medios para llevar a cabo su trabajo, ahora simplemente con un ordenador con conexión a Internet, una cámara digital o teléfono móvil o un videotelefono, el corresponsal puede desempeñar su trabajo desde casi cualquier lugar del planeta. No olvidemos que Internet nos permite salir al aire por radio, enviar videos, mandar las noticias por e-mail con archivos, etc., y todo ello en tiempo real. Ahora existe la posibilidad de recepcionar la guerra desde el mismo escenario a tiempo real, y de ahí que la población pueda seguir los conflictos bélicos casi como si estuviera allí. Tal es así, que unos segundos después de que el primer teletipo diera la noticia de que las sirenas antiaéreas sonaban en Bagdad, las principales webs informativas del todo el mundo ponían en marcha su maquinaria para informar del comienzo de la guerra de Irak. Aunque esto obliga a los corresponsales de guerra a tener conocimientos de edición en web, grabación, maquetación, etc. Por no hablar que esto también está afectando a la manera que estos profesionales tienen a la hora de redactar sus crónicas para las versiones on-line de sus periódicos. De tal manera, que en este ámbito del ciberespacio los periodistas tendrán que tener en cuenta:

1. El uso ilimitado de los recursos: Sea una radio, un periódico o un canal de televisión, no debe limitarse a hacer uso solo de los recursos que maneja en su soporte convencional, porque la red permite fácilmente combinar texto, fotos, audio y video. En Internet, por ejemplo, un periódico no debe limitarse únicamente a texto y fotografía, o una radio a solo audio, si quiere ser competitivo.
2. Un espacio y tiempo ilimitado: Porque la cantidad de “páginas” en un sitio web no depende de la disponibilidad de papel, y el contenido no está supeditado a los márgenes de tiempo, con lo cual los temas pueden tratarse con mayor profundidad al no estar sujetos a las limitaciones de los medios tradicionales.
3. Un lenguaje distinto: Así como la narrativa que utiliza un locutor de radio no es igual a la de un presentador de televisión, en Internet la redacción debe ser activa, fácil de leer y con apoyo gráfico porque los cibernautas entran a buscar, a ver y, por último, a leer.
4. Un servicio profesionalizado: En Internet un medio de comunicación debe ofrecer a cada quien la posibilidad de ver, escuchar, leer y recibir solo los mensajes que desee, más cuando la red tiene capacidad de conocer los gustos de cada usuario.
5. Una actualización constante de la información: En la red los contenidos no tienen por qué permanecer 24 horas hasta que se publique la nueva edición del periódico, o hasta que se produzca la nueva emisión del programa de radio o televisión. En Internet todo se cuenta al instante de suceder y los pormenores se agregan según se van presentando o conociéndose, y de ahí, que los distintos medios realicen varias ediciones en función de la franja horaria y el público predominante que acude a cada una de ellas. De esta manera han nacido dos tipos de periodistas: los análogos que se dedican al trabajo diario en las páginas de un diario, y los digitales que abordan totalmente la redacción, clara concisa y directa de la información para sitios y portales. El único problema con el que se encuentran los periodistas es la tesitura de publicar la primicia en el medio digital o esperar a que lo haga la edición en papel del día siguiente; de esta manera, se arriesgan a que su exclusiva puede ser “colgada” por los periódicos on-line de otros medios.
6. Una interactividad: Internet es un canal bidireccional, por tanto los medios de comunicación tradicionales deben facilitar esta intercomunicación. Cada vez son más los internautas que no solo pretenden acceder y consumir noticias, sino que también quieren ser partícipes y generar su propia información. La proliferación de Weblog pone de manifiesto la capacidad e interés de los nuevos usuarios por crear y dar salida a nuevos contenidos fuera de los canales habituales.

7. Una hipermedia: Ya no es obligatorio incorporar en el cuerpo de la noticia pasajes, ahora un enlace hipertextual a terceras páginas permite ampliar, aclarar o relacionar cualquier información, bien mediante nuevos textos o recursos infográficos o audiovisuales.
8. Una fuente inagotable de información: Cualquiera con unos pocos conocimientos de edición y con acceso a la red puede convertirse en informador. Esto está haciendo que Internet sea una valiosa herramienta para el trabajo de los periodistas, ya que les permite conseguir información de forma rápida y relativamente sencilla. Pero también está siendo de gran utilidad para los usuarios, porque al no deber fidelidad a una cabecera concreta pueden saltar de un periódico a otro, simplemente con un clic de su ratón.
9. Un menor coste: Internet supone un ahorro respecto a los viejos formatos, porque no es necesario invertir en producción y transporte. Además, los medios de comunicación ya no deben disponer de grandes despliegues técnicos para sus transmisiones desde el lugar de los hechos, solo basta tener una o dos personas con un portátil o un móvil, una conexión inalámbrica y un equipo de transmisión vía satélite.
10. Una mayor diversidad en las informaciones: Los formatos on-line permiten verter opiniones e informaciones que no siempre se pueden difundir en los medios convencionales.
11. Un cambio en las teorías clásicas de la comunicación: “La red permite que la información se difunda en forma de malla, de modo que cualquiera es al mismo tiempo emisor y receptor”<sup>5</sup>. “Internet ha provocado un nuevo concepto de información en la que el usuario es parte de ella, tanto así que, a medida que este profundiza en su consumo y uso, puede llegar a convertirse en generador e intermediario de información y, por qué no, en periodista”<sup>6</sup>.

Pero, además, la red está permitiendo que los corresponsales de guerra puedan hacer otro tipo de crónicas sobre lo que están presenciando, ya que existen diferencias notables entre las informaciones sobre la guerra que transmiten los enviados especiales para los diarios y los contenidos que se encuentran en una *warlong*. En estos los periodistas y usuarios suelen aportar más información, opinión y material gráfico, y todo porque esta herramienta está fuera del entramado político y empresarial de los medios tradicionales y de sus versiones en la red. Así, se puede decir que los blogs han provocado el nacimiento de un nuevo

---

5 CEREZO, J. M<sup>a</sup> y ZAFRA, J. M. El impacto de Internet en la prensa. Cuadernos, Sociedad de la Información. Madrid: Fundación Auna, 2003, p. 7.

6 *Ibidem*.



tipo de periodistas y cronistas que emergen contando historias y narrando hechos que les convierten en verdaderos agentes informadores.

### Los grupos terroristas se integran en la red

Si Al Qaeda fue el primer grupo terrorista en utilizar un instrumento común, el avión, para golpear el corazón de los Estados Unidos, también ha sido la primera en trasferir sus bases desde el espacio territorial, Afganistán, al espacio virtual, Internet<sup>7</sup>. Por esta razón, el número de sitios web dedicados a hacer apología del terrorismo islamista de Al Qaeda aumenta en 900 cada año, y actualmente alcanza los 5.600 en todo el mundo, y eso pese a los constantes esfuerzos de las autoridades y empresas por acabar con ellos. Así, la estructura de la organización fundada por Osama Bin Laden y Abdullah Azzam ha seguido en Internet el mismo destino que sus operativos sobre el terrero: un imparable proceso de atomización y descentralización que ha permitido a los partidarios del salafismo yihadista operar en miles de páginas, de las que “assam.com”, “almuhajiroun.com”, “qassam.net”, “jihadunspun.net”, “aloswa.org”, “drasat.com”, “jehad.net”, “alneda.com”, “mwhood.net”, “alejad.online”, “islammemo.com” o “alsaha.com”, son solo algunos de los ejemplos más significativos, aunque muchos de estos ya han sido inhabilitados<sup>8</sup>. Al mismo tiempo, que han permitido planificar las acciones, reforzar las lealtades en el propio bando, lograr la participación de otros actores en el esfuerzo conjunto, coordinarse y comunicarse, reclutar a miembros, transmitir mensajes, darse a conocer o justificarse, ofrecer información, documentos, canciones, fundamentos ideológicos, financiarse, y ampliar su potencial público, etc.<sup>9</sup>.

Todo un avance para las organizaciones terroristas, si consideramos que antes de la inclusión de las nuevas tecnologías en el mundo yihadistas no podían llegar más allá de los círculos más cercanos, es decir, de los simpatizantes y sus potenciales reclutas. Los medios que empleaban no daban para más y su capacidad propagandística era muy limitada, ya que tanto la revista *Al-Ansar* como otros materiales editados por los grupos yihadistas eran difundidos de manera individual y en un formato de escasa calidad (ej. boletines fotocopiados, o cintas de video grabadas con cámaras personales, etc.). Y eso pese a los esfuerzos propagandísticos que realizó la propia Al Qaeda con la creación en Londres del

7 RANSTOR, Magnus. Al Qaeda en el ciberespacio: desafíos del terrorismo en la era de la información. En: REINARES, Fernando y ELORZA, Antonio (eds.): El nuevo terrorismo islamista. Del 11-S al 11-M. Madrid: Temas de Hoy, 2004.

8 TIMOTHY, T. L. Al Qaeda and the Internet: The Danger of Cyberplanning. *Parameters*, Spring, 2003.

9 *Op. cit.*

Comité para el Consejo y la Reforma en 1994; organismo que era el encargado de proyectar su imagen y la de su líder, Bin Laden, hacia exterior. Para ello, remitía copias de sus conferencias y escritos para que fuesen leídas en las reuniones radicales de cualquier país o fueran difundidas por los medios de comunicación, pero no siempre lo conseguían. Por tanto, la transmisión de datos era, como estamos viendo, muy precaria. Internet todavía no era la red de redes que es hoy, y tampoco existían ni las cámaras digitales ni instrumentos accesibles de edición de imágenes, por tanto, lo más fiable eran los documentos escritos. No obstante, y pese a todo, en 1996 se puso en marcha la primera página web yihadista, Azzam, y en 1997 se grabó y se colgó el primer video en inglés, “Los Mártires de Bosnia”, aunque no fue hasta principios de 2001 cuando produjo su primer video: “La Destrucción del Destructor USS Cole”. Dado que los terroristas siguen necesitando el “oxígeno de la publicidad” para continuar disfrutando de una elevada cuota de intimidación y potenciación de las convicciones ideológicas y la fidelidad de los miembros del grupo, sus colaboradores y simpatizantes<sup>10</sup>.

No obstante, Al Qaeda logra tener una verdadera repercusión mediática hasta los atentados del 11-S, desde entonces cualquier declaración pública de sus líderes ha ocupado un lugar privilegiado en los periódicos y los noticiarios de mayor audiencia, por lo cual, este grupo terrorista puso en marcha dos acciones propagandísticas: una el secuestro y asesinato de rehenes, y otra, la gestión de su presencia en el ciberespacio y en los medios de comunicación<sup>11</sup>. Además, como consecuencia de esos atentados Al Qaeda volcó su organización en Internet, por ello y desde entonces empleó la misma para buscar fuentes de financiación, reclutar nuevo personal, entrenar a sus miembros, comunicarse, coordinarse, etc., es decir, un medio que le permite seguir actuando desde la sombra.

De ahí que a partir de 2003, y gracias en parte a la revolución tecnológica, estos actores pueden adoptar una estructura en red, similar a la que tienen muchas empresas con el fin de gestionar más eficazmente la información y sobrevivir en un mercado cambiante<sup>12</sup>. Por tanto, a partir de entonces la estructura organizativa de Al Qaeda queda configura de la siguiente manera<sup>13</sup>: 1) “Un primer nivel donde se encuentra la originaria organización terrorista, incluyendo su mutación hacia una estructura más horizontal y descentralizada. Aunque su lideraz-

---

10 MERLOS García, M. Alfonso. Internet como instrumento de la yihad. **Araucaria** 8 (016), diciembre, 2006a.

11 De los casi cuatrocientos textos y documentos de todo tipo emitidos desde 1993, solo veinticuatro son anteriores a 2001 (Torres Soriano, 2004b: 88).

12 CASTELLS, Manuel. La era de la información: Economía, sociedad y cultura. Madrid: Alianza, 1997.

13 HOFFMAN, B. Inside Terrorism. Colombia: University Press, 1999. HOFFMAN, B. Combating Al Qaeda and the Militant Islamic Threat. Santa Mónica: Rand, 2006.

go sigue recayendo en Osama Bin Laden y su lugarteniente e ideólogo Ayman Al Zawahiri. El papel desempeñado por estos dos hombres no se ubica tanto en la dirección operativa de los nuevos atentados como en el liderazgo carismático del movimiento yihadista mundial, la propaganda, la incitación, la inspiración estratégica y la explotación simbólica del desafío que supone que el principal enemigo de los Estados Unidos continúe vivo y en libertad<sup>14</sup>; 2). Un segundo nivel en el que se halla todo un conjunto de grupos terroristas y redes asociadas a Al Qaeda<sup>15</sup>; y 3). Un tercer nivel, formado por pequeñas células, subredes o individuos aislados que deciden organizarse y actuar en consecuencia con los objetivos de la organización<sup>16</sup>.

Y sin duda, esta estructura en red presenta beneficios superiores a las jerarquías, puesto que estas reaccionan más despacio y con menos eficacia a los cambios que se producen en un ambiente altamente informativo y en constante transformación, a la vez que son menos vulnerables, puesto que la pérdida de uno de los elementos puede ser reemplazada por la actuación de otros, ya que su estructura de mando y control se encuentra descentralizada<sup>17</sup>. Por otra parte, también presentan mejores condiciones en defensa porque al ser organizaciones sin un centro preciso son más difíciles de decapitar, y además en caso de ser destruidas pueden ser asumidas por otras células de la organización. Aunque eso sí, no debemos confundir la estructura en red con la simple organización en células que habitualmente existe en todos los grupos terroristas. Principalmente porque en este caso la división en célula compartimenta la información, garantiza la seguridad, el poder es distribuido de forma piramidal y existen vínculos de comunicación horizontales entre las células de igual nivel. Mientras que la estructura en red descrita por Arquilla y Ronfeldt<sup>18</sup> es totalmente diferente. Ya que esta red se compone de nodos que están comunicados entre sí de forma que la jerarquía se difumina y las decisiones se toman en límites más estrechos.

De esta forma, como decimos, las tecnologías de la información están beneficiando notablemente a las organizaciones terroristas. Por ejemplo, el empleo de Internet incrementa la velocidad en la transmisión de los mensajes, proporciona abundante información, permite un mayor diálogo y coordinación entre sus

14 TORRES Soriano, Manuel. Violencia y acción comunicativa en el terrorismo de Al Qaeda. **Política y Estrategia**, 96, octubre-diciembre, 2004a, p. 116.

15 *Ibidem*.

16 *Ibidem*.

17 JORDÁN, Javier. El terrorismo en la sociedad de la información. El caso del Al Qaeda. **El profesional de la información**, 11 (4): 297-305, 2002.

18 ARQUILLA, J. y RONFELDT, D. *Networks and netwars: The future of terror, crime and militancy*. Santa Monica: Rand, 2002.

miembros, fomenta la colaboración con agentes externos, aprovecha la capacidad que ofrecen los sistemas de diseño por ordenador para falsificar pasaportes y billetes de avión, etc. De ahí que la mayor parte de los grupos terroristas estén empleando este tipo de herramientas (correo electrónico, teléfonos móviles, fax, ordenadores, páginas web, etc.). Es más, la mayoría cuenta con su propia página web, donde publican notas de prensa tras los atentados, imágenes, documentos estratégicos o ideológicos, historia de la organización y de sus actividades, biografías de sus dirigentes, fundadores y héroes, información sobre sus objetivos políticos e ideológicos, descripción de sus acciones, etc.<sup>19</sup>.

Así, la primera web con vocación de ser la plataforma oficial de Al Qaeda fue [www.maalemajihad.com](http://www.maalemajihad.com) (“hitos de la yihad”), el problema fue que justo un año después de su creación desapareció de la red, debido a que su administrador olvidó renovar la suscripción con el servidor chino donde se encontraba alojada. De esta manera, los terroristas han pasado a controlar sus mensajes, diciendo en cada momento lo que ellos desean, y proyectando la imagen que según las ocasiones pretenden transmitir. No obstante, la página por antonomasia de Al-Qaeda fue [www.alneda.com](http://www.alneda.com) (“la llamada”). En ella era posible encontrar bajo un formato atractivo y colorista, una amplia gama de recursos: comunicados oficiales, “noticias” sobre la marcha de la yihad, archivos de audio y video, fotografías especialmente significativas, logotipos, recomendaciones de seguridad a los activistas, instrucciones de carácter técnico para llevar a cabo “ciber-jihad” y, sobre todo, foros donde eran posible interactuar con la comunidad yihadista directa a través del intercambio de opiniones, sugerencias y opiniones<sup>20</sup>. Pero a mediados de 2002 Al Qaeda perdió su dominio a manos de un ciudadano estadounidense. Aunque pese a todo la organización terrorista ha tratado de resucitar una y otra vez la emblemática web. Para ello, han sabido explotar un error que se encuentra en muchos servidores, el cual permite instalar la página como parásito alojado en otras páginas legítimas y allí permanecen colgadas hasta que alguien avisa al dueño o era de nuevo descolgada<sup>21</sup>. Esta táctica se mantuvo hasta abril de 2003, donde se trató de relanzar nuevamente la web bajo el nombre de Al Faroq.

Pero Al Qaeda no es el único grupo terrorista que dispone de una web oficial. En la red podemos encontrar sitios del Ejército Republicano Irlandés (IRA), Ejército de Liberación Nacional colombiano (ELN), las Fuerzas Armadas Revo-

---

19 En la red se pueden encontrar las webs del Ejército Republicano Irlandés (IRA), Ejército de Liberación Nacional Colombiano (ELN), las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC), Sendero Luminoso, ETA) el Hezbollah, etc.

20 TORRES Soriano, 2004a, *op. cit.* p. 227.

21 TORRES Soriano, 2004a, *op. cit.* p. 227.

lucionarias de Colombia (FARC), Sendero Luminoso, ETA, el Hezbollah, etc. Por ejemplo, las FARC colgaron una página que funcionaba en seis idiomas (español, inglés, francés, italiano, alemán y portugués) para facilitar el intercambio de informaciones. En dicha página web se podían leer los partes de guerra desde 1997, poemas escritos por guerrilleros, una revista on-line, un programa de radio y mensajes dirigidos a captar la atención de los jóvenes colombianos. El grupo Hizbollah, por ejemplo, ha tenido una importante presencia institucional a través de un sitio propio, que poseía tres réplicas a fin de que si una era clausurada, se pudiera acceder a las demás ([www.hizbollah.org](http://www.hizbollah.org), [www.hizballah.org](http://www.hizballah.org), y [www.hizbollah.tv](http://www.hizbollah.tv)). Estos sitios estaban escritos en árabe pero con una versión en inglés, y en ellos se ofrecían una amplia garantía de fotos, archivos de audio y video con discursos propagandísticos. En el sitio oficial de Hamas (<http://www.palestine-info.com>) se ofrece comunicados, biografías de los líderes y mártires del movimiento y relatos de momentos importantes de su historia. Además esta organización ha contado con seis sitios subsidiarios en distintos idiomas: inglés ([www.palestine-info.co.uk](http://www.palestine-info.co.uk)), francés ([www.palestine-info.cc](http://www.palestine-info.cc)), ruso ([www.palestine-info.ru](http://www.palestine-info.ru)), malayo ([www.infopalestina.com](http://www.infopalestina.com)), urdu ([www.palestine-info-urdu.com](http://www.palestine-info-urdu.com)), y farsi ([www.palestine.persian.info](http://www.palestine.persian.info)). El problema de estas webs es que suelen ser perseguidas, lo que hace que su presencia sea bastante breve, hasta que son capaces de reubicarse en nuevo dominio<sup>22</sup>. Para solventar esta dificultad, más que recurrir a la puesta en marcha de nuevas y efímeras “webs oficiales”, que son rápidamente hackeadas, la solución ha sido recurrir a una serie de plataformas completamente virtuales, cuyo cometido es recibir los materiales procedentes de los grupos que combaten la yihad, editarlos y distribuirlos a través de una red de webs y foros de confianza<sup>23</sup>.

Pero además los grupos terroristas se están valiendo de otras herramientas que ofrece la red para comunicarse con sus miembros y simpatizantes. Por ejemplo, para ello también emplean los foros que son páginas web donde se colocan alguna pregunta sobre un tema en especial, esperando abrir un debate. Su diseño, gestión y estructura les vuelve especialmente atractivos para los grupos armados. Así, en estos foros suelen registrarse destacados miembros del grupo, que con objeto de evitar los inconvenientes asociados a la “inestabilidad” de sus webs oficiales, utilizan estas plataformas para colgar nuevos comunicados

22 CORMAN, Steven R.; HESS, Aaron & JUSTUS, Z. S. Credibility in the Global War on Terrorism: Strategic Principles and Research Agenda. En: **Consortium for Strategic Communication** - Arizona State University, Report #0603, 2006. En: <http://www.comops.org/article/117.pdf>

23 TORRES Soriano, Manuel. Terrorismo yihadista y nuevos usos de Internet: La distribución de propaganda. **ARI**, 110, 2009a, p. 307.

y enlaces hacia nuevos materiales<sup>24</sup>. Por este motivo estos foros suelen estar sometidos a varias medidas de “seguridad”. Por ejemplo, es frecuente encontrar contraseñas de entrada para prevenir la sobrecarga de las mismas, o que estén sometidos a la censura interna de sus administradores para evitar envíos que contradigan el mensaje yihadista, o que los administradores delimiten los contenidos en función de la categoría que les otorgan a los diferentes miembros en función de sus méritos dentro del foro, etc. Gracias a los blogs se puede crear un verdadero “*feed back*” de la comunicación, ya que atraviesa un modelo bidireccional (uno a uno) para acabar en un modelo multidireccional (muchos a muchos). Los blogs se convierten así en un espacio de discusión sobre la información relacionada expuesta, que permite no solo el debate entre el lector y bloggero sino que también entre los lectores. Los blogs son, por tanto, un medio democrático para difundir ideas, en el sentido que cualquier persona con acceso a un ordenador con Internet y unos conocimientos básicos puede establecer uno. Pero ahí está también su mayor peligro, cualquiera puede crear una identidad falsa y divulgar información falsa o contradictoria, confundiendo a los lectores.

En cualquier caso, para seguir el hilo argumental, deberíamos preguntarnos ahora sobre ¿quién se está dedicando a hacer estas labores para los grupos terroristas? En muchas ocasiones son individuos particulares que no tienen ninguna vinculación oficial a las organizaciones terroristas y que consideran que su contribución a la yihad puede ser participando en tareas propagandísticas. En el caso de Al Qaeda cuenta con la colaboración de estos voluntarios, pero además en 2005 crearon el Frente Mediático Islámico Global (FMIG), que está haciendo de Internet una especie de nuevo “cuartel general” para desarrollar “la guerra santa mediática”, ya que hasta entonces la organización solo se limitaba a predicar la yihad internacional<sup>25</sup>. El primer comunicado del FMIG fue el firmado por “Salaheddine II”, el autoproclamado “emir” del FMIG, que invita a capacitarse para formar “Sarayas (brigadas) del Jihad mediático con el fin de romper el poder sionista en los medios de comunicación y aterrorizar así a los enemigos”. En este texto se explica que el FMIG es “una nueva Al Qaeda de información islámica sobre Internet. Nuestro objetivo consiste en denunciar al enemigo sionista [...]. No tenemos límites geográficos. Todos los especialistas en las nuevas tecnologías de la información y la comunicación están invitados a unirse a nosotros”<sup>26</sup>. De ahí que haya difundido más de 350 documentos, incluidos filmes y videos sobre las

---

24 TORRES Soriano, Manuel R. Información y conflictos bélicos en la era de Internet, En: Fernández Rodríguez, José Julio; Jordan, Javier & Sansó-Rubert, Daniel (ed.) *Seguridad y Defensa Hoy*. Madrid: Plaza & Valdés, 29/51, 2008, p. 260

25 GUNARATNA, Rohan. Al Qaeda. Viaje al interior del terrorismo islamista. Barcelona: ServiDoc, 2003.

26 En: [www.univision.com](http://www.univision.com)

operaciones en Irak, Arabia Saudita, Afganistán y otros puntos del planeta donde operan los grupos yihadistas, gracias también a la labor de su empresa audiovisual, "Sahab Institute for Media Production". Incluso en la red podemos encontrar revistas electrónicas yihadistas y que se escriben en inglés, como Inspire e InFight. Simplemente, por este último detalle, nos indica que estas revistas no están dirigidas a un público islámico que usaría mayoritariamente el árabe sino directamente a un público occidental. Sus artículos se ilustran principalmente con material de agencias de prensa y suelen seleccionarse por su impacto psicológico: imágenes de blindados destruidos por artefactos explosivos o entierros de soldados de la OTAN son recurrentes en sus páginas. Precisamente el uso de material de prensa occidental podría indicar que la publicación está originada en simples simpatizantes islámicos más que por militantes directamente vinculados en las organizaciones combatientes.

Además, por ejemplo, periódicamente están organizando concursos "online" para rapsodas o recitadores de Corán y, desde de noviembre de 2007, los vídeos de atentados que ofrecen se pueden descargar a los teléfonos móviles<sup>27</sup>. Incluso en los últimos tiempos han puesto anuncios de empleo en Internet pidiendo partidarios que les ayuden en sus montajes de vídeo y sus comunicados en la web sobre los extremistas en Irak, en los territorios palestinos, en Chechenia y en otras zonas conflictivas donde los combatientes están activos<sup>28</sup>. Es más, están llegando a publicitar sus futuros ataques. Así, por ejemplo, en septiembre de 2006 Ayman al Zawahiri mencionó expresamente a Francia y, en conjunto, a los países que apoyaron la Resolución 1701 de Naciones Unidas sobre Líbano, como nuevo objetivo de la organización<sup>29</sup>. Lejos ha quedado ya la dependencia que ha tenido Al Qaeda de los canales de televisión árabes, como Al Jazeera, a quienes acudía cada vez que quería emitir en vídeo algún atentado, un secuestro o hacer públicas las declaraciones de sus líderes, ahora son ellos quienes controlan la difusión de mensajes y elaboran la estrategia propagandística de la organización.

### **Internet hace partícipes a otros actores en la difusión de los conflictos**

El papel de las nuevas tecnologías en el desenvolvimiento de los acontecimientos es crucial, por eso los distintos gobiernos están empleando sus web

27 El diario El País, 11 January of 2008.

28 En Ryhno Zeros Web, del 4 de march of 2005.

29 REINARES, Fernando. ¿En qué medida continúa Al Qaeda suponiendo una amenaza para las sociedades europeas? **Real Instituto Elcano**, ARI, 2007.

para difundir su propia versión de cualquier acontecimiento, por no hablar del control que ejercen sobre la información que se divulga en los distintos medios de comunicación. No olvidemos que la guerra no es una actividad que se haya ubicado solamente en el espacio físico del campo de batalla, sino también en el ámbito “inmaterial” de la comunicación y las percepciones populares, ya que la información se ha convertido en un recurso crucial para lograr erosionar la moral de combate del enemigo, concienciar a la propia población sobre la necesidad de soportar el esfuerzo bélico, o simplemente tratar de asentar entre la ciudadanía un relato de la realidad que legitimase la propia posición<sup>30</sup>. El problema es que Internet permite evadir todas esas restricciones físicas y generar incluso un volumen superior de interacciones con una comunidad global que no necesita ni de una ubicación geográfica concreta, ni de un conocimiento físico entre ellos<sup>31</sup>. Por eso los gobiernos también se han lanzado a la red para establecer nuevas estrategias comunicativas, más aún que el ciberespacio ha multiplicado el número y la naturaleza de los actores que participaran en este proceso horizontal de comunicación, eliminando así la asimetría informativa existente. Téngase en cuenta que en cualquier conflicto el verdadero valor reside en la habilidad para generar las imágenes que alimentan a la opinión pública de millones de hogares.

Por tanto el papel de las nuevas tecnologías es crucial en la difusión de los acontecimientos bélicos. Tanto el uso de páginas web y portales por los gobiernos implicados para difundir información, como la publicación de fotografías de satélites civiles, el uso de la videoconferencia por la CNN y la fusión de video, audio y texto por parte de periódicos digitales y portales de medios de comunicación en la red, son cruciales para lograr erosionar la moral de combate del enemigo, concienciar a la propia población sobre la necesidad de soportar el esfuerzo bélico, o simplemente tratar de asentar entre la ciudadanía un relato de la realidad que legitimase la propia posición y contribuyese al logro de los objetivos planteados<sup>32</sup>. En el caso de la colisión aérea entre el avión de reconocimiento de la Armada estadounidense del tipo EP-3 y de un caza F-8 chino (1 de abril de 2001) es un buen ejemplo, para conocer el uso de los gobiernos de la red. En el momento del incidente la posición adoptada por cada uno de los gobiernos fue radicalmente distinta. Mientras que los chinos insistieron que el culpable era el avión norteamericano, el Pentágono mantuvo que la colisión había sido causada por el piloto

---

30 TORRES Soriano, 2008, *Op. cit.* p. 30.

31 *Ibid.* p. 37.

32 TORRES Soriano, Manuel. Guerras YouTube. El impacto de las nuevas tecnologías de la información en el tratamiento mediático de los conflictos armados. **Cuadernos de Estrategia**. Conflictos, Opinión pública y medios de comunicación. Análisis de una compleja interacción. Ministerio de Defensa de España, 148: 131-157, agosto, 2010, p. 131.



chino. Lo curioso es que ambas partes pusieron rápidamente la información a disposición de la prensa. Es más, pocas horas después de la colisión, el Pentágono lanzaba una página monográfica sobre el incidente y los esfuerzos para liberar a los prisioneros ([www.defencelink.mil](http://www.defencelink.mil)), mientras que el mando estadounidense en el Pacífico hacía lo mismo ([www.pacom.mil](http://www.pacom.mil)) para ofrecer los comunicados de prensa y fotografías digitales en otros datos. Asimismo, se crearon enlaces a las informaciones y comunicados vinculados con el tema que aparecían en las páginas de los departamentos de Estado y de Defensa o de la Casa Blanca. A su vez, el gobierno de Beijing utilizó las páginas web gubernamentales para publicar comunicados de prensa y artículos mostrando su visión del incidente.

Otro ejemplo podemos encontrarlo en la guerra del Golfo, meses antes del conflicto las campañas de información y propaganda se concentraron en tres temas: el debate sobre la existencia o no de armas de destrucción masiva, la necesidad del recurso a la fuerza como consecuencia del incumplimiento de Irak de la resolución 1441 de Naciones Unidas, y evitar o mostrar el deterioro de la credibilidad del sistema de seguridad colectiva de Naciones Unidas. Pero una vez que se inició el conflicto bélico, se combinó la información veraz pero limitada. El problema esencial radicaba, fundamentalmente, en el hecho que determinados medios y gobiernos se lanzaron a una especie de “*cruzada virtual*” con la intención de controlar aún más y tomar la medida a los contenidos en la red, y de ahí, el concepto de “*guarded openness*” (apertura restringida). Por tal motivo, se autorizó a que los corresponsales de guerra de los principales medios de comunicación se incorporaran a las unidades militares; mientras que Sadam Hussein permitió una propaganda sin información, que consistía en que los principales corresponsales extranjeros difundiesen imágenes y noticias sobre los bombardeos aliados y sus víctimas civiles. No obstante, la guerra que pudieron presenciar los norteamericanos fue completamente diferente a la de los árabes o los occidentales. Hay que tener en cuenta que EE.UU. acordó un programa de cobertura informativa basado en asignar en torno a medio millar de periodistas en distintas unidades de combate para dar cuenta de lo que se estaba produciendo en el mismo terreno, pero siempre y cuando respetaran las normas establecidas por las autoridades militares norteamericanas. Así, la información que se difundía desde ese punto se encontraba condicionada por 19 reglas básicas que marcaban las pautas de juego, como eran: no informar sobre operaciones en curso, canceladas o futuras, o sobre los lugares concretos donde se registraban los hechos hasta que fuera autorizado expresamente, o no hablar de la efectividad del enemigo o de la información que se disponía sobre él, o no identificar a los prisioneros enemigos, o no referirse a aviones o barcos desaparecidos o bajas propias hasta que concluyese las operaciones de rescate y se hubiera establecidos el contacto con los familiares, etc.

Otro sería el conflicto de Kosovo, donde los actores gubernamentales emplearon Internet para difundir propaganda, demonizar a sus oponentes y solicitar apoyo para sus posiciones. La estrategia propagandística seguida por Milosevic fue idéntica a la que había practicado en las guerras balcánicas previas: el silencio informativo oficial y la difusión de la propaganda como información, pero en esta ocasión, además, expulsó a la mayoría de los corresponsales extranjeros, dejando así al país sin fuentes informativas independientes. Pero si esto no fuera suficiente para garantizar el tratamiento informativo deseado, el gobierno serbio recurrió por primera vez a la propaganda a través de Internet, por medio de la contratación de personas que se dedicaron a publicar decenas de sitios web y que bajo la aureola de independientes criticaron duramente los bombardeos de la OTAN y difundieron noticias, fotografías y vídeos, manipuladas, para mostrar al mundo los efectos devastadores que la intervención de la OTAN estaba ocasionando sobre la población civil. Para contrarrestar los efectos de esta campaña propagandística la OTAN practicó una estrategia de propaganda basada en la información veraz pero limitada, mediante la realización de *briefings* diarios y difusión de propaganda a través de la televisión por satélite y prensa. La información que facilitaba la Alianza Atlántica estaba dirigida a reforzar la legitimidad de la intervención militar, en ausencia de una legalidad internacional que la respaldara, persuadiendo a la opinión pública de los países aliados pero también a la de los países centroeuropeos, de la necesidad del uso de la fuerza para poner fin al genocidio que estaban practicando los serbios.

En otro orden cosas, la importancia que ha adquirido la comunicación ha sido tan grande que los ejércitos modernos suelen disponer de unidades con los medios suficientes para desarrollar, como acabamos de comprobar, operaciones psicológicas y de propaganda sobre el terreno. Por ejemplo, las Fuerzas Armadas estadounidenses cuentan con una unidad o regimiento de operaciones psicológicas, cuyo cuartel general está en Fort Bragg, Carolina del Norte: el "4th Psychological Action Group". Es el único grupo de operaciones psicológicas activo en los Estados Unidos y cuenta con mil doscientos efectivos militares, a los que se añaden varias decenas de analistas civiles de alta cualificación<sup>33</sup>. Además, los ejércitos suelen llevar a cabo campañas publicitarias entre sus tropas para advertirles de los peligros que conlleva transmitir información e imágenes a través de las redes sociales. Por ejemplo, el ejército israelí suspendió toda operación militar en la franja de Gaza después de que un soldado adelantase en su página de *Facebook*, que su unidad se estaba preparando para "limpiar"

---

33 PIZARROSO Quintero, Alejandro. Aspectos de propaganda de guerra en los conflictos armados más recientes. *Redes.com*, 5: 49/65, 2008, p. 52. Disponible en: <http://www.compoliticas.org/redes/pdf/redes5/4.pdf>

una localidad palestina<sup>34</sup>. La preocupación sobre cómo la información facilitada por sus propias tropas a través de las redes sociales puede comprometer la seguridad de las operaciones, y la de los propios efectivos, está llevando a los responsables militares israelíes a poner en marcha varias campañas de concienciación<sup>35</sup>.

Los medios de comunicación musulmanes también han venido a modificar el panorama audiovisual durante la última década, mejorando ostensiblemente la cantidad de operadores. Tal vez el hecho más importante haya sido la aparición de Al Jazeera, que desde 1996 ofrece una visión específicamente árabe de los acontecimientos globales, como contrapeso informativo a la cadena estadounidense CNN. Pero también Al Hurra, una red de televisiones que informa sobre los asuntos regionales e internacionales, cuya oficina central está ubicada en Springfield, cerca de Washington DC, dado que es una corporación financiada por el Congreso de Estados Unidos a través del Broadcasting Board of Governors (BBG). No olvidemos que la red de televisiones Al Hurra forma parte de la estrategia de diplomacia pública diseñada por el gobierno de George W. Bush, para intentar influir en la opinión pública árabe. Otro producto gestionado por BBG, Radio Sawa, ha tenido mucho más éxito que su homóloga televisiva, al utilizar una programación que combina las noticias y la música popular. No olvidemos que con anterioridad a la aparición de los medios de comunicación global, toda estrategia de comunicación en tiempos de guerra partía de la existencia de diferentes audiencias perfectamente diferenciadas. Así, lo normal es elaborar distintos mensajes con diferentes objetivos según se trate de la audiencia propia, la neutral o la del enemigo.

Los ciudadanos, como ya hemos hecho alusión, se han convertido en receptores y emisores de noticias. Los blogs se convirtieron en un espacio de discusión sobre la información relacionada con la guerra, ya que son un medio democrático para difundir ideas, en el sentido que cualquier persona con acceso a un ordenador con Internet y con conocimientos básicos puede establecer uno. Por ejemplo, durante la Guerra del Golfo un supuesto iraquí de Bagdad, bajo el pseudónimo "Salam Pax", se dedicó a contar el día a día de su vida en la ciudad. O el de un soldado estadounidense que se identificaba como Will, creó un blog, titulado "A minute Longer-A soldier's tale", en que relata las experiencias bélicas sin entrar en detalles como su localización o otros datos de

34 MANNES, Aaron. Hezbollah Spies via Facebook. **CounterterrorismBlog.com**, July, 2010. En: [http://counterterrorismblog.org/2010/07/cybersecurity\\_and\\_human\\_error.php](http://counterterrorismblog.org/2010/07/cybersecurity_and_human_error.php)

35 *Op. cit.*

este tipo. También cabe destacar la web de “Smash” (<http://www.ull.es/publicaciones/latina/www.lt.smash.us>), el pseudónimo de un soldado estadounidense que narraba a diario sus aventuras en el desierto iraquí. Entre los periodistas destacaba la página de un antiguo profesional del *New York Daily News* y de la agencia de noticias Associated Press, Chris Allbritton; su blog “Back to Irak” era un experimento en periodismo independiente que recibía unas 15.000 visitas diarias según su autor. No obstante, los weblogs no eran los únicos que daban información alternativa, algunas emisoras de radio también lo hicieron, como por ejemplo, radio clandestina (<http://www.clandestineradio.com/>). De esta forma, los corresponsales tradicionales se topaban con unos competidores peligrosos, ya que se trataba del periodista independiente que buscaba la noticia, que corría a verificarla y que desmentía las informaciones oficiales que llegaban del corresponsal de los grandes medios. Pero también la aparición de web fue decisiva para conocer lo que estaba sucediendo en el conflicto de Kosovo, además de ayudar a compensar y hacer frente a la propaganda serbia. Todo, indudablemente, llevó a que hackers rusos, yugoslavos, norteamericanos, llenaran páginas web de *graffitis* a favor y en contra de Milosevic o la OTAN. De esta manera durante este conflicto la red fue utilizada para poner en contacto a los que se encontraban dentro y fuera del país, abrir foros de discusión, facilitar información, difundir propaganda, etc. y gracias a ello surgieron, desde un lado y otro, un gran número de webs que aportaron una dinámica cambiante que permitía hablar con los enemigos sin la intervención de gobiernos ni de la propaganda.

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

triotas por la Defensa de América, Estudiantes por la Guerra o el portal "Give War a Chance" articularon páginas para apoyar la intervención de Irak. Pero no fueron los únicos, ya en España, por ejemplo, tanto el gobierno del PP como los distintos partidos utilizaron este medio para lanzar sus posiciones. De esta manera, mientras que los primeros informaban sobre su postura en el conflicto, los segundos argumentaban sus razones para oponerse. También los militares emplearon este medio para proporcionar datos sobre los resultados de las acciones armadas, el armamento utilizado y otras cuestiones. Las fuerzas policiales también recurrieron a la red para recolectar información sobre las diferentes organizaciones y sobre las movilizaciones previstas con la intención de prever posibles alteraciones del orden público. Las ONG se valieron de ellas para obtener fondos o voluntarios e informar a los cibernautas sobre sus puntos de vista sobre el conflicto.

Pero las redes también han jugado un papel vital en las revueltas protagonizadas en los países árabes. Por ejemplo, en Egipto y Túnez los activistas han empleado Facebook y Twitter, para organizar sus protestas a través de estas redes sociales. Aunque los grupos de la protesta no solo utilizaban las redes para la movilización, sino también para colgar videos y fotografías de todo lo que allí estaba sucediendo. Además, hay que señalar que gracias a la rápida comunicación a través de la red ha servido para que estas revueltas tengan una personalidad propia, como la espontaneidad y la ausencia clara de un liderazgo, un peligro que ha hecho tambalear las estructuras de regímenes dictatoriales en Medio Oriente. Estas movilizaciones se extendieron a otros países árabes: Jordania, Libia, Irán, Siria, Barein, Marruecos, Irak, Omán y Yemen e Israel, donde más de 300 mil personas convocadas a través de internet se manifestaron contra el gobierno. Algo parecido ha sucedido en las últimas revueltas vividas en el Reino Unido. De nuevo ha demostrado ser un medio efectivo para congregar a las masas, además de poner en evidencia y en aprietos a los gobiernos occidentales. En el caso británico miles de jóvenes se contactaron a través de las redes sociales para concentrarse en diversas ciudades del Reino Unido, donde protagonizaron disturbios en una protesta por la muerte de un joven a manos de la policía, que además sacó a la luz problemas sociales de desempleo y pobreza de los habitantes. El hecho se saldó con más de 2.000 detenidos y millonarias pérdidas. Es más, la preocupación del gobierno británico fue tal que se planteó medidas para bloquear este tipo de servicios.

El correo electrónico fue otra herramienta de comunicación alternativa. Una encuesta de 2004 detectó que el 95% de los soldados estadounidenses en Irak utilizaba el correo electrónico y que dos tercios lo utilizaban tres veces a la

semana<sup>36</sup>. Su empleo no solo se ha limitado a incrementar y acelerar el flujo de información entre los soldados y sus círculos familiares, sino que se convirtieron en una fuente fundamental para conformar la percepción popular sobre el desarrollo del conflicto. Así, por ejemplo, algunas de las informaciones que más han dañado la imagen de EE.UU. y sus aliados en el conflicto iraquí, fueron originadas por materiales elaborados y difundidos por los propios soldados, como las tristemente famosas fotografías de torturas a los prisioneros iraquíes de la prisión de Abu Graib u otras imágenes similares<sup>37</sup>.

## Conclusiones

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

En cuanto a los grupos terroristas, el ciberespacio ha supuesto toda una revolución. La red les ha permitido convertirse en una organización deslocalizada que aprovecha los elementos que les ofrece Internet para comunicarse, financiarse, coordinarse, actuar, reclutar, entrenar, difundir su propaganda, etc. Y todo porque el ciberespacio es un lugar ideal para sus actividades, porque ofrece: fácil acceso, poca o ninguna regulación ni control gubernamental, un público potencialmente enorme, difusión en todo el mundo, anonimato de las comunicaciones, rápido flujo de información, de bajo costo de desarrollo y mantenimiento de una presencia en la web, un medio ambiente (o la capacidad de combinar texto, gráficos, audio y video) que permite a los usuarios descargar películas, canciones, libros, carteles, etc. y, por último, la capacidad de cobertura en la forma tradicional

---

36 RICKS, T. E. Fiasco. The American Military Adventure in Iraq. New York: The Penguin Press, 2006, p. 306.

37 TORRES Soriano, Manuel. R y García Marín, Javier. Conflictos bélicos y gestión de la información: Una revisión tras la guerra de Irak. **Confines**, 5/10: 11/23, agosto-diciembre, 2009b, p. 20.

de los medios de comunicación<sup>38</sup>. Además, no necesitan de grandes medios, solamente un ordenador y una persona con suficientes conocimientos informáticos.

Los gobiernos encuentran en la red un nuevo espacio que es necesario intentar controlar y actuar, dada la importancia que hoy en día ha adquirido la información y comunicación en los conflictos armados o en la preparación de ellos. Todo esto les ha llevado a crear sus propias unidades de comunicación, que no solo se dedican a transmitir la información que quieren sobre un determinado hecho, sino que también tiene como función arremeter y atacar los medios del contrario. Todo para levantar el ánimo de sus tropas y legitimar ante la opinión pública la necesidad de intervención, o bien para desalentar al enemigo. Pero gracias a Internet el control de la información no parece posible, esto ha hecho que aparezcan nuevos actores en la transmisión de los conflictos que prácticamente permiten transmitir a tiempo real sin censuras ni barreras. Así, el resto de los actores han encontrado en Internet una red gigantesca, en la que no manda nadie y donde cualquiera puede convertirse en servidor de información y no solo en consumidor pasivo. De tal manera que la pugna informativa ya no está protagonizada de manera exclusiva por las partes implicadas, sino por cualquier sujeto que pueda contribuir a la batalla informativa. Normalmente estos intervinientes espontáneos suelen intentar reforzar la postura de uno de los contendientes, reforzando con sus informaciones sus posturas. Por tanto, los medios de comunicación han dejado de ser percibidos por los contendientes, como las principales “puerta de entrada” de la opinión pública. Más cuando algunos episodios informativos tienen su origen exclusivamente en la red. El problema es que en la red existe una sobreabundancia informativa, y no siempre toda goza de cierta veracidad.

## Bibliografía

ADAMS, James. La próxima guerra mundial. Los ordenadores son las armas y el frente está en todas partes. Buenos Aires, Granika, 1999.

ADELL, Jordi. La Internet: Posibilidades y limitaciones. En: Jornada: La Comunidad Valenciana ante la Nueva Sociedad de la Información: Ciencia, tecnología y empresas. Valencia, diciembre, 1994.

---

38 WEIMANN, Gabriel y FELLOW, Senior. Terror on the Internet: The new arena, The new challenges. En: United States Institute of Peace, 2004. Disponible en: [http://www.usip.org:80/fellows/reports/2004/0513\\_weimann.html](http://www.usip.org:80/fellows/reports/2004/0513_weimann.html); ALDRICH, Richard. *Cyberterrorism and computer crimes: issues surrounding the establishment of an international legal regime*. Colorado: USAF, Institute for National Security Studies, 2000; O'NEILL, Bard. *Insurgency and Terrorism. Inside modern revolutionary warfare*. Washington: Brassay's, 1990.

- ALDRICH, Richard. *Cyberterrorism and computer crimes: issues surrounding the establishment of an international legal regime*. Colorado: USAF, Institute for National Security Studies, 2000.
- AMIRAH Fernández, Haizam. ¿Tiene Al Qaeda una estrategia global? **Real Instituto Elcano**, ARI (74), 2004. Disponible en: <http://www.realinstitutoelcano.org/analisis/484/ARI-74-2004-E.pdf>
- ARQUILLA, J. y RONFELDT, D. *Networks and netwars: The future of terror, crime and militancy*. Santa Monica: Rand, 2002.
- CASTELLS, Manuel. *La era de la información: Economía, sociedad y cultura*. Madrid: Alianza, 1997.
- CEREZO, J. M<sup>a</sup> y ZAFRA, J. M. *El impacto de Internet en la prensa*. Cuadernos, Sociedad de la Información. Madrid: Fundación Auna, 2003.
- CORMAN, Steven R.; HESS, Aaron & JUSTUS, Z. S. *Credibility in the Global War on Terrorism: Strategic Principles and Research Agenda*. En: **Consortium for Strategic Communication** - Arizona State University, Report #0603, 2006. En: <http://www.comops.org/article/117.pdf>
- DI JUSTO, Patrick. *How Al-Qaeda site was hijacked*. En: *Wired News* 10, 2002. Disponible en: [www.wired.com/news/culture/0.1284.54455.00.html](http://www.wired.com/news/culture/0.1284.54455.00.html)
- DÍAZ Noci, Javier. ¿Hacia dónde va el periodismo en Internet? En: **Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación** (1): 77/100, 2001.
- GUNARATNA, Rohan. *Al Qaeda. Viaje al interior del terrorismo islamista*. Barcelona: ServiDoc, 2003.
- HOFFMAN, B. *Inside Terrorism*. Colombia: University Press, 1999.
- HOFFMAN, B. *Combating Al Qaeda and the Militant Islamic Threat*. Santa Monica: Rand, 2006.
- JORDÁN, Javier. *El terrorismo en la sociedad de la información. El caso del Al Qaeda*. **El profesional de la información**, 11 (4): 297-305, 2002.
- KAHLER, Miles. *Collective action and clandestine Networks: The case of al Qaeda*. San Diego: University of California, 2006.
- LUNGU, Ángeles M<sup>a</sup>. *Guerra.com. El Internet y las operaciones sociológicas*. **Military Review** 5: 18-23, septiembre-octubre, 2002.
- LUZÓN Fernández, Virginia. *La irrupción de Internet en las rutinas productivas de los informativos diarios televisivos. El caso TV3, Televisió de Catalunya*. Bellaterra: Universidad Autònoma de Barcelona, 2001.



- MANNES, Aaron. Hezbollah Spies via Facebook. **CounterterrorismBlog.com**, July, 2010. En: [http://counterterrorismblog.org/2010/07/cybersecurity\\_and\\_human\\_error.php](http://counterterrorismblog.org/2010/07/cybersecurity_and_human_error.php)
- MARRET, Jean Luc. Terrorisme: les stratégies de communications. Paris: Centre d'Études en Sciences Sociales de la Défense, 2003.
- MASIP, Pere. Rutinas periodísticas e Internet en la información diaria. **Noves Competències Professionals**, 6: 561-575, 2005.
- MERLOS García, M. Alfonso. Internet como instrumento de la yihad. **Araucaria** 8 (016), diciembre, 2006a.
- MERLOS García, M. Alfonso. La comunicación en situaciones de crisis: del 11-M al 14-M. En: Actas del XIX Congreso Internacional de Comunicación, 113/126, 2006b.
- NICHIPORU, B. y BUILDER, C. H. Societal implications. En: ARQUILLA, J. y RONDEFT, D. (ed.) In Athena's camp. Preparing conflict in the information age. Santa Monica: Rand, 1997.
- O'NEILL, Bard. *Insurgency and Terrorism. Inside modern revolutionary warfare*. Washington: Brassay's, 1990.
- PIZARROSO Quintero, Alejandro. Aspectos de propaganda de guerra en los conflictos armados más recientes. **Redes.com**, 5: 49/65, 2008. Disponible en: <http://www.compoliticas.org/redes/pdf/redes5/4.pdf>
- RANSTOR, Magnus. Al Qaeda en el ciberespacio: desafíos del terrorismo en la era de la información. En: REINARES, Fernando y ELORZA, Antonio (eds.): El nuevo terrorismo islamista. Del 11-S al 11-M. Madrid: Temas de Hoy, 2004.
- REDONDO, Myriam. Del corresponsal al reportero exterior: Internet y la nueva tecnología del periodista internacional. **Globalsociedad**, 3, junio/julio, 2007. Disponible en: <http://www.globalaffairs.es/Noticia-145.html>
- REINARES, Fernando. ¿En qué medida continúa Al Qaeda suponiendo una amenaza para las sociedades europeas? **Real Instituto Elcano**, ARI, 2007.
- RICKS, T. E. The Gamble. General Petraeus and the American Military Advernture in Iraq, 2006-2008. New York: The Penguin Press, 2009.
- RICKS, T. E. Fiasco. The American Military Adventure in Iraq. New York: The Penguin Press, 2006.
- SÁDABA Rodríguez, Igor y ROIG Domínguez, Gustavo. Internet: Nuevos escenarios, nuevos sujetos, nuevos conflictos. **Nodo50**, 2004. Disponible en: <http://www.uned.es/ntedu/asignatu/5-Nodo50.htm>

- SÁNCHEZ Medero, G. 21<sup>st</sup> Century to two new challenges: Cyberwar and Cyberterrorism. **Nómadas. Mediterranean Perspectives**, 1: 665/681, marzo, 2009a.
- SÁNCHEZ Medero, Gema. Ciberterrorismo: La guerra del siglo XXI. **El Viejo Topo**, 242: 15/24, marzo, 2008.
- SÁNCHEZ Medero, Gema. Internet: Una herramienta para las guerras en el siglo XXI. **Revista Política y Estrategia**, 114: 63/104 julio-diciembre, 2009b.
- SCHILLER, Herbert I. El dominio de las redes electrónicas mundiales. **Le Monde Diplomatique**, agosto/septiembre, 1998.
- TIMOTHY, T. L. Al Qaeda and the Internet: The Danger of Cyberplanning. **Parameters**, Spring, 2003.
- TORRES Soriano, Manuel. Violencia y acción comunicativa en el terrorismo de Al Qaeda. **Política y Estrategia**, 96, octubre-diciembre, 2004a.
- TORRES Soriano, Manuel R. Violencia y acción comunicativa en el terrorismo de Al Qaeda. En *Política y Estrategia*, 96: 83/93, octubre-diciembre, 2004b.
- TORRES Soriano, Manuel R. Información y conflictos bélicos en la era de Internet, En: Fernández Rodríguez, José Julio; Jordan, Javier & Sansó-Rubert, Daniel (ed.) *Seguridad y Defensa Hoy*. Madrid: Plaza & Valdés, 29/51, 2008.
- TORRES Soriano, Manuel. Terrorismo yihadista y nuevos usos de Internet: La distribución de propaganda. **ARI**, 110, 2009a.
- TORRES Soriano, Manuel, R. y García Marín, Javier. Conflictos bélicos y gestión de la información: Una revisión tras la guerra de Irak. **Confines**, 5/10: 11/23, agosto-diciembre, 2009b.
- TORRES Soriano, Manuel. Guerras YouTube. El impacto de las nuevas tecnologías de la información en el tratamiento mediático de los conflictos armados. **Cuadernos de Estrategia**. Conflictos, Opinión pública y medios de comunicación. Análisis de una compleja interacción. Ministerio de Defensa, 148: 131-157, agosto, 2010.
- TUCHO Fernández, Fernando. La construcción de los conflictos armados. **Comunicar**, 021: 141-146, 2003.
- WEIMANN, Gabriel y FELLOW, Senior. Terror on the Internet: The new arena, The new challenges. En: United States Institute of Peace, 2004. Disponible en: [http://www.usip.org:80/fellows/reports/2004/0513\\_weimann.html](http://www.usip.org:80/fellows/reports/2004/0513_weimann.html)