



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA DEFENSA
INSTITUTO DE INTELIGENCIA DE LAS FFAA
ESPECIALIZACION EN GESTIÓN DE INFORMACIÓN
MILITAR TERRESTRE**

Trabajo Final Integrador

TEMA:

El Aprovechamiento de los Medios de Comunicaciones y Redes Sociales en las Operaciones Militares.

TITULO:

El Empleo de las Redes Sociales en las Operaciones Militares

Autor: TP Pablo Sebastián Gómez Solís

Director: CR (R) Patricio Gabriel CASARINO

Septiembre 2022

“Las ideas expresadas sólo representan la postura personal del autor, por lo que son de su absoluta responsabilidad, no reflejando en consecuencia la opinión del Instituto de Inteligencia de las Fuerzas Armadas y de la Universidad de la Defensa Nacional.”

Resumen

La necesidad de contar con la información en tiempo real, impuso a la sociedad y al Instrumento Militar y a otros elementos del poder, la necesidad de contar con nuevas tecnologías para el desarrollo de nuevas técnicas tanto para la ejecución de operaciones psicológicas como para las operaciones de desinformación.

A tal efecto, los medios de comunicación masiva y otros actores de la dimensión virtual, comunicacional e informativa; operan a través de las Redes Sociales, donde estas permiten que los usuarios, que en muchas ocasiones son bots, suban todo tipo de información, incluso muchas veces sin confirmar, manipulada o directamente falsa.

Las Redes Sociales se han incorporado en nuestras vidas cotidianas ocupando gran parte del tiempo.

A lo largo de todo este trabajo se buscará evidenciar con conceptos, definiciones y diferentes estudios de casos la importancia del uso de estas, demostrando y determinando la influencia de su empleo en apoyo a las Operaciones Militares.

Palabras claves:

Opinión – Opinión Publica – Percepción – Persuasión – Medios de Comunicación Social – Redes Sociales – Fake News – Ingeniería Social.

Índice

1.1 Introducción.....	4
1.2 Hipótesis:.....	7
1.3 Objetivos de la Investigación:.....	7
Capítulo 1 “Características e Influencias de las Redes Sociales en la Actualidad”.....	8
2.1 Introducción.....	8
2.2 ¿Qué son las Redes Sociales?.....	8
2.3 El impacto de las redes sociales en la sociedad.....	9
2.4 La Influencia de las Redes Sociales en Argentina.....	10
2.5 Opinión Pública, Percepción y Persuasión.....	12
2.6 Las Redes Sociales una Herramienta de Guerra.....	18
2.7 La Ingeniería Social como Operaciones Psicológicas de la Actualidad.....	19
2.8 El Rol de las Fake News.....	20
2.9 Conclusiones Parciales.....	21
Capítulo 2 “La Influencia y Empleo de las Redes Sociales en los Conflictos Contemporáneos”.....	22
3.1 Introducción.....	22
3.2 Conflicto Palestino – Israelí y la Operación Plomo Fundido (2008 - 2009).....	23
3.3 Primavera Árabe (2010).....	25
3.4 Operación Pilar Defensivo (2012).....	26
3.5 Operación Margen Protector (2014).....	28
3.6 Operación Cúpula de Hierro (2021).....	29
3.7 Guerra Ruso – Ucraniana (2022).....	31
3.8 Operaciones Terroristas Yihadistas.....	34
3.9 Conclusiones Parciales.....	41
4.1 Conclusiones Finales.....	43
Bibliografía.....	44

1.1 Introducción

“Uno no puede librar una guerra en la actualidad sin el apoyo de la opinión pública, que es tremendamente moldeada por la prensa y otras formas de propaganda”

(General Douglas MacArthur)

A lo largo de la historia, los Medios de Comunicación Social fueron utilizados por las naciones en todos los conflictos armados de diferentes maneras y con distintas intenciones, evolucionando su empleo a la par de la tecnología.

Durante la Primera y Segunda Guerra Mundial, por primera vez los Medios de Comunicación tomaron un papel sumamente importante en el desarrollo del conflicto siendo esta de carácter netamente propagandista.

Las técnicas utilizadas en ambas guerras consistieron en la propagación de panfletos, carteles y periódicos que publicaban hechos de la guerra favorables al promotor del mismo; con la finalidad de que esta campaña motivara a sus hombres a seguir luchando y a la opinión pública general (OPG) a apoyarlos, es así que de esta manera aparecieron figuras como “El Tío Sam” (Uncle Sam, por su abreviatura US) en los Estados Unidos.

Durante la guerra de Vietnam los Estados Unidos permitieron participar cronistas independientes con la intención de que la población observase imágenes del esfuerzo que hacían sus soldados y de esta manera apoyasen la campaña.

A pesar de la supervisión y censura por parte del Departamento de Defensa (DoD, por sus siglas en ingles), algunas imágenes (El asesinato de un vietcong por un general survietnamita, o la foto de la niña que corría desesperada y desnuda “abrazada por el napalm”, entre otras fotografías y propagandas) lograron ser filtradas por algunos periodistas provocando una fuerte presión en la opinión pública que motivó la posterior retirada estadounidense.

El 2 de agosto de 1991, fue la primera vez donde el planeta entero pudo ver en forma directa a través de CNN cómo Estados Unidos de América atacaba Bagdad dando inicio a la Guerra del Golfo. Este conflicto se considera como la primera vez donde el estado perdió el control total de los medios de comunicación social.

La aparición de las Redes Sociales puede ser estimada como el comienzo de la anarquía en la transmisión de información, ya que es prácticamente imposible controlar que un hecho no se propague. Es así que los grandes Medios de Comunicación las utilizan para transmitir información de manera instantánea y detectar el feedback del público por medio de la cantidad de likes, retweet o posteos referidos a sus diferentes notas.

Durante el año 2006, Israel recibió diferentes ataques por parte de la organización terrorista Hezbollah, sufriendo bajas y prisioneros que fueron trasladados al Líbano. En un intento por rescatarlos Israel al no lograr su objetivo, ordena el comienzo de la “Operación Plomo Fundido” (Franja de Gaza), operación que consistía en la destrucción de Objetivos de Alto Valor para el enemigo. La acción provocó daños colaterales en la infraestructura civil y la rápida propagación de estas imágenes a través de medios de comunicación (la TV Al Jazeera) y las redes sociales realizadas por los palestinos dejó como único responsable al Estado de Israel.

El buen empleo de los medios de comunicación (la TV Al Jazeera) y las redes sociales (Facebook y Twitter) por parte de Hezbollah en los conflictos del Líbano y Gaza (2006 – 2008), Obligo a Israel a aplicar un sistema estratégico de empleo de los Medios de Comunicación y sus Redes Sociales. En noviembre del 2012 durante la Operación Pilar Defensivo, ejecutadas por las FDI, Israel mostró por primera vez el potencial en el empleo de los medios de comunicación y redes sociales, exponiendo sus reacciones e influyendo en la opinión pública afectando las operaciones que ejecutaría posteriormente Hezbollah.

Durante el Año 2014 se produjeron varias acusaciones y enfrentamientos entre Israel y Hamás; la aparición de tres cadáveres de jóvenes israelíes que se encontraban desaparecidos y, que se creía que era un hecho producido por Hamás, provocó que tres judíos extremistas asesinaran a un adolescente palestino, generándose un nuevo lanzamiento de docenas de cohetes por parte de distintos grupos terroristas. Israel dio inicio a la “Operación Margen Protector”, poniendo en marcha por primera vez el sistema antimisiles “Cúpula de Hierro”, lanzando una ofensiva terrestre.

Esta operación fue apoyada por el empleo estratégico de los medios de comunicación y redes sociales de las FDI, mostrándole al mundo el esfuerzo que, hacia Israel por defender a su población de los ataques terroristas, garantizando el normal funcionamiento de su sistema económico y sus instituciones.

Esta operación batió récord de publicaciones y retweet a nivel mundial, mostrando al mundo por primera vez las acciones y reacciones de las FDI en tiempo real.

Durante el mes de mayo del año 2021, Hamás exigió a Israel la retirada de efectivos de la zona de Mezquitas en Jerusalén, advirtiéndole que de no cumplir con esto comenzarían a disparar cohetes sobre este, acción que comenzó a desarrollarse con una fuerza sin precedentes, con más de 3.000 lanzamientos de cohetes en menos de una semana. Esto se debió a la nueva estrategia de Hamás sosteniendo que busca defender al conjunto de los palestinos y no establecerse como una resistencia.

El 90% de los proyectiles lanzados por Hamás fueron interceptados por La Cúpula de Hierro, sometiéndola a la mayor prueba de esfuerzo desde su creación.

Esta operación no solo consistió en la intercepción de los cohetes y granadas de morteros lanzadas por este grupo terrorista, sino también en mostrarle al mundo a través de los medios de comunicación y redes sociales, la problemática a la que se enfrentan diariamente sus habitantes con estos ataques desmedidos hacia la población civil.

No solo se pudo observar el aprovechamiento de las redes sociales para informar, disuadir y realizar propaganda sino también para la localización de objetivos de alto valor como la Central de Inteligencia de Hamás.

Esta serie de antecedentes nos marcan la importancia que tuvieron a lo largo de la historia y actualmente tienen los Medios de Comunicación y Redes Sociales a nivel mundial en las distintas Operaciones Militares, dándonos razones para estudiar su empleo y aplicar su uso como apoyo a estas.

1.2 Hipótesis:

Considerar a las Redes Sociales como herramientas empleadas para informar, disuadir, realizar propaganda y contra propaganda, mejorará la ejecución de las Operaciones Militares.

1.3 Objetivos de la Investigación:

Objetivo General: Demostrar la importancia de la utilización de Las Redes Sociales en las Operaciones Militares, en la evolución de los conflictos.

Objetivo Especifico Nro 1: Determinar las características e influencias de las Redes Sociales en la actualidad.

Objetivo Especifico Nro 2: Analizar la influencia y empleo de las Redes Sociales en los conflictos actuales.

Capítulo 1 “Características e Influencias de las Redes Sociales en la Actualidad”

“Hay un ser humano detrás de cada tweet, blog y correo electrónico.”

(Chris Brogan)

2.1 Introducción

Con la aparición y el uso excesivo de las Redes Sociales surgieron repercusiones tanto positivas como negativas. Gracias al desarrollo de estas nuevas tecnologías ha resurgido la utilización cotidiana de viejos conceptos y a su vez han aparecido nuevos términos que posteriormente serán mencionados en el siguiente capítulo.

Estas posibilitaron la instantaneidad de la información y las comunicaciones, sin estar restringidas por las distancias, brindando mayor conocimiento e información global a los usuarios de las mismas, influyendo directa o indirectamente tanto en la vida pública como privada de las personas.

El mayor logro de las Redes Sociales es poder eliminar las distancias entre las personas, obteniendo mayor interacción personal a través de estas, lo que resulta imposible evitar no hablar de lo negativo que ha traído su aparición ya que el uso constante de estas ha generado adicción en algunos usuarios. Es por esto que la mayor consecuencia negativa respecto al uso de las Redes Sociales se relaciona al abuso de las mismas que puede producirse en los usuarios, siendo esto aprovechado por otros para persuadir e influir en la vida cotidiana de la sociedad. (Tiempo Sur, 2016)

2.2 ¿Qué son las Redes Sociales?

Las Redes Sociales son una forma de comunicación, siendo hoy empleadas como herramientas digitales para la interacción social a través de plataformas digitales que permiten el envío de mensajes, la comunicación en tiempo real y la difusión de contenido según interés de cada usuario (personas, empresas, instituciones, etc.).

Es posible encontrar Redes Sociales que se especializan en ciertos temas o que son capaces de captar grupos específicos de usuarios como puede ser Facebook a través de sus grupos, LinkedIn que reúne a profesionales, etc. (Uriarte, 2019)

2.3 El impacto de las redes sociales en la sociedad

El crecimiento sostenido en la utilización, anualmente de 12% desde 2012 y su evolución ha logrado que las Redes Sociales influyan en las actividades sociales, políticas y económicas del mundo, tanto es así que en la actualidad más de cuatro mil sesenta y dos millones de personas en el mundo las utilizan, a su vez en Latinoamérica en 2022, nueve de cada diez usuarios de internet usarán Redes Sociales.

Según estadísticas a nivel mundial, las personas pasan un promedio de 2 horas 27 minutos al día en las Redes Sociales. Nigeria, Filipinas y Ghana son los países donde los usuarios pasan más tiempo en redes sociales, mientras que en Japón, Corea del Norte y Holanda son los países que pasan menos tiempo.

El usuario promedio visita poco más de siete plataformas de redes sociales por mes, siendo las mujeres de entre 16 y 24 años las que pasan más tiempo en estas Redes Sociales con un promedio de 3 horas 18 minutos al día, mientras los hombres de entre 20 y 29 años son los que más las utilizan. (Beveridge, 2022)

Los usuarios de redes sociales son generadores y distribuidores de información influyendo en la sociedad directa o indirectamente a través de los medios de comunicación.

La estructura de las Redes Sociales está dada por usuarios y sus relaciones nacen de la amistad, familia, trabajo o de compartir intereses por algún tema; estos vínculos son los que logran de esta manera la creación de grupos con intereses en común en los cuales se logran influencias que posteriormente se ven reflejadas en la vida cotidiana.

... *“La presión de un grupo online puede modificar el comportamiento de un individuo y el uso de perfiles anónimos distorsiona y trastoca a las comunidades”*. (Cordero Gutiérrez, 2018, pág. 1)

Esto se denomina “Influencia Social”, un proceso por el cual los individuos (usuarios) son influenciados sobre los pensamientos, sentimientos y acciones de otros. Esta teoría desarrollada por el psicólogo de la Universidad de Harvard Herbert Kelman en 1958 se basa en dos mecanismos que son la desindividualización y la conformidad. En el primero, el usuario pierde su individualidad para integrarse en algún grupo con sus propias normas, mientras en el segundo, la presión social y la percepción del propio grupo es quien dispone las normas, conductas y opiniones del grupo.

La Influencia Social se ve reflejada en el contexto de las Redes Sociales, ya que los grupos que se pueden formar dentro de las mismas son ilimitados y las opiniones se difunden de una manera muy sencilla y viral con tan solo un par de click. (Cordero Gutiérrez, 2018)

2.4 La Influencia de las Redes Sociales en Argentina

Durante los años 2020 y 2021, We Are Social y Hootsuite realizaron las estadísticas sobre la situación digital en la Argentina, luego de haber sido uno de los países más afectados económicamente durante el año 2020. Según el Instituto de Estadísticas y Censos (INDEC), la población argentina es de cuarenta y siete millones de personas. (Alvino, 2021)

Argentina cuenta con más de cincuenta y cinco millones de dispositivos móviles (celulares, Tablet y portátiles) a nivel nacional, superando la población total 121,6%. Actualmente el 80% de la población es considerada internauta y el 79,3% son usuarios de Redes Sociales (Facebook, Instagram, Tik Tok, etc.), es decir que casi la totalidad de los internautas tienen perfiles en diferentes redes.

En lo que respecta a la conexión a nuevos dispositivos móviles se produjo un decrecimiento del 2,6%, perdiendo 1,5 millones de conexiones, a su vez hubo un crecimiento de 3,5% (1,2 millones) de nuevos internautas y 5,9% (2 millones) de nuevos perfiles.

Las estadísticas realizadas por We Are Social y Hootsuite, sostienen que el tiempo que emplea dispositivos móviles un argentino promedio es de:

- 9 horas y 39 minutos es el tiempo que transcurren en total conectados a Internet.
- 3 horas y 55 minutos mirando TV (broadcast o streaming)
- 3 horas y 22 minutos usando, específicamente, redes sociales.
- 1 hora y 32 minutos leyendo noticias (en línea o en medios impresos).
- 1 hora y 54 minutos escuchando música a través de servicios de streaming.
- 1 hora y 15 minutos escuchando la radio.
- 40 minutos escuchando podcasts.
- 1 hora y 6 minutos al día jugando videojuegos de consola.

El comportamiento en redes sociales de los internautas argentinos, de entre 16 y 64 años, se estima en:

- El 99,9% de los usuarios visitó o utilizó una red social o un servicio de mensajería instantánea en el último mes.
- El 92,4% de los usuarios participó activamente en las redes sociales en el último mes.
- Cada argentino en promedio pasa 3 horas y 22 minutos al día en redes sociales.
- Cada usuario tiene alrededor de 9 cuentas dentro de diferentes plataformas.
- El 56,1% de los usuarios utilizan las redes sociales con propósitos laborales.

Según las empresas que recabaron información para conocer la situación digital en la Argentina, sostienen que las Redes Sociales más utilizadas por los internautas nacionales son YouTube, WhatsApp, Facebook e Instagram. La preferencia por YouTube o Instagram, no son una sorpresa

debido a la cultura youtuber o influencers que se encuentra en pleno crecimiento, siendo influyentes gracias a la creación constante de contenido.

La influencia alcanzada por anuncios publicitarios en redes sociales, es posible clasificarla por género y rangos etarios sabiendo que:

- El 2.1% del público femenino y el 1.8% del público masculino se encuentra entre los 13 a 17 años de edad.
- El 10% de las mujeres y el 9.5% de los hombres se encuentran entre los 18 a 24 años de edad.
- El 14.8% de mujeres y el 15% de hombres se encuentra entre los 25 a 34 años de edad.
- El 10.3% de las mujeres y el 9.5% de los hombres se encuentran entre los 35 a 44 años.
- El 6.7% del público femenino y el 5.8% del público masculino se encuentra entre los 45 a 54 años.
- El 4.7% de las mujeres y el 3.3% de los hombres se encuentra entre los 55 a 64 años.
- El 3.9% de las mujeres y el 2.5% de los hombres son mayores de los 65 años.

El grupo etario entre 25 y 34 años es el que mayor consumista de anuncios publicitarios en redes sociales, lo que arroja un dato importante para al momento de desarrollar estrategias de social media. (Alvino, 2021)

2.5 Opinión Pública, Percepción y Persuasión

Para comenzar a entender la importancia de este trabajo de investigación, es necesario conocer el significado de tres palabras fundamentales (Opinión, Opinión Publica y Percepción), cuyos significados nos permitirán entender como los Medios de Comunicación Social influyen de manera significativa a través de la Persuasión.

Según el Diccionario de la Real Academia Española: (2021)

- **OPINIÓN:** Idea, juicio o concepto que una persona tiene o se forma acerca de algo o alguien.
- **OPINIÓN PÚBLICA:** Manera de pensar que es común a la mayoría de las personas acerca de un asunto. Por Ejemplo: "En los últimos años, a la presión terrorista se ha venido a sumar la del tráfico de drogas, que es percibida por la opinión pública como una amenaza grave para nuestro sistema de convivencia"
- **PERCEPCIÓN:** Primer conocimiento de una cosa por medio de las impresiones que comunican los sentidos.
- **PERSUASIÓN:** Es el acto o la acción de convencer a alguien sobre algo en concreto. Alguien persuasivo es una persona que en las redes sociales domina esta faceta y que consigue persuadir con eficacia a otra persona. ... La persuasión tiene como objetivo influir en una persona, dejando claro las intenciones que existen en primera instancia.

La Opinión y La Opinión Pública:

El concepto de opinión pública es aquel que se utiliza para hacer referencia a las diferentes formas de expresión que una comunidad puede tener respecto de temas públicos, pudiendo influir en temas privados.

La idea de opinión pública existe desde hace mucho tiempo, siempre que se hable de la reacción o de la forma de pensar del pueblo ante determinados eventos políticos, sociales, económicos o culturales. Sin embargo, no hay duda alguna de que la importancia que este concepto ha tomado en los últimos cincuenta años es mayor debido a que las nuevas tecnologías y la aparición de las redes sociales han facilitado y ampliado las formas de expresión pública ante todo tipo de eventos.

La Opinión Pública, es un concepto abstracto que hace referencia al fenómeno social de expresión de una comunidad ante diferentes tipos de circunstancias o eventos. En la mayoría de los casos se relaciona con cuestiones políticas y el modo en que los integrantes de una comunidad ven a determinados funcionarios públicos, candidatos políticos y personalidades gubernamentales. También es la reacción o formas de pensamiento ante diferentes eventos sociales, económicos y culturales.

La opinión pública ha sido a lo largo de todo el siglo XX y lo que va del XXI un elemento fundamental en la cual los sistemas políticos basan su fuerza de apoyo, a diferencia de lo que sucedía en otros tiempos en los que la opinión del pueblo importaba poco y nada. Sin embargo, a partir del establecimiento de democracias o de regímenes más participativos, la opinión pública se ha convertido en un elemento que no puede ser dejado de lado y que todos los políticos tienen en cuenta para tratar de obtener mayor apoyo o aprobación.

Los estudios sobre la comunicación de masas constatan que los medios tienen efectos significativos en la sociedad, aunque apenas hay un consenso sobre la naturaleza y alcance de tales efectos.

En los tiempos de crisis los medios tienden a ser más influyentes, por ejemplo, la caída del comunismo en Europa, la guerra del Golfo, la de Irak, los conflictos de Medio Oriente y actualmente la guerra en Ucrania. También se ha demostrado que los Medios y las Redes Sociales tienen mayor influencia cuando se tratan noticias que no se conocen ni se pueden conocer directamente, sino por la información que dan estos. (Bembibre, 2011)

La Percepción:

... (La percepción es la imagen mental que se forma con ayuda de la experiencia y necesidades, resultado de un proceso de selección, organización e interpretación de sensaciones.) (Guardiola Jiménez, 2005, pág. 17)

La percepción de los individuos es subjetiva, (las reacciones a un mismo estímulo varían de un individuo a otro), selectiva (es consecuencia de la naturaleza subjetiva de la persona que no puede percibir todo al mismo tiempo y selecciona su campo perceptual en función a lo que desea percibir) y temporal (es un fenómeno a corto plazo; la forma en que los individuos llevan a cabo el proceso de percepción evoluciona a medida que se enriquecen las experiencias, o varían las necesidades y motivaciones de los mismos). (Guardiola Jiménez, 2005)

a. Los componentes de la percepción:

Si bien los estímulos sensoriales pueden ser los mismos para todas las personas, cada una de ellas percibirá cosas distintas, llevándonos a concebir dos tipos de componentes: las sensaciones o el estímulo físico que proviene del medio externo en forma de imágenes, sonidos, aromas, etc. Y los inputs internos, que caracterizan a cada persona y que cargan de distintos significados a los estímulos. (Guardiola Jiménez, 2005)

b. En el proceso de la percepción se distinguen tres etapas:

1. Detección / Selección: los individuos solo perciben una porción pequeña de los estímulos que están a su alcance. Esta selección que se realiza no se hace de forma consciente, pero tampoco de forma aleatoria. Por el contrario, hay ciertos criterios que hacen que un estímulo sea percibido con mayor facilidad.

2. Atención / Organización: La capacidad de identificar y reconocer objetos y eventos es crucial para la percepción normal, sin esa capacidad, las personas no pueden usar sus sentidos de manera efectiva. La asignación de un significado a lo que está percibiendo también ha sido materia de análisis. Las más importantes son las siguientes:

- Los individuos organizan los estímulos diferenciando concretamente la figura y el fondo.
- Agrupan los estímulos de acuerdo a su proximidad, vinculando a las cosas que están en continuado.
- En los casos de secuencias no completas, se busca completar y cerrarlas, para contribuir a la proporcionalidad y el equilibrio en el que nos manejamos.
- Los estímulos semejantes tienden a agruparse juntos.

3. Interpretación: La parte final del proceso será la que les dará contenido a los estímulos que previamente se seleccionaron y se organizaron. Aquí entra más en juego la individualidad de cada persona, con su experiencia previa y sus valores personales. (Equipo editorial, Etecé., 2021)

La Persuasión:

La persuasión es un arte y una ciencia. El estudio de la persuasión no es nuevo, si nos vamos a la Antigua Grecia encontramos a los sofistas que controlaban bien la dialéctica y los argumentos persuasivos. Aristóteles con su retórica es un texto fundamental para la persuasión y el convencimiento.

Convencer es incitar a alguien con razones, argumentos o pruebas a hacer o decir algo. Convencer es la acción de persuadir a alguien a hacer o decir algo sin ejercer la violencia ni la coacción. La persuasión consiste en la utilización deliberada de la comunicación para cambiar, formar o reforzar las actitudes de las personas, entendiendo por actitudes, un resumen de lo que opinamos de las cosas, personas, grupos, acciones o ideas.

El proceso de la persuasión está relacionado con los conceptos “*input y output*”. Los Inputs son los componentes de la comunicación persuasiva y los Output son los pasos sucesivos que permiten el cambio deseado en las acciones, en los comportamientos, en las creencias.

Los Input se dividen en cinco categorías:

- La fuente (número, unanimidad, demografía, atractivo, credibilidad, etc.)
- El mensaje (atractivo, inclusión / omisión, organización, estilo, repetitividad, etc.)
- El canal (modalidad, franqueza, contexto, etc.)
- El receptor (demografía, capacidad, personalidad, estilo de vida, etc.)
- El objetivo. (inmediatez / retraso, prevención / cese, directo / inmunización, etc.)

Si nos referimos al output nos encontramos con unos pasos encaminados a conseguir la persuasión. Estos son los siguientes.

- La exposición
- La atención
- El interés

- La comprensión del contexto

La persuasión no es técnicamente lo mismo que el lavado de cerebro, pero es la manipulación de la mente humana por otro individuo, sin que la parte manipulada se dé cuenta de qué es lo que le ha hecho cambiar de opinión.

La persuasión se basa en dos pilares fundamentales: la credibilidad y la confianza. Ellos deben quedar reflejados en los argumentos.

La comunicación persuasiva pocas veces cambia las actitudes resistentes porque generalmente implican compromiso.

La persuasión se facilita en determinadas condiciones: cuando el receptor considera el tema poco importante y tiene poco conocimiento e información para fundamentar sus decisiones, lo mismo que cuando carece de tiempo para pensar cuidadosamente y está saturado de información que es incapaz de procesar plenamente.

El hemisferio izquierdo de nuestro cerebro es analítica y racional. La mitad derecha es creativa e imaginativa.

Esto es una simplificación, pero sirve para lo que se quiere decir. La idea es distraer a la parte izquierda del cerebro manteniéndola ocupada.

Idealmente, el persuasor genera un estado alterado de conciencia, haciendo que uno pase del estado beta de alerta al alfa; esto se puede medir en una máquina de electroencefalogramas (EEG).

La comunicación persuasiva tiene mayor efectividad cuando el receptor no tiene conciencia de que es objeto de la misma y no se encuentra a la defensiva. La gente opone más resistencia cuando está consciente de que una fuente está tratando de influir en ella, aunque a veces reconocer abiertamente que así es devuelve la credibilidad; además, existen personas que desean ser convencidas. (Lic Arias Duval, 2021) (León, 1993)

2.6 Las Redes Sociales una Herramienta de Guerra

La lucha por el control de la información en la actualidad es de público conocimiento y se pueden observar diferentes actores con esta intención tales como gobiernos, instituciones e incluso grupos terroristas.

Durante los últimos conflictos bélicos de la actualidad (El conflicto Palestino - Israelí (2006), la Primavera Árabe (2010), la Operación Margen Protector (2014) en Israel y la Guerra Rusa – Ucraniana (2022), entre otros) las Redes Sociales funcionaron como una herramienta para la guerra moderna.

Aquellas Redes Sociales donde la población mundial antes podía expresarse libremente, se han transformado en el eje principal para la manipulación de la información a cargo de los distintos organismos de inteligencia del mundo, con la finalidad de influir en las opiniones y decisiones de la población.

Existen innumerables estudios sobre el comportamiento de los usuarios en las Redes Sociales, es por esto que las diferentes agencias de inteligencia del mundo aprovechan este medio para persuadir, influir a la población mundial manipulando la información a conveniencia de cada agencia.

Las “operaciones de inteligencia” en las redes emplean ítems fundamentales para realizar la guerra en las Redes Sociales siendo fundamental primero el tipo de redes sociales, después la propaganda y por ultimo las noticias e intercambio de información.

El empleo de las Redes Sociales como herramienta para la guerra moderna se basó en la influencia que estas tenían sobre la opinión pública pudiendo dejar como culpable a aquel que había sido agredido o atacado con una simple manipulación de noticias que rápidamente se podían viralizar por medio de las redes.

La aparición de foros, bloggers y redes sociales obligó a los diferentes medios de comunicación masiva a una forma de comunicación más personalizada, dejando lugar a ser empleada nuevamente por elementos militares. (Rodríguez, 2019)

2.7 La Ingeniería Social como Operaciones Psicológicas de la Actualidad

La ingeniería social se puede definir como técnicas que se emplean con el fin de influenciar en el pensamiento y acción de un individuo o un grupo. Esta técnica es empleada desde hace muchos años, siendo mayormente utilizada en la actualidad a través de internet y sus redes sociales con el objetivo de obtener información, acceso a sistemas o manipulación de información.

El resurgimiento de esta técnica reside en la naturaleza de las redes de datos, pudiendo ser aprovechados con éxito por un pequeño grupo de usuarios con pocos recursos, contra grupos muy amplios de forma simultánea, sustentándose siempre de un sencillo principio “el usuario es el eslabón más débil”. Actualmente, esta técnica se ha utilizado con objetivos engañosos, como el phishing o empleada con mayor efectividad como un medio para las operaciones psicológicas en conflictos híbridos. De aquí surge la pregunta de hasta dónde estamos preparados para detectar, comprender, detener y afrontar los resultados de estas operaciones. (Sandoval Castellanos, 2011)

En Julio del 2022 el ex Jefe del Ejército Argentino y Director del Observatorio de Seguridad y Defensa de la UCEMA, Teniente General Claudio Pasqualini, realizó una breve evaluación de lo sucedido en la invasión de Rusia a Ucrania, siendo la operación militar más grande en Europa desde la Segunda Guerra Mundial, explicando cómo se desarrollan las guerras híbridas y las guerras asimétricas en gran escala, pudiendo seguirlo de forma virtual, casi en tiempo real, con imágenes sin censura, cuidando de no quedar envueltos por la guerra de información entre ambos bandos.

De esta manera podemos comenzar a hablar de la guerra multidominio, incorporando nuevos ámbitos que cobran cada vez mayor relevancia a los ya conocidos, terrestre, aéreo y naval.

El espacio exterior y el ciberespacio, integrados dentro del espacio electromagnético, y el ámbito informativo y psicosocial, están influyendo en la forma en que se conducen las guerras.

Las operaciones de información que puedan influir en la opinión pública mundial y la propia población junto con los sistemas de ciberdefensa y la inteligencia oportuna, entre otros aspectos, están teniendo una gran influencia en el desarrollo del conflicto. El apoyo que en este sentido han dado las potencias occidentales a Ucrania, ha sido decisivo para sostener el esfuerzo defensivo.

Esta realidad debe impulsarnos a desarrollar nuevas capacidades que nos permitan un desempeño eficaz y eficiente dentro de todos los dominios, mejorando nuestras capacidades para ejecutar operaciones de información y capacidades de inteligencia a grandes niveles.

Es de suma importancia prepararse para nuevas y futuras amenazas desterrando la improvisación en el ámbito de la defensa, extrayendo enseñanzas de la guerra de Ucrania a fin de optimizar la situación de la Defensa Nacional. (Pasqualini, 2022)

2.8 El Rol de las Fake News

El termino Fake News es empleado para la difusión de noticias falsas o manipuladas con el fin de generar redes de desinformación por medio de las redes sociales.

Las existencias de falacias en las noticias han existido desde la creación de los medios de comunicación social, es por esto que con el crecimiento del uso de las redes sociales han incrementado en todo el mundo, logrando la propagación de las mismas en cuestión de segundos gracias a la creación de algoritmos de estas plataformas, persuadiendo a sus usuarios.

Las redes sociales explotan su contenido no solo por el interés de los usuarios sino también por su relevancia y su cantidad de likes (me gusta) o posteos, dándole validez a una noticia solo por su nivel de difusión.

En la actualidad cada vez es más débil el derecho de la población por informarse adecuadamente, volviéndose cada vez más peligroso y viral las Fake News, ya que influyen directamente en la opinión pública, debiendo utilizar diferentes técnicas para detectar y desmentir estas. (Federación Internacional de Periodistas, 2018)

El crecimiento de Fake News a nivel nacional es tan acelerado que paginas oficiales como son las del Gobierno Nacional, CONICET, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, entre otras dan un espacio específico para desmentir algunas noticias falsas que pueden afectar a la población o la consecuencia de la viralización de las mismas, con la finalidad de evitar mayor propagación, como ha sucedido durante la pandemia de COVID 19 donde se viralizaban remedios caseros que llevaron a la intoxicación de ciudadanos o noticias falsas sobre posibles hechos.

2.9 Conclusiones Parciales

De acuerdo a las diferentes definiciones, conceptos y estadísticas expresadas previamente, permiten concluir que la vida social y cotidiana de las personas a nivel mundial se encuentra totalmente influenciadas directa o indirectamente por las redes sociales.

Estas son aprovechadas por gobiernos, instituciones e incluso grupos terroristas que saben que en la actualidad más de cuatro mil sesenta y dos millones de personas en el mundo las utilizan, pudiendo de esta manera incidir en la opinión pública de las personas, empleando métodos de persuasión como pueden ser la viralización de fake news o diferentes técnicas de ingeniería social afectando en la percepción de las personas y la rápida propagación de los hechos en tiempo real que el avance de la tecnología y las redes sociales permiten.

Es por esto que en la actualidad existe la lucha por el control de la información siendo un medio fundamental hoy en día para las diferentes “Agencias de Inteligencia” del mundo.

Capítulo 2 “La Influencia y Empleo de las Redes Sociales en los Conflictos Contemporáneos”

“Debemos mantener nuestra mente alerta y receptiva al uso de métodos y armas no vislumbradas. La siguiente guerra se ganará en el futuro, no en el pasado. Tenemos que seguir adelante, o sucumbiremos.”
(General Douglas MacArthur)

3.1 Introducción

Es una realidad que, en los conflictos armados actuales, el juicio de la sociedad ha influido de manera directa en las operaciones militares, esto se debe en gran parte a que, al avance de las comunicaciones por medio de las redes sociales, permiten una rápida propagación de hechos en tiempo real, permitiendo influir en la opinión pública mundial de forma favorable o no respecto al evento sucedido.

Según estadísticas realizadas por Hootsuite el 50% de la población mundial equivalente a 3.8 mil millones de personas utiliza redes sociales y esta cifra se encuentra en aumento.

Cuando se habla de una red social nos referimos a plataformas virtuales que permiten la interacción de usuarios entre sí, son estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos.

La mayoría, los usuarios emplean las redes sociales para mantener contacto con amigos y familiares, pero hay quienes ven en estas plataformas un medio para organizar protestas, movimientos sociales y políticos. Existen casos como el conflicto Palestino - Israelí (2006), la Primavera Árabe (2010), el 15M (2011) en España, el Occupy Wall Street (2011) en los Estados Unidos, la Operación Margen Protector (2014) en Israel, Los Chalecos Amarillos (desde 2018 hasta la actualidad) en Francia y la Guerra Rusa – Ucraniana (2022).

En los últimos cinco años han surgido polémicos casos respecto a la recopilación y uso de información de usuarios sin su autorización, el caso más conocido fue el de Cambridge Analytica,

que utilizó la información proporcionada por 87 millones de usuarios de diferentes redes sociales, para ser utilizadas en la campaña política de Donald Trump y la campaña a favor del Brexit.

Desde su creación, Facebook lidera el primer lugar como la red social más utilizada del mundo con más de 2,500 millones de usuarios, creada en el año 2004 por Mark Zuckerberg, actualmente Facebook es propietaria de Instagram, la cuarta red social más popular y también de WhatsApp, la red de mensajería con más usuarios del mundo.

Las redes sociales fueron desarrolladas para la creación de lazos entre usuarios, empleando sus datos personales, gustos y preferencias, pudiendo crear comunidades donde se compartan los mismos valores e intereses.

Esto proporcionó la transmisión de información en tiempo real y en gran volumen a la sociedad según sus gustos e intereses, siendo empleadas como herramientas para complementar otros medios de comunicación, haciendo circular información a aquellos afectados o interesados en un tema; creando a su vez el riesgo de la circulación de información falsa o más conocida como Fake News, desde la creación de perfiles falsos sin ningún tipo de control, permitiendo influenciar a usuarios reales debido al desconocimiento o ignorancia sobre un tema (Fernandez, 2020).

3.2 Conflicto Palestino – Israelí y la Operación Plomo Fundido (2008 - 2009)

La Operación Plomo fundido fue una ofensiva israelí que comenzó el 27 de diciembre del 2008 y finalizó el 18 de enero del 2009, precedida por bombardeos aéreos que, según el gobierno de Israel fue en respuesta al lanzamiento de más de doscientos cohetes y proyectiles de mortero por parte de milicianos palestinos contra objetivos civiles israelíes. Plomo Fundido fue dirigida sobre la infraestructura terrorista de Hamás, afectando depósitos de armas, cuarteles, puertos y túneles subterráneos que comunicaban la Franja de Gaza con Egipto.

Como consecuencia de esta operación el conflicto fue descrito como la “Masacre de Gaza” en gran parte del mundo.

En el conflicto árabe – israelí, se considera el de mayor cantidad de bajas de los últimos cuarenta años, dejando más de mil trescientos palestinos muertos entre soldados de Hamás y una gran cantidad de civiles.

Luego de la declaración del alto al fuego, varios proyectiles de Hamás cayeron en territorio de Israel y esto provocó varios combates entre terroristas y soldados israelíes en las calles de la Franja de Gaza.

El 18 de enero, Hamás fue quien anunció el alto al fuego inmediato con el objetivo de la salida del ejército israelí del territorio gazací. (Ecu Red, 2010)

La Prensa y la Opinión Publica en el conflicto Palestino – Israelí:

Durante este conflicto se puede llegar a la conclusión que Israel obtuvo los objetivos militares propuestos mediante la destrucción de la infraestructura militar de Hamás, pero las consecuencias por la ausencia de proyección en la opinión pública occidental, debido a la falta de empleo de propaganda y trabajo con la prensa, fueron desfavorables.

A pesar de las millonarias campañas propagandísticas a nivel mundial y que sus fuentes informativas sean las más utilizadas, quedo demostrado que Israel no logró influir en la opinión pública a nivel internacional, a pesar de sus intentos, por lo tanto, sus interpretaciones de los hechos no lograron dominar el discurso. (Rueda García, 2017)

En este conflicto Hamás supo aprovechar sus éxitos y fracasos. El conflicto armado fue un fracaso rotundo, ya que su infraestructura se vio seriamente dañada e inutilizada, pero en la era de la información, la prensa representa un papel fundamental y uno de los objetivos principales que se impusieron fue ganarse la opinión pública a través de ellos, en donde obtuvieron los objetivos propuestos.

La imagen de escuelas, hospitales, edificios religiosos bombardeados y padres llorando por sus hijos fallecidos influyó mucho más en la opinión internacional que la de un soldado anónimo muerto, omitiendo que en esos edificios públicos se almacenaba armamento o funcionaban como puestos comando a fin de engañar al enemigo.

Israel no logró equilibrar su respuesta militar con respecto a la opinión pública a pesar de que dicho evento se produjera luego del ataque a civiles por parte de Hamás, debido a que no ha logrado superar a su adversario en la guerra de la información. (Codó, 2020)

3.3 Primavera Árabe (2010)

Las protestas árabes sucedidas entre el año 2010 y 2012, conocidas como Primavera Árabe, corresponden a una serie de manifestaciones en reclamo para la instauración de un sistema democrático y de derechos para la población árabe.

El comienzo de la Primavera Árabe es considerado el 17 de diciembre de 2010, cuando un vendedor ambulante, Mohamed Bouazizi, se inmoló en la ciudad de Sidi Bouzid, en Túnez.

La muerte del vendedor, agudizó las protestas forzando la renuncia del entonces presidente Zine El Abidine Ben Ali, luego de veinte años de un gobierno autoritario.

Este hecho de desesperación desató una serie de protestas en todo el norte de África y Medio Oriente, provocando el derrocamiento de muchos gobernantes.

En Libia, Muamar Gadafi fue derrocado después de cuarenta y dos años en el poder y posteriormente asesinado por sus captores, en Egipto el gobierno de Hosni Mubarak cayó luego de treinta años y en Siria las excesivas protestas en contra del gobierno de Bashar al Asad llevaron a un conflicto civil que se mantiene hasta el día de hoy. (BBC, News, 2020)

La Primavera Árabe, “La Primera Revolución de las Redes Sociales”:

La existencia de los Smartphone y las Redes Sociales fueron el espíritu de La Primavera Árabe. Nunca antes una revolución se había expandido de esta forma, ya que estos sirvieron como un medio para la publicación de videos y noticias casi en tiempo real, logrando que esta revolución se extienda por todo Medio Oriente.

Estudios realizados en la Universidad de Washington concluyeron que el papel fundamental durante la revolución de La Primavera Árabe estuvo dado por Las Redes Sociales, permitiendo la viralización de mensajes de libertad y democracia por todo Medio Oriente sirviendo como un canal para que los ciudadanos puedan organizarse logrando el derrocamiento de gobiernos dictatoriales y autoritarios. (Licino, 2012)

El desencadenante no fueron las Redes Sociales, pero si fueron la herramienta para motivar la revolución.

Pese a las posteriores censuras en numerosos países, la revolución de La Primavera Árabe permitió un soplo de libertad mejorando la vida cotidiana de los ciudadanos árabes.

Facebook a través de sus historias y videos lograron sobrepasar a las autoridades represivas de estos gobiernos autoritarios que durante décadas habían bloqueado los medios tradicionales.

Los medios de comunicación masiva como Al-Jazeera cubrieron el levantamiento directamente desde Facebook, ya que no existía otra plataforma para la difusión de videos. (Agencia AFP, 2020)

3.4 Operación Pilar Defensivo (2012)

El 14 de noviembre del 2012 con el asesinato de Ahmed Yabari, jefe militar gazatí de Hamás, las FDI iniciaron la Operación Pilar Defensivo como respuesta al lanzamiento de más de cien cohetes durante un periodo no mayor a 24 horas, el ataque a un vehículo militar israelí y la detonación de un artefacto explosivo cerca de una patrulla de las fuerzas israelíes en proximidades a Cisjordania, finalizando el 21 de noviembre con un acuerdo de alto al fuego.

Este conflicto fue bautizado como la “Primera Guerra en las Redes Sociales”, debido a que las Fuerzas de Defensas Israelíes apoyaron todas sus operaciones terrestres y aéreas a través de redes sociales como Twitter y Facebook, tratando de evitar de esta manera lo sucedido durante el año 2008 en la Operación Plomo Fundido.

Tanto las FDI como Hamás emplearon las Redes Sociales con el fin de lograr inclinar la opinión pública a su favor.

A pesar del buen trabajo a través de las redes por parte de las FDI, la fuerza de sus ataques terrestres, aéreos y el buen empleo del ciberespacio por parte de Hamás inclinó la balanza hacia el lado de los gazatíes, logrando el apoyo del grupo Anonymous, quien publicó datos personales de más de cinco mil funcionarios israelíes y atacó a más de setecientos sitios gubernamentales de Israel incluyendo entre ellos el del Ministerio de Defensa, el del Banco de Jerusalén y el sitio web oficial del Presidente. (Riquelme, 2016) (BBC , 2012)

La Primera Guerra en Redes Sociales:

Por primera vez en la historia, durante las operaciones militares de las FDI fueron utilizadas las redes sociales con la finalidad de ganarse la opinión pública internacional, empleando su unidad especializada para tal fin conocida como Unidad de Portavoces.

Avital Leibovich portavoz designada en ese momento para medios extranjeros del Ejército Israelí decía: ... *“El objetivo es intentar llegar al máximo número de personas a lo largo y ancho del planeta. Llegar a gente que no se informa a través de los medios tradicionales. Queremos llegar a esas personas y ejercer el máximo de influencia proporcionándoles informaciones y contenidos visuales y de otros tipos”* (EURONEWS, 2012)

En aquel entonces las FDI reclutaron desde el fracaso de la Operación Plomo Fundido a más de trecientos estudiantes de informática dentro y fuera del país con la finalidad de formar personal apto y flexible para integrar la Unidad de Portavoces de las FDI.

Fue necesario que cada publicación se encuentre en distintos idiomas como fueron el inglés, francés y español simultáneamente, es por eso que cada sitio oficial se tradujo en por lo menos esos tres idiomas para poder llegar a la comunidad internacional.

Con la premisa de que las Redes Sociales fueron determinantes en la Primavera Árabe contribuyendo a el derrocamiento de dictadores, Israel buscó que internet se convirtiera en un arma para lograr el apoyo de la opinión pública internacional en su ofensiva contra Gaza. (EURONEWS, 2012)

3.5 Operación Margen Protector (2014)

El 2 de junio del 2014 tres jóvenes israelíes desaparecían mientras buscaban quien los llevara cerca de Hebrón, en Cisjordania. Las autoridades israelíes responsabilizaron directamente a la organización palestina Hamás, a quien acusaban de ejecutar este tipo de acciones para evitar la formación de un gobierno de unidad palestino. Sin embargo, la organización palestina nunca asumió la responsabilidad de tal hecho.

Inmediatamente, las Fuerzas de Defensas Israelíes (FDI) iniciaron la operación denominada "Devolved a Nuestros Hermanos", que consistía en operaciones de búsqueda en toda Cisjordania y el bombardeo de objetivos de Hamás en la Franja de Gaza. La respuesta de la organización palestina no tardó responder mediante el lanzamiento de cohetes desde la Franja hacia el Sur de Israel. (Riquelme, 2016)

La evolución del conflicto se fue produciendo en una escalada gradual pero contenida en una estrategia clásica de acción-reacción, con la aparición de los cuerpos sin vida de los tres jóvenes judíos y el crimen de un adolescente palestino por parte de colonos judíos en Cisjordania unos días más tarde, condicionó cualquier solución pacífica a las tensiones. Las FDI por tal motivo a partir del 8 de julio de 2014 lanzaron la Operación "Margen Protector" que incluía incursiones terrestres y bombardeos aéreos sobre la Franja de Gaza.

El Ambiente Operacional de la Operación "Margen Protector" se encontraba enmarcado geográficamente por la Franja de Gaza y las zonas del Sur de Israel, una región densamente poblada tanto por civiles israelíes como palestinos y por ser eminentemente urbana. Esto significó un reto para las FDI, ya que influían sobre la forma de desarrollar las operaciones, al perseguir limitar sus acciones sobre los elementos militares Hamás y su infraestructura defensiva. (Cobo, 2014)

La utilización de las Redes Sociales como medio para legitimar la Ofensiva:

La "Operación Plomo Fundido" ejecutada a fines del año 2008, sirvió como experiencia para no cometer los mismos errores en el manejo de la información, ya que en su momento se vieron

sorprendidos en la gestión de esta por parte de Hezbollah, ya que a pesar de lograr la destrucción de sus objetivos propuestos, la opinión pública israelí como internacional percibieron que el gobierno israelí había sido derrotado en el campo de batalla y que cometieron una serie de acciones calificadas como crímenes de guerra. Dicha percepción fue generada por la difusión de información por medio de los medios de comunicación y redes sociales por parte de Hezbollah, que mostraban las consecuencias de los ataques aéreos sobre población civil y miembros de la ONU.

La conducción militar israelí fue consciente de ello y a partir de allí el dominio de la información ha estado presente en la planificación y ejecución de las operaciones.

Los enfrentamientos fueron más allá del dominio físico y las Redes Sociales tomaron un papel fundamental convirtiéndose en una fuente directa de información, permitiendo a los usuarios enfrentar sus opiniones, con el fin de ver como influían las operaciones en la sociedad.

Tanto israelíes como palestinos trataban de influenciar en la opinión pública internacional mediante el empleo y manipulación de la información a través de las redes, buscando legitimar sus acciones armadas durante todo el conflicto, aprovechando la cobertura de cada una de sus acciones casi en tiempo real, obligando a los medios de comunicación masiva a utilizar sus publicaciones, basándose en la premisa de que cada judío en el mundo era un soldado en internet.

Junto con el inicio de las de las operaciones en la Franja de Gaza, las FDI intensificaron la publicación de contenido en sus Redes Sociales y paginas oficiales apoyando las operaciones realizadas buscando la construcción de vínculos que justifiquen el empleo de la fuerza por parte de las FDI, con la finalidad de proporcionar seguridad a sus ciudadanos. (Riquelme, 2016)

3.6 Operación Cúpula de Hierro (2021)

Durante el mes de mayo del año 2021, los Medios de Comunicación y en especial las Redes Sociales se vieron invadidas por videos del esfuerzo realizado por las Fuerzas de Defensa de Israel con su famosa “Cúpula de Hierro” para evitar que más de tres mil cohetes lanzados por Hamás desde Palestina impactaran en suelo israelí. (Made for minds, 2021)

El ataque por parte de Hamás se inició luego de que, a causa de un desalojo por parte de la policía israelí, se produjeran enfrentamientos con manifestantes palestinos pertenecientes al barrio Jerusalén Este, causando más de treientos palestinos heridos. (Grupo la Provincia, 2021)

En uno de los enfrentamientos la policía israelí irrumpió en una mezquita debido a que almacenaban piedras y fuegos artificiales a la espera de enfrentamientos. (Haaretz, 2021)

En respuesta Hamás comenzó con el lanzamiento de cohetes dejando al menos veinte heridos. En un primer momento Israel activo su sistema de defensa antimisiles con las baterías de la Cúpula de Hierro, neutralizando casi en su totalidad el lanzamiento de más de tres mil cohetes, al observar que el cese de hostilidades no era factible, Israel actuó ofensivamente con bombardeos aéreos sobre puntos estratégicos sobre Gaza, según funcionarios palestinos resultaron muertos y heridos civiles.

A través de las Redes Sociales y algunos medios de comunicación se pudo observar como los ataques aéreos israelíes provocaron el colapso de un edificio residencial usado por Hamás como centro de comunicaciones y cueva para operaciones en el ciberespacio, las FDI advirtieron una hora antes a través de las Redes Sociales y Medios de Comunicación sobre la ejecución de la operación para que los ocupantes civiles abandonaran el lugar y estuvieran a resguardo.

Las FDI publicaron a través de las Redes Sociales la totalidad de las acciones de defensa realizadas por la Cúpula de Hierro, al igual que cada uno de los bombardeos realizados en Gaza, aclarando que eran objetivos de alto valor de Hamás obteniendo de esta manera el apoyo de la opinión pública. (Infobae, 2021)

El cese de hostilidades se produjo a partir del 21 de mayo cuando el gobierno de Israel autorizó una marcha de nacionalistas de derecha por la Ciudad Vieja de Jerusalén.

La Cúpula de Hierro y las Redes Sociales:

Durante los aproximadamente veinte días de conflicto se han viralizando imágenes y videos de ataques producidos tanto por parte de Israel como de Hamás, en los que murieron más de ciento treinta personas, desde ambos territorios sus residentes han utilizado internet para traspasar fronteras, buscando el apoyo de la comunidad internacional.

El 11 de mayo del 2021 el mundo vio con asombro una lluvia de cohetes caer sobre la ciudad de Tel Aviv en Israel. (Infobae, 2021) (Ginés, 2021)

La mayoría fueron interceptados por el sistema antimisiles de las FDI, pero algunos lograron traspasar la Cúpula de Hierro y dicho hecho fue registrado y viralizado bajo el hashtag #IsraelUnferFire (Israel Bajo Fuego).

Por su parte Hamás trato de realizar lo mismo mostrando los bombardeos por parte de Israel con el hashtag #GazaUnderAttack (Gaza Bajo Fuego), tratando de cumplir los mismos objetivos logrados en el año 2008 en la Operación Plomo Fundido, 2012 Operación Pilar Defensivo y 2014 Operación Margen Protector que era mostrar el excesivo poder que utilizaba Israel en sus ofensivas dejando como víctimas a los palestinos.

Durante esta oportunidad Israel supo aprovechar aquellas lecciones aprendidas anteriormente y le mostró al mundo el esfuerzo tanto militar como económico que debía hacer para evitar que esa lluvia de cohetes afectara a la población israelí, que a pesar de realizar semejante esfuerzo y tener el escudo antimisiles más seguro del mundo no era capaz de ser cien por ciento factible ante la saturación por parte del lanzamiento de múltiples cohetes en distintos puntos de Israel. (Meza, 2021)

3.7 Guerra Ruso – Ucraniana (2022)

La caída del Muro de Berlín, simbolizó el final de la guerra fría y la desintegración de la URSS, dejando a la nueva Rusia sin su amplio territorio.

Uno de los países ubicados en el este de Europa, antes perteneciente a la Unión Soviética es Ucrania y desde la caída del muro ha tenido y tiene intenciones de unirse a las ideologías occidentales.

Ucrania, histórica y culturalmente se encuentra ligado a Rusia y para entenderlo es necesario remontarse a la edad media, donde era un estado eslavo oriental, aunque ambos se desarrollaron por separado sin dejar sus raíces y costumbres, sufriendo a causa de esto muchas veces conflictos internos. (BBC News Mundo, 2022)

Durante el año 2014 a causa de la delimitación de sus provincias llegó a su pico máximo, conociéndose a este como el “Conflicto de Crimea”.

El Conflicto de Crimea se originó debido a la búsqueda del gobierno de Kiev de crear acuerdos comerciales con la Unión Europea. Rusia accionó rápidamente presionando al gobierno para que no firmara dichos acuerdos, ya que sus intereses nacionales se veían afectados.

Esta acción de rechazar un acuerdo previamente firmado generó manifestaciones en todo Kiev que pronto se expandirían en todo el país llevando a Ucrania a una guerra civil. (BBC News Mundo, 2022) (Padinger, 2022)

La principal causa geopolítica de la guerra entre Rusia y Ucrania, se debió a la intención de Ucrania de pertenecer tanto a la OTAN como a la Unión Europea, esta acción afectaría directamente a Rusia ya que esta perdería su imperio en Eurasia.

Otra de las causas principales es la importancia que tienen los puertos ucranianos para Rusia que le permiten mantener rutas con la Unión Europea, Asia Central, Oriente medio y permitiéndole acceder al hemisferio sur a través de Anatolia y el Canal de Suez.

Expertos sostienen que el control sobre Ucrania es vital para la seguridad estratégica y económica de Rusia.

En mayo del 2019 llegó al poder ucraniano Volodimir Zelenski, con un intento de retomar el proceso de paz entre Kiev y los separatistas.

En enero del 2021 Rusia movilizó tropas a sus fronteras y a la península de Crimea siendo el mayor despliegue militar desde el 2013, dicho esto por el secretario general de la OTAN.

En agosto del 2021, cuarenta y seis estados y organizaciones incluyendo a la OTAN firman en Kiev la Plataforma de Crimea exigiendo a Rusia la devolución de la península.

Desde esta fecha hasta febrero del 2022 Rusia movilizó tropas y realizó ejercicios en sus fronteras donde Estados Unidos y la OTAN rechazaron firmar tratados bilaterales sobre seguridad en Europa con Rusia y cerrándole las puertas a una futura incorporación de Ucrania a dicha organización.

El 21 de febrero de ese mismo año el presidente ruso Vladimir Putin firma el reconocimiento de las regiones pro rusas ucranianas de Donetsk y Lugansk y ordena el envío de tropas a dichas zonas, siendo condenado inmediatamente por la Unión Europea y EE.UU.

Días después el presidente ruso anuncia el lanzamiento de una “Operación Militar Especial” en Donbás, haciéndose cada vez más generalizada en casi todo el territorio ucraniano hasta la fecha. (Pereira, 2022)

El empleo de las Redes Sociales en la “Guerra de la Desinformación” en Ucrania:

Desde las primeras explosiones en Ucrania el 24 de febrero del 2022 el flujo de información sobre la guerra abundó a través de las Redes Sociales.

Se pudieron apreciar desde noticias que eran confirmadas, noticias manipuladas por alguno de los dos países beligerantes o Fake News difundidas incluso por medios de comunicación internacionales, por esto mismo Rusia bloqueó el acceso de sus ciudadanos a todas las plataformas pertenecientes a Meta y otras redes sociales occidentales, mientras que el presidente ucraniano Zelenski reveló en una entrevista con la revista Wired como logró una resistencia gracias a un ejército de hackers, incluso Anonymous hizo público su apoyo a Ucrania. (Infobae, 2022) (Freixas, 2022)

La manipulación de información por ambos bandos juega un papel sumamente importante en este conflicto.

Ambos países han utilizado la desinformación teniendo como objetivo alcanzar ventajas respecto a su enemigo, ya sea a través de declaraciones oficiales o de falsos usuarios y la creación de Fake News con la finalidad de que usuarios reales creen esas falsedades y opinen públicamente.

Se debe entender que en las operaciones de desinformación no siempre es fácil darse cuenta quien es el responsable de la diseminación de publicaciones que generan dudas y sean de difícil confirmación o no tengan fundamentos.

La finalidad de manipular la información para ambos países es la de inclinar la opinión pública a su favor, ya sea en apoyo a una operación militar o solo en busca de apoyo local o internacional, aprovechando las redes sociales y la necesidad de obtener información en tiempo real por parte de los medios de comunicación social. (Rivero, 2022)

La libertad y falta de confirmación que proporcionan las redes sociales permite que ambos países puedan manipular la información y esta se viralice fácilmente como sucedió en el discurso del presidente ruso donde sostenía que había tomado la decisión de ordenar una Operación Militar Especial, tratando de manipular la invasión y el inicio de una guerra con la excusa de que Ucrania se había nazificado y tenía la obligación de defender a un pueblo que durante mucho tiempo había sido perseguido por el gobierno de Kiev, mientras el gobierno ucraniano aseguraba y viralizaba fotos de bombardeos rusos en un shopping y luego el gobierno ruso publicó como camiones con logística militar salían del shopping con armamento. (Ámbito, 2022)

La explotación y viralización de estas noticias consisten en desprestigiar y hacer que la sociedad internacional castigue económica y/o socialmente a través de las diferentes organizaciones internacionales, afectando de esta manera el desarrollo de la guerra.

3.8 Operaciones Terroristas Yihadistas

Las comunicaciones establecidas por las organizaciones terroristas son conocidas como propaganda, siendo esta en realidad, solo uno de los métodos de difusión que utilizan estas organizaciones con la finalidad de difundir mensajes al público blanco, utilizando esta actividad como operaciones psicológicas.

Estas operaciones tienen la finalidad de:

- Captación de nuevos adeptos
- Consecución de apoyos y simpatías en la sociedad
- Defender y legitimar el uso de la violencia
- Desacreditar a sus enemigos
- Infundir terror y el sentimiento de inseguridad en la sociedad

- Control de la vida cotidiana de las sociedades donde se encuentran presentes.

Para la transmisión de estas ideas, se utilizan distintos métodos de difusión, acorde al público blanco, el mensaje y los fondos o medios disponibles.

Las Redes Sociales son un medio sumamente empleado por estos grupos para la viralización de videos, noticias y publicaciones, empleando técnicas de persuasión, cuyo objetivo es el de provocar una respuesta psicológica, cognitiva y emocional, de acuerdo con las finalidades de cada organización terrorista. (Vallejos, 2018)

El terrorismo Yihadistas emplea las Redes Sociales y cuenta con el apoyo de medios de comunicación digitales afines o propios, por ejemplo:

Nro	Organización Terrorista	Medio de comunicación afín	Observaciones
01	Hezbollah	Al Manar	Líbano
02	Yihadistas salafistas en general	Al Jazeera	Alcance a nivel mundial
03	Al Qaeda	Internet (Redes Sociales)	Empleo del experto Younes Tsouli, más conocido por su alias de Irhabi007

04	Yihadistas salafistas en general	Global Islamic Media Front	Dos individuos fueron arrestados por la difusión de propaganda de apoyo al Yihadismo – Amenazas a Austria y Alemania para el retiro de las fuerzas de Afganistán
05	Estado Islámico	Al Hayat Media Center	Orientado a ciudadanos occidentales
06	Estado Islámico	Revista Dabiq	Irak y Siria
07	Estado Islámico	Canal de Internet “Khilafalive” (El Califato en directo)	Quien dirigiría este canal es el periodista británico tomado prisionero y convertido al Islam, John Cantlie
08	Estado Islámico	Twitter (Red Social)	@IS_conqueste y @anbar_news Ambas cuentas han sido canceladas

09	Al Qaeda	Periódico As-Sahab	No es posible ingresar al periódico digital desde Occidente
10	Yihadistas salafistas en general	Al Arabiya	-----
11	Al Qaeda	Resurgence	Redactada exclusivamente en Inglés
12	Al Qaeda	Al Malahem Media, produce de forma periódica la revista Inspire	Península Árábica
13	Al Qaeda	Publicación tipo revista Palestine, betrayal of the guilty conscience	Península Árábica – Franja de Gaza
14	Al Qaeda	Voice of Jihad (antecesora de Inspire) - Inspire	De 2004 a 2007 Península Árábica

15	Al Qaeda	Al Yaqeen Media Center publica Sada Al Malahim (El eco de las batallas) y Qaddaya Jihadiyh (Temas Yihadistas)	Península Arábiga
16	Al Qaeda	Madad News Agency	Península Arábiga
17	Al Qaeda del Magreb Islámico (AQMI)	Al Andalus Media	Magreb Islámico
18	A Shabab	Fundacion al Katai, produce y difunde videos de gran calidad	Somalia, Tanzania y Kenia (Tres Idiomas)
19	A Shabab	Emisora de radio propia llamada Al Andalus	Somalia
20	Ansar Al Sharia	Al Rayyah Foundation for Media	Libia

21	Ansar Al Sharia o Ansar Al Tawhid	A través de Facebook transmiten su revista Salafiyya	Túnez
22	Ansar Al Sharia o Ansar Al Tawhid	Agencias de comunicación Al Qayrawan Media Foundation y Al Mirdrad Foundation for Media Production	Túnez
23	Estado Islámico	Al Naba	Muy alta calidad Irak y Siria
24	Jabhat al Nusrah	Publicación Monthly	Siria
25	Jabhat al Nusrah	Himam News Agency	Siria
26	Jabhat al Nusrah	Al Manarah Al Bayda Foundation for Media Production	Siria
27	Partido Islámico de Turkestán	Periódico trimestral titulado Turkistan al Muslimah	Asia

28	Estado Islámico – Talibán	Revista mensual en Internet – Al Somood	Afganistán
29	Estado Islámico – Talibán	Al Emara	Afganistán
30	Estado Islámico – Talibán	Abdullah Jihadi Studio, Al Hijrat, Al Juhad Studio, Al Muhajir Studio, Bot Shikan, Call of Jihad, Maydan Al Jihad, Minbar Project, Tora Bora Studio, Umar Studio	Agencias y estudios afines a la organización Afganistán
31	Estado Islámico	Agencia Amaq	-----

Cuadro de agencias y medios afines al terrorismo (Vallejos, 2018, pág. 50)

La evolución de las Redes Sociales les permitió a estos grupos compatibilizar en diversos espacios mediante la creación de canales públicos, compartir archivos sin limitación de peso y permitir la comunicación directa y codificada, con el fin de interactuar e influir en las sociedades buscando empatizar y reclutar personal en todo el mundo. (Campillo, 2017)

3.9 Conclusiones Parciales

De acuerdo a lo expuesto previamente a lo largo de todo el capítulo me permite concluir que los siete casos analizados, nos dejaron distintas enseñanzas que debemos tomar como ejemplo para enfrentar diferentes situaciones de conflicto, buscando obtener el apoyo de la opinión pública, con el fin de que nuestras operaciones militares tengan el apoyo local e internacional necesario.

Las operaciones previamente analizadas fueron seleccionadas con el fin de que cada una de ellas deje una enseñanza. En el caso de la “Operación Plomo Fundido” en el 2008, se pudo observar que a pesar de que las Fuerzas de Defensa de Israel lograron los objetivos militares, no se empleó de manera adecuada la propaganda y por este motivo las Fuerzas de Hamás resultaron beneficiadas gracias al buen empleo de los medios de comunicación masivos por parte de estos.

Durante el año 2010 “La Primavera Árabe” demostró que las opiniones públicas junto con las redes sociales pueden lograr revoluciones y el derrocamiento de los gobiernos más duros.

Dos años después Israel crea la Unidad de Portavoces de las FDI con el fin de obtener el apoyo de la opinión pública a través de las redes sociales, siendo la “Operación Pilar Defensivo” la primera operación militar que contó con el apoyo de una unidad empleando las redes sociales a pesar de no lograr su objetivo.

La “Operación Margen Protector” en el año 2014 le sirvió a las FDI para no cometer los mismos errores que le dieron la victoria a su enemigo en el año 2012, pero la fuerza desproporcional de sus ataques y la manipulación de la información por parte de Hamás escondiendo armamento en escuelas y hospitales que posteriormente fueron bombardeados hizo que la opinión pública internacional e incluso la Organización de las Naciones Unidas sancione algunas acciones de Israel como crímenes de guerra.

Durante el año 2021, se pudo observar como Israel resistió con su famosa “Cúpula de Hierro” una lluvia de cohetes lanzados por Hamás a pesar de contar con la capacidad necesaria para destruir el ataque del enemigo, solo con el fin de que la opinión pública internacional apoyara la posterior reacción y destrucción de objetivos estratégicos, logrando por primera vez vencer a Hamás tanto en el campo de batalla como en las redes sociales.

La guerra entre Rusia y Ucrania demostró que ambos países emplean operaciones de desinformación, aprovechando la utilización de medios de comunicación masivos en contar la guerra en tiempo real, cometiendo el error de obtener información a través de usuarios de redes sociales sin previa confirmación.

Para concluir se puede decir que el Terrorismo Yihadista es uno de aquellos que históricamente utiliza la propaganda para manipular, desacreditar y controlar la vida cotidiana de la comunidad internacional, manejando los medios de comunicación masivos y redes sociales a fin de captar nuevos adeptos y generar terror.

4.1 Conclusiones Finales

A lo largo de todo el trabajo se han presentado conceptos, definiciones y estudios de casos que nos permiten concluir con la necesidad del empleo de las Redes Sociales en apoyo a todo tipo de operaciones militares.

En el primer capítulo se pudieron observar definiciones, conceptos y como las Redes Sociales pueden influir en la opinión pública internacional utilizando la percepción y persuasión de los usuarios a través de la viralización de la manipulación de información, fake news, la ingeniería social; herramientas que pueden ser utilizadas también para la ejecución de operaciones psicológicas.

El segundo capítulo se basó en el análisis de estudios de casos donde las redes sociales, los medios de comunicación masivos y la propaganda tomaron un papel fundamental.

Se pudo observar que un país como Israel, que cuenta con una de las Fuerzas Armadas más importantes del mundo, en más de una oportunidad a pesar de ganar los combates perdieron el apoyo de la opinión pública por no saber manejar de manera adecuada la propaganda y las redes sociales para emplear su fuerza.

Israel aprendió de sus errores, por esta razón crearon la Unidad de Voceros de las FDI con la finalidad de controlar la información.

Es imposible no mencionar el empleo de la propaganda a través de las redes sociales por parte de grupos Yihadistas, ya que estos fueron mentores desde los ataques a las Torres Gemelas en el año 2001 en adelante con la publicación de videos de sus asesinatos o atentados con la finalidad de provocar mayor temor en la sociedad internacional.

Para finalizar es necesario entender que las redes sociales son solo un medio que proporciona la posibilidad de ejecutar estas operaciones de desinformación pero que todas estas operaciones se basan en el “Principio de Orquestación” defendido por Joseph Goebbels donde sostenía que la propaganda debía limitarse a un número pequeño de ideas y se deben repetir incansablemente, presentándose una y otra vez con diferentes perspectivas, pero siempre volviendo al mismo concepto.

Bibliografía

- Agencia AFP. (30 de noviembre de 2020). *El Comercio*. Obtenido de <https://elcomercio.pe/mundo/actualidad/la-primavera-arabe-la-primera-revolucion-del-smartphone-y-las-redes-sociales-facebook-twitter-blackberry-noticia/>
- Alvino, C. (15 de Abril de 2021). *branch*. Obtenido de Estadísticas de la situación digital de Argentina en el 2020-2021: <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-argentina-en-el-2020-2021/>
- Ámbito. (28 de Junio de 2022). *Ámbito* . Obtenido de <https://www.ambito.com/mundo/ucrania/guerra-rusia-dice-que-el-shopping-no-fue-el-blanco-sino-un-deposito-armas-occidentales-n5473081>
- BBC . (21 de noviembre de 2012). *BBC NEWS*. Obtenido de <https://www.bbc.com/news/world-middle-east-20436699>
- BBC News Mundo. (26 de febrero de 2022). *BBC News*. Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-60500020>
- BBC News Mundo. (27 de febrero de 2022). *BBC News*. Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-60494983>
- BBC, News. (17 de diciembre de 2020). *La Primavera Árabe: 10 años en 10 momentos*. Obtenido de BBC: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-55351155>
- Bembibre, C. (Marzo de 2011). *Definición ABC*. Obtenido de Opinión Pública: <https://www.definicionabc.com/social/opinion-publica.php>
- Beveridge, C. (28 de Marzo de 2022). *hootsuite*. Obtenido de <https://blog.hootsuite.com/es/125-estadisticas-de-redes-sociales/>
- Campillo, S. (6 de Junio de 2017). *Hipertextual*. Obtenido de <https://hipertextual.com/2017/06/redes-sociales-terrorismo>
- Cobo, I. F. (5 de Agosto de 2014). *LA OPERACIÓN “MARGEN PROTECTOR” Y LA DEFENSA ANTIMISIL DE ISRAEL*. España.
- Codó, E. M. (15 de febrero de 2020). *defensa.com*. Obtenido de <https://www.defensa.com/ayer-noticia/operacion-plomo-fundido-gaza>

Cordero Gutiérrez, R. (23 de marzo de 2018). *TELOS*. Obtenido de Fundacion Telefonica:
<https://telos.fundaciontelefonica.com/redes-sociales-un-antes-y-un-despues-en-el-comportamiento-humano/>

Ecu Red. (2010). *Ecu Red*. Obtenido de
https://www.ecured.cu/Operaci%C3%B3n_Plomo_Fundido

Equipo editorial, Etecé. (5 de agosto de 2021). *Concepto.de. Disponible*. Obtenido de
<https://concepto.de/percepcion/>

EURONEWS. (20 de noviembre de 2012). *EURONEWS*. Obtenido de
<https://es.euronews.com/2012/11/20/israel-recurre-a-las-redes-sociales-para-ganar-la-guerra-de-la-comunicacion>

Federación Internacional de Periodistas. (16 de agosto de 2018). *¿Que son las Fake News? GUÍA PARA COMBATIR LA DESINFORMACIÓN*. Obtenido de
https://www.ifj.org/fileadmin/user_upload/Fake_News_-_FIP_AmLat.pdf

Fernandez, J. (30 de enero de 2020). *DIGITAL 2020: EL USO DE LAS REDES SOCIALES ABARCA CASI LA MITAD DE LA POBLACIÓN MUNDIAL*. Obtenido de We are social:
<https://wearesocial.com/es/blog/2020/01/digital-2020-el-uso-de-las-redes-sociales-abarca-casi-la-mitad-de-la-poblacion-mundial/>

Freixas, V. J. (30 de Marzo de 2022). *El Economista* . Obtenido de
<https://www.eleconomista.es/opinion-blogs/noticias/11693196/03/22/La-influencia-de-las-redes-sociales-en-la-guerra-entre-Rusia-y-Ucrania.html>

Ginés, S. (20 de mayo de 2021). *Info Defensa*. Obtenido de <https://www.infodefensa.com/texto-diario/mostrar/2949517/cupula-hierro-israeli-intercepta-diez-dias-proyectiles-diez-anos>

Grupo la Provincia. (10 de mayo de 2021). *Grupo la Provincia*. Obtenido de
<https://www.grupolaprovincia.com/internacionales/cancelan-marcha-del-dia-de-jerusalen-ante-aumento-de-la-violencia-712902>

Guardiola Jiménez, P. (7 de Septiembre de 2005). *Univercidad de Murcia* . Obtenido de
<https://www.um.es/docencia/pguardio/documentos/percepcion.pdf>

Haaretz. (10 de mayo de 2021). *Haaretz*. Obtenido de <https://www.haaretz.com/israel-news/2021-05-10/ty-article/.premium/tensions-over-jerusalem-day-march-temple-mount-clashes-culminate-in-rocket-fire/0000017f-db15-df0f-a17f-df576c750000>

Infobae. (15 de mayo de 2021). *Infobae*. Obtenido de
<https://www.infobae.com/america/mundo/2021/05/15/israel-bombardeo-una-torre-en-gaza-usada-por-hamas-como-centro-cibernetico-y-de-comunicaciones/>

- Infobae. (27 de mayo de 2021). *Infobae*. Obtenido de <https://www.infobae.com/america/mundo/2021/05/27/doron-gavish-creador-de-la-cupula-de-hierro-cientos-y-cientos-de-misiles-fueron-interceptados-el-dano-podria-haber-sido-impresionante/>
- Infobae. (3 de Junio de 2022). *Infobae*. Obtenido de <https://www.infobae.com/america/mundo/2022/06/03/zelensky-revelo-como-ucrania-logro-una-resistencia-heroica-gracias-a-un-ejercito-amateur-de-jovenes-hackers/>
- León, J. L. (1993). *Persuasión de Masas*. Buenos Aires: Deusto.
- Lic Arias Duval, P. (29 de Julio de 2021). Apunte de la Materia Análisis de la Información. Ciudad Autonoma de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina.
- Licino, H. (13 de febrero de 2012). *benchmarkemail*. Obtenido de <https://www.benchmarkemail.com/es/blog/como-las-redes-sociales-crearon-la-primavera-arabe/>
- Made for minds. (17 de mayo de 2021). *Made for minds*. Obtenido de <https://www.dw.com/es/milicias-de-gaza-dispararon-3150-cohetes-hacia-israel-desde-el-pasado-lunes/a-57551850>
- Meza, A. (15 de mayo de 2021). *France 24*. Obtenido de <https://www.france24.com/es/programas/revista-digital/20210515-israel-palestina-conflicto-censura-internet>
- Padinger, G. (24 de julio de 2022). *CNN en Español*. Obtenido de <https://cnnespanol.cnn.com/2022/07/24/por-que-rusia-ucrania-guerra-invasion-motivos-orix/>
- Pasqualini, T. G. (3 de Junio de 2022). *Infobae*. Obtenido de <https://www.infobae.com/opinion/2022/06/03/100-dias-de-guerra-en-ucrania-siete-enseanzas-que-podemos-extraer-para-la-defensa-nacional/>
- Pereira, G. (3 de Junio de 2022). *El Cronista*. Obtenido de <https://www.cronista.com/internacionales/a-100-dias-de-la-invasion-por-que-es-la-guerra-entre-rusia-y-ucrania-que-paso-en-2014/>
- Riquelme, M. (. (2016). Operaciones militares – Nuevas tecnologías de la información. *Las Redes Sociales: su influencia y necesidad de empleo en las Operaciones Militares en el Nivel Operacional. Estudio de caso: Operación Margen Protector*”. Argentina.
- Rivero, T. (7 de abril de 2022). Obtenido de <https://hipertextual.com/2022/04/rusia-ucrania-como-afectan-redes-sociales>

- Rodríguez, N. (30 de octubre de 2019). *Political Scientist*. Obtenido de <https://quixoteglobe.com/es/redes-sociales-como-herramienta-guerra-3-0/>
- Rueda García, J. J. (2017). *Dialnet*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=174426>
- Sandoval Castellanos, E. J. (4 de mayo de 2011). *Universidad Nacional Autónoma de México*. Obtenido de Revista Seguridad Universidad Nacional Autónoma de México: https://revista.seguridad.unam.mx/numero-10/ingenier%C3%AD-social-corrompiendo-la-mente-humana#_ftn1
- Tiempo Sur. (30 de marzo de 2016). *Tiempo Sur*. Obtenido de <https://www.tiemposur.com.ar/info-general/105997-la-influencia-de-las-redessociales-en-la-vida-cotidiana#:~:text=Las%20redes%20sociales%20producen%20que,interacci%C3%B3n%20personal%20cara%20a%20cara.>
- Uriarte, J. M. (09 de octubre de 2019). *Caracteristicas.co*. Obtenido de <https://www.caracteristicas.co/redes-sociales/>
- Vallejos, T. G. (2018). Trabajo Final del Master en Operaciones Contra el Terrorismo Yihadista. *Las Operaciones Basadas en Efectos en la lucha antiterrorista*.