

# Guerra digital

Muchas de las guerras modernas ya no se libran cuerpo a cuerpo sino en la esfera digital, las víctimas ya no son solamente civiles atrapados en medio de un conflicto armado sino la sociedad como conjunto que es bombardeada con las llamadas *fake news*

POR LUCÍA BURBANO

**D**ice Lisa-Maria Neudert, investigadora del Oxford Internet Institute, que la novedad no es la propaganda como herramienta de manipulación, sino que la diferencia con el siglo pasado radica en lo sencillo, rápido, global y económico que resulta crear una campaña que incline la balanza hacia uno u otro lado. Nuestros hábitos en Internet se han convertido en la nueva munición, ya que las pesquisas que realizamos en los buscadores y la actividad en las redes sociales permiten segmentar a los ciudadanos a partir de una serie de algoritmos\* que facilitan la labor de aquellos que buscan difundir información ficticia camuflada como real con el objetivo de desprestigiar a políticos e incluso a estados. De ahí que se haya acuñado el término posverdad\*.

## LOS ACTORES

La propaganda 2.0 nació alrededor del 2013, cuando el entonces jefe mayor del Estado Mayor de Rusia, Valery Gerasimov, publicó el artículo *El valor de la ciencia está en la previsión*, donde exponía una original táctica que se ha convertido en la nueva arma en esta guerra moderna: hackear\* al enemigo para lograr un ambiente de permanente inquietud y conflicto.

Mucho se ha escrito sobre las injerencias rusas en las elecciones presidenciales de Estados Unidos celebradas en 2016. Tras varias investigaciones, el Departamento de Justicia de Estados Unidos acusó formalmente a trece ciudadanos y a tres compañías rusas de difundir en las redes sociales mensajes políticos a través de bots\* que posaban como ciudadanos estadounidenses, de divulgar informaciones despectivas sobre Hillary Clinton y de apoyar a los candidatos Bernie Sanders y Donald Trump. El contenido generado por

los imputados se compartió 340 millones de veces y alcanzó a 19 millones de personas, según el reporte *Why Does Junk News Spread so Quickly Across Social Media* de la Knight Foundation

Y a pocas personas les resultaba familiar la consultora británica Cambridge Analytica hasta marzo de este año, cuando Christopher Wylie, su director de investigación, reveló que habían obtenido perfiles psicológicos de millones de usuarios sin su consentimiento mediante unos tests de personalidad realizados en Facebook con el propósito de mostrarles una serie de publicaciones en sus muros para influir en procesos electorales en India, Kenia y Estados Unidos, además del referéndum sobre la permanencia del Reino Unido en la Unión Europea.

“Es un arma que muchos estados están utilizando, unos con más escrúpulos que otros, y que habría que tratar como un problema serio. Que algunos países consideren razonable atacar las infraestructuras de otros o lanzar campañas de manipulación a través de la red supone algo muy serio, que es preciso elevar al estatus de conflicto internacional y elevar a los foros más importantes en este ámbito”, denuncia Enrique Dans, bloguero y profesor de Sistemas de Información en la IE Business School en Madrid.

## LOS CANALES DE DIFUSIÓN

Una infografía publicada por Hootsuite en febrero recoge que en el mundo existen 3 196 millones de usuarios activos en las redes sociales, es decir, un 42 % de la población mundial.

Según un estudio comparativo entre 26 países realizado por el Reuters Institute for the Study of Journalism de la Universidad de Oxford y publicado en 2017, el 51 %



de los usuarios de las redes sociales emplean estas plataformas como fuente principal donde abastecerse de la actualidad informativa. Otro estudio, en este caso del Massachusetts Institute of Technology publicado en marzo en la revista *Science*, concluyó que la información falsa circula seis veces más rápido que la veraz. Los investigadores estimaron que una noticia ficticia se disemina a 1 500 usuarios en 10 horas, mientras que una historia contrastada tarda unas 60 horas en alcanzar al mismo número de personas.

“Durante generaciones, hemos acostumbrado a la sociedad a que si algo estaba en letra impresa o salía en televisión, era confiable, y ahora nos encontramos con un porcentaje cada vez más elevado de personas que acceden a las noticias a través de herramientas como Facebook o Twitter, y con una indefensión de una sociedad que nunca ha desarrollado el pensamiento crítico”, explica Dans.

## LOS CONSEJOS

Conocedor de su papel como transmisor y tal vez para lavar su imagen tras una serie de escándalos de los que ha sido protagonista, Facebook activó el año pasado en España una herramienta; una señal en forma de “V” colocada junto a las noticias cuya veracidad esté en entredicho. Además, la red social más popular del mundo tiene disponible un decálogo en la sección ‘Servicio de ayuda’:

1. Verificar las URL (Localizador Uniforme de Recursos). Muchos sitios web falsos imitan el nombre de medios veraces. Esto sucedió con el Denver Guardian, diseñado para asemejarse al *Denver Post*, un diario legítimo de Michigan, estado que durante la campaña de las elecciones presidenciales de 2016 no estaba definido como demócrata o republicano y, por lo tanto, un objetivo para ambos partidos. Según una investigación sobre noticias falsas realizada por la Knight Foundation este año, el día antes de las elecciones se difundieron en este estado más noticias falsas que verdaderas con el fin de manipular al votante.
2. Comprobar que la persona que firma la noticia sea periodista, entrando en la sección ‘Quiénes Somos’ del medio en cuestión.



## El 51 % de los usuarios de las redes sociales emplean estas plataformas como fuente principal donde abastecerse de la actualidad informativa

Reuters Institute for the Study of Journalism de la Universidad de Oxford

### \*Glosario (Definiciones de la Real Academia Española)

**Algoritmo:** 1. m. Conjunto ordenado y finito de operaciones que permite hallar la solución de un problema. 2. m. Método y notación en las distintas formas del cálculo.

**Posverdad:** Distorsión deliberada de una realidad, que manipula creencias y emociones con el fin de influir en la opinión pública y en actitudes sociales.

**Hackear:** Acceder sin autorización a computadoras, redes o sistemas informáticos, o a sus datos.

**Bot** (diminutivo de robot): 1. m. Máquina o ingenio electrónico programable, capaz de manipular objetos y realizar operaciones antes reservadas solo a las personas. 2. m. Inform. Programa que explora automáticamente la red para encontrar información.

3. Similar a las fuentes citadas: ¿son personas reales?
4. Lo mismo con las documentales: ¿existen los reportes mencionados o los hemos visto en otros medios?
5. La redacción es otro elemento que puede darnos pistas. En este caso, debemos fijarnos si existen incongruencias gramaticales, ortográficas y de sintaxis así como titulares en formatos poco ortodoxos, como el uso de mayúsculas o signos de exclamación.
6. Los apoyos visuales también son útiles para descubrir la mentira, ya que a veces incluyen fotografías que no se corresponden con el texto o que han sido manipuladas con un programa de edición de imágenes.
7. Algo similar ocurre con el diseño y la maquetación de estos sitios; falta de alineación o desajustes.
8. Repasar las cronologías de las noticias porque a menudo no se corresponden o están plagadas de imprecisiones.
9. Distinguir entre portales reales de aquellos que difunden noticias con un tono de humor o de parodia.
10. Compartir solamente aquellas noticias que sepamos a ciencia cierta que son veraces.

Aunque bienintencionado, ejecutar estos consejos dependen del ojo humano, algo que para Dans explica que los rumores permanezcan en línea durante un tiempo. Además, hulla de que estas plataformas deban actuar como filtros. “Pueden llevar a cabo muchas acciones correctoras, como controlar, por ejemplo, la difusión de rumores, falsedades, o mensajes relacionados con el discurso del odio. Sin embargo, es peligroso confiar en las acciones de estas compañías, dado que hacerlo equivale a ponerlas en una posición de árbitros que no les debería corresponder, y menos cuando hablamos de cuestiones que tienen que ver con el pensamiento o la opinión”, afirma.

Por último; una reflexión: “La propaganda digital y las noticias falsas persistirán hasta que, como sociedad, seamos capaces de desarrollar mecanismos de pensamiento y razonamiento crítico, de introducirlos en el currículum educativo y de convertirlos en un cimiento de la interacción social”, concluye Dans. **CAMBIO**