

## **MASS Media y Conflictos Híbridos: el caso de la Guerra de la Información y la Revolución de Color**

Doctor Walter Fontana

*(Egresado de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, Argentina)*  
*Corresponding Author: Walter Fontana*

---

**Abstract:** El trabajo tiene como objetivo presentar el alcance de los mass media en el desarrollo de lo que se da en llamar los conflictos híbridos desde la óptica de teoría de la comunicación social, para lo cual se abordan dos casos identificados con esta tipología, por una lado la Guerra de la Información y por otro la Revolución de Color. El problema presentado por la investigación es la acción de las potencias hegemónicas a través de la noticia transnacional como un vector para construir mensajes que respondan a sus intereses, donde la globalización de la información mediática es un recurso para llevar adelante sus políticas.

**Keywords :** *Agenda, conflicto, frame, híbrido, noticia.*

---

Date of Submission: 08-03-2018

Date of acceptance: 24-03-2018

---

### **I. INTRODUCCIÓN**

El problema de la investigación es la acción de la Potencias hegemónicas a través de los medios de comunicación en lo que se da en llamar las Guerras Híbridos. El objetivo del trabajo es mostrar el alcance de la comunicación social en los nuevos conflictos y su proyección estratégica en las formas de hacer política durante la primera parte del Siglo XXI.

Para alcanzar la meta propuesta, en primer término, el trabajo aborda origen del concepto de Guerra Híbrida, su significado, una categorización de la misma y su relación con aspectos teóricos de la comunicación social. A continuación, se pasan a desarrollar ejemplos actuales a partir de las categorías antes mencionadas, teniendo como Corpus artículos periodísticos y trabajos desarrollados en diferentes Portales, Institutos y Diarios con sitios en Internet.

El cierre de la investigación presenta una conclusión a modo de reflexión sobre los conflictos recientes, sus actores y consecuencias en las formas de hacer política, donde la Comunicación Social en sus diferentes facetas, es el elemento a considerar.

La intención del documento es aportar aspectos teóricos que sirvan para entender los nuevos conflictos en desarrollo desde la óptica de la comunicación social, donde se borran los límites del empleo ético de los mass media como un recurso más del aparato bélico de las potencias hegemónicas.

#### **1. Etimología del nuevo conflicto y su relación de la teoría de la comunicación social**

La Guerra Híbrida (GH) indica un entorno bélico complejo: fuerzas regulares e irregulares, propaganda y ciberataques. Al respecto Peter Pomerantsev [1] indica: “Descrito por los estudiosos como 'híbrido', 'de espectro completo', 'no lineal' 'próxima generación', o 'ambiguos' -las variaciones en la descripción indican lo resbaladizo del sujeto - mezclan estos conflictos psicológicos, medios de comunicación, económica, cibernética, y las operaciones militares sin necesidad de una declaración de guerra”.

De acuerdo a Frank Hoffman [2] (2007: 14) se incorpora un abanico de distintas formas de conflicto<sup>1</sup>, incluyendo capacidades convencionales, tácticas y formaciones irregulares, actos terroristas que comprenden coerción y violencia indiscriminada y desorden criminal.

Para Román Ortiz [3] (2015: 131) la manera de comprender mejor el planteamiento es tomar en consideración dos tendencias que están afectando desde distintos ángulos la forma de los conflictos bélicos: la convergencia y la combinación.

Según Hoffman [4] (2007: 7) por convergencia se entiende como las diferencias entre ciertas categorías estratégicas, como ser estatal / no estatal, irregular / regular, terrorismo / crimen organizado, etc. que tienden a desdibujarse hasta dar lugar al surgimiento de amenazas de naturaleza nueva y mixta. Un ejemplo de convergencia esta en la capacidad militar de organizaciones religioso políticas armadas como Hezbollah.

Siguiendo con el mismo autor el concepto de combinación da la posibilidad de poner en práctica formas de guerra distintas e integrarlas. Un modelo de esta manifestación se observa en el conflicto de Vietnam

contra EEUU durante los 60 y 70 donde se desarrollaron acciones de regulares del Ejército de Vietnam de Norte e incursiones irregulares de la Guerrilla del Viet Cong.

La diferencia dentro del concepto de *Guerra Híbrida* (GH) es el nivel en que se produce la integración entre lo regular y lo irregular. Se pueden encontrar en ellas dos categorías según el Estado Potencia patrocinante – Rusia / EEUU -<sup>2</sup>. Desde esta óptica se encuentra la *Guerra de la Información* (GI) manejada desde Moscú a través de las "medidas activas" y por otro lado la "*Revolución de los Colores*" o "*Golpes de Estado Suaves*" organizados por EEUU.

Para el interés de la investigación los ejemplos a seguir en la GI rusa son las acciones en Ucrania en la secesión (2015), y las elecciones europeas durante el período 2016-2017. En lo referente a los Golpes de Estado Suave las acciones llevadas a cabo en Venezuela durante 2017.

En la *Guerra Híbrida* desde el juego de la Comunicación Política<sup>3</sup> [5] los Estados Patrocinantes son los actores principales. Para el caso, Rusia como potencia omnipresente y único actor estatal, y por otro lado EEUU y la *mediocracia*<sup>4</sup> [6] – que a diferencia del otro patrocinante, hay cabida para la acción de los intereses del mercado<sup>5</sup> -. Y son los medios<sup>6</sup> los que se presentan como espacio público e intervienen en la mediatización del discurso político a través de los actores antes mencionados. [7]

La noticia es el otro factor que entra a considerarse para transformar el acontecimiento devenido en conflicto desde las perspectivas narrativas que permiten una carga de subjetividad que garanticen un punto de vista y no otro.

Desde la óptica de Martini [8] (2002) los *relatos de control social* que genera un actor político - como elite gobernante – que se materializan a través de la noticia, *naturalizan el sentido* de las percepciones y el logro del consenso de una sociedad heterogénea, *la forma narrativa* de la elite hegemónica es un arbitrio para explicar y justificar una acción.

Según Luchessi y Cetkovich Bakmas [9] (2007: 252) la *multilogicidad*<sup>7</sup> presente en la noticia es un dispositivo de enunciación por el cual los medios radicalizan la heterogeneidad constitutiva del discurso, pero sin perder el pensamiento *único* que le permite materializar la unidad de pensamiento.

En esa diversidad de aspectos a tener en cuenta que aseguran el *pensamiento único* en el discurso mediático, se deben considerar los siguientes aspectos:

El contexto de globalización, desde la difusión de la noticia a partir de los conglomerados de massmedia que controlan el mercado cultural considerando: las metas y el alcance que tiene el Proceso de Globalización y los actores del sistema mediático que intervienen.

La construcción de la realidad a través de la noticia transnacional<sup>8</sup>

El manejo de las fuentes de información por cada medio y los alcances de las fuentes según la temática abordada.

La estrategia de los medios en la construcción de la identidad cultural que los representa, en estrecha relación con su *contrato de lectura*<sup>9</sup>. (Fontana, Walter [10] (2014: 102-103)

Estos componentes en apariencia dispares, están en íntima relación, por dentro y por fuera del discurso mediático. Y es el *pensamiento único* construido a través de la noticia transnacional la que genera el consenso que da la legitimidad necesaria a los Estado Patrocinantes.

Durante el desarrollo del siglo XXI se incorporan nuevos ámbitos al conflicto que desdibujan las barreras tradicionales como las acciones bélicas y el crimen organizado, la política y la violencia, y lo que interesa al trabajo: el borrado entre realidad y ficción en la construcción de la noticia, la aparición del pseudo acontecimiento a través de fuentes confiables, el falseamiento de fuentes con la presentación de noticias parciales, la relación redes sociales y la difusión de rumores, etc.

## **1.2. La Guerra de la Información, heredera de la era Soviética**

En la publicación rusa "*Operaciones de Guerra Psicológicas y de Información: breve Enciclopedia y Guía de Referencia*" indica que la Guerra de la Información "*es lábil y no se puede predecir de donde llegará el ataque y con qué armas*" [11].

En este tipo de conflicto no hay competencia entre propagandistas para ver a quien convencen, "*sino de influenciar las relaciones sociales y controlar las fuentes de reserva estratégicas*" [12].

En 1999 el ministro de defensa ruso Igor Sergeev propone explotar las formas revolucionarias y las direcciones asimétricas, a partir de ahí se inicia la idea de guerra no física. Para 2013 el objetivo es la mente de las personas a través de la combinación de campañas políticas, tecnología y de información, recurso que se dio en llamar *Psicoesfera* [13].

Anatoliy Nogovitsyn, ex Jefe Adjunto del Estado Mayor General de las Fuerzas Armadas de la Federación Rusa, define el papel de la información en la *guerra híbrida* de la siguiente manera:

*"La desorganización del funcionamiento militar, industriales y de servicios administrativos y de sistemas del enemigo son clave, y también el efecto de información psicológica sobre su liderazgo*

*político-militar, las tropas y la población con el uso de tecnologías modernas de información y medios*" [14].

Según Pomerantsev [15] (2017) la línea directriz rusa de la *Guerra de la Información* es el control reflexivo, para T. L. Thomas analista de la Agencia de Estudios Militares Extranjeros de EEUU implica "comunicarle a un adversario información preparada especialmente para inclinar su voluntad a tomar la decisión predeterminada que desea quien puso en marcha la acción".

Mark Laity es Director de Comunicación Estratégicas de la OTAN, y en un seminario de políticas de esta organización en Kiev durante 2007, indica que la resolución de conflictos en el mundo deben ser vistos como "un sistema de relatos dentro de un paisaje discursivo". Ese "paisaje discursivo" es el nuevo y desconocido campo de batalla donde la supremacía de la OTAN es irrelevante. Bajo esta situación queda en duda el alcance del Art. 5 del organismo donde no se evidencia un ataque a un miembro del mismo, su origen y menos su existencia.

### **1.2.1. Las medidas activas**

Para lograr sus objetivos políticos en el ámbito de la GH, Moscú actualiza el concepto de *medidas activas* (aktivnyye meropriyatiya) aplicadas a las operaciones destinadas a "afectar a otras políticas de las naciones, a diferencia de las operaciones de espionaje y contrainteligencia". No se está hablando de algo nuevo, son doctrinas de la era soviética que fueron evolucionando, y nacida la Federación Rusa, con la globalización de los medios de comunicación encontraron su tierra fértil.

Estas incluyen:

La desinformación escrita o hablada - Los esfuerzos para controlar los medios de comunicación en el extranjero - Uso de organizaciones de fachada - La radiodifusión clandestina - Chantaje, personal y económico - Operaciones de influencia políticos. [16]

Cuatro de estas medidas están destinadas a influenciar diferentes públicos blanco a través de los medios de comunicación. El control de los medios abiertos y otros que operan en forma clandestina están destinados a la difusión de la información, mientras el empleo de organizaciones de fachada son usadas para mostrarse como fuentes de información bajo cualquier cobertura. Por último, las operaciones de desinformación como acciones para la construcción de noticias tendenciosas son aplicadas para generar confusión o formar opinión según los intereses de la política.

De acuerdo a una audiencia en el Comité de Inteligencia de la Cámara de Representantes de los EEUU el 20 de marzo de 2016. Devin Nunes, el director republicano del Comité, abrió su discurso inicial describiendo cómo el Gobierno ruso había intentado influenciar elecciones en Occidente a través de una versión actualizada de una táctica de la KGB conocida como "medidas activas". [17]

A las antiguas *medidas activas* se agregan otros medios de información que aggiornan sus recursos estos son Internet y las Redes Sociales<sup>10</sup>.

La extensión del uso de medidas activas relacionadas con los medios es una de las principales diferencias entre la *guerra de información* soviética y la *guerra híbrida* rusa contemporánea.

En los enfoques utilizados por Moscú se incluyen muchos instrumentos relacionados con la manipulación de los medios de comunicación tales como el control general de estos en países foráneos, la falsificación total o parcial de historias de los medios que contienen verdad parcial o son mentira completa, la puesta en marcha de las organizaciones de medios fraudulentos en el extranjero, la explotación de los periodistas como colaboradores para influir en las políticas de la nación.

Una vez más la política y la comunicación social se cruzan en el conflicto sin necesidad de armas de fuego o acciones violentas.

### **1.2.2. Las herramientas de las Medidas Activas para la Federación Rusa**

Este recurso consta de tres herramientas que se complementan e interrelacionan: la desinformación (*deziformatsiya*), la combinación ("*kombinatsiya*") y el enmascaramiento (*maskirovka*).

Para Mira Milosevich-Juaristi [18] investigadora del Real Instituto Elcano, Rusia utiliza la desinformación (*deziformatsiya*) como práctica para "engañar y desorientar al oponente, influir en sus decisiones y socavar su eficiencia política, económica y militar." La desinformación, cuyo origen histórico está en la Rusia prerrevolucionaria, es un "método militar asimétrico e indirecto en la guerra híbrida que Rusia libra en Europa y EEUU." [19]

Milosevich-Juaristi escribió:

"Los instrumentos principales de todo tipo de desinformación rusa son los medios de comunicación convencionales como Sputnik (agencia estatal de noticias), televisiones nacionales, RT (televisión internacional, antigua Russia Today), el periódico Russia Beyond the Headlines (que se publica en español para los países hispanohablantes), los ataques cibernéticos y los Internet trolls, personas que publican noticias falsas y ofensivas en las redes sociales (facebook, twitter o páginas web fantasma).

*Las características comunes de los mensajes de la desinformación son la dificultad de averiguar la exactitud de los hechos que tratan, la falta de equilibrio en la presentación de la información (se insiste más en las debilidades del oponente que en la información de los hechos) y la ausencia de credibilidad de las fuentes elegidas (se introducen con un 'muchos dicen' o 'se habla de', o se inventa un acontecimiento falso como el caso de una niña rusa supuestamente violada por dos refugiados en Alemania)." [20]*

La *dezinformatsiya* tiene como objetivo sembrar confusión sobre el status de verdad. La intención es el sabotaje lingüístico a la infraestructura de la razón, todo argumento racional queda inmerso en la incertidumbre, lo que lleva a anular el debate y a no atribuir la verdad a ninguna de las partes [21] (Pomerantsev: 2016)

Siguiendo con Milosevich-Juaristi [22], aclara que los ataques cibernéticos por parte de Rusia, como el denunciado por las agencias de inteligencia de USA durante la campaña presidencial 2016 a favor de Donald Trump, no son solo "*dezinformatsiya*", sino que introducen una nueva dimensión en la guerra de información entre Rusia y Occidente, a la que llama "*kombinatsiya*" ("*combinación*": conjunto de operaciones complejas que integran varios objetivos e instrumentos).

PT28 es sinónimo de 'hacking' gubernamental de élite. Según expertos, este grupo de 'hackers' están a sueldo de los servicios de inteligencia del gobierno ruso y el nuevo instrumento de la política exterior rusa. [23]

Un ejemplo de la operación de "*combinación*" se observa en el accionar de la estación RT (Russian Today) en Europa durante el período de campañas electorales en 2016. Los analistas difieren drásticamente sobre su influencia al señalar su minúsculo rating. Pero hacer foco en los niveles de rating tal vez sea un error, según Peter Pomerantsev (2013), que hace tres años escribió un libro sobre el uso de la televisión como propaganda en Rusia. "*Acá lo que importa no es el rating. Estas son campañas de influencia financiera, política y mediática*"[24].

RT y Sputnik<sup>11</sup> impulsan operaciones generando información manipulada denominada en la jerga del periodismo "*carne podrida*", que luego usarán otros propagadores de noticias falsas sirviendo como medio de difusión de material hackeado que pueda valer al interés ruso, según Ben Nimmo, que estudia la cadena RT para el Consejo Atlántico<sup>12</sup>. [25]

Como corolario de la trilogía de las herramientas para la guerra de información rusa Vladimirov [26], vicepresidente del Colegio de Expertos Militares de Rusia, es una autoridad en *maskirovka*: el sello distintivo de la estrategia de guerra rusa. La palabra se traduce como "*algo enmascarado*" o "*un pequeño baile de máscaras*".

La "sorpresa" es el ingrediente clave de *maskirovka*, y las fuerzas clandestinas que ocuparon Crimea en febrero de 2016 ciertamente sorprendieron.

La "negación" es otro componente vital en *maskirovka*. [27] En una conferencia de prensa unos días más tarde de los hechos de Ucrania, Vladimir Putin eludió sin pestañear las preguntas incómodas sobre el origen de las tropas.

"*Hay muchos uniformes militares*", dijo. "*Entre en cualquier tienda y encontrará uno*". Sin dar ninguna pista con sus gestos, el presidente dijo que los hombres eran unidades de autodefensa locales.

Cinco semanas después, una vez que la anexión de Crimea había sido oficializada por el Parlamento en Moscú, Putin admitió que tropas rusas habían sido desplegadas a ese lugar. No obstante, la mentira había cumplido su propósito. *Maskirovka* se usa para hacer que los enemigos pierdan su equilibrio, para mantenerlos confundidos.

Después de Crimea vino la guerra en el Este de Ucrania. Oficialmente, no había tropas rusas, sólo voluntarios patrióticos que habían ido a la región de vacaciones. Pero según fuentes de la OTAN había cada vez más evidencia de la intervención de Moscú en el conflicto separatista, incluyendo el número creciente de soldados rusos caídos en combate.

En agosto de 2015, la televisión rusa transmitió imágenes que mostraban cómo cargaban camiones con agua y comida para bebés con destino a la zona de guerra ucraniana. El gobierno ruso dijo que se trataba de ayuda humanitaria pero despertó sospechas. La OTAN ya tenía mucha información sobre el traslado de fuerzas de artillería y defensa aérea rusas a Ucrania.

El general Gordon Davis, a cargo de las operaciones e inteligencia en el cuartel militar de la OTAN en Bélgica, describe el primer convoy como "*un ejemplo maravilloso de maskirovka*", pues produjo una tormenta mediática. Equipos de televisión lo siguieron tratando de averiguar qué había realmente adentro de esos camiones verdes del ejército que habían sido pintados de blanco.

"*Entretanto, todos los otros cruces fronterizos estaban controlados por los rusos, no los ucranianos, y estaban pasando equipos, personal y tropas*", señala Davis. Por ello, para él, el convoy fue una "distracción" ingeniosa. [28]

Esto permite apreciar que la combinación entre las medidas activas y las herramientas de la Guerra de la Información rusa actual, es un sistema eficaz de gestión y coordinación de la producción de falsificaciones y su difusión a través de las plataformas ya instaladas en diferentes países<sup>13</sup>. Desde lo político se manifiesta un

alto nivel de cohesión entre las *medidas activas* - a través de construcción de la información -, la formulación de políticas, acciones militares y encubrimiento diplomático de los acontecimientos.

### **1.2.3. Los indicios de la acción de las medidas activas en la GI del siglo XXI**

En recientes discursos del Presidente Putin queda al descubierto la importancia de la Información como un componente más de los cursos de acción de la Estrategia rusa (Yevhen Fedchenko: 2016) En la apertura de la radiodifusión en español de RT en Argentina, dijo:

*“El rápido progreso de los medios electrónicos ha sido noticia de informes de enorme importancia y lo convirtió en un arma formidable que permite manipulaciones de la opinión pública”* [29]

Moscú considera a tales manipulaciones no sólo como un instrumento importante para la realización de la política exterior, sino también como un instrumento para la realización o complementar la guerra militar. La doctrina militar de Rusia aprobada en diciembre de 2014 hace hincapié en la importancia de las tecnologías de la información y de las noticias de los medios de comunicación.

*“Hay una tendencia a desplazar los riesgos militares y amenazas militares para el espacio de la información”:*

*“El uso de tecnologías de la información y de la comunicación para los fines político-militares para tomar acciones que van en contra de la ley internacional, que está dirigido contra la soberanía, la independencia política, la integridad territorial de los Estados y la amenaza que presenta a la paz, la seguridad global y la estabilidad regional.”*

*“Actividades de información subversivas contra la población, especialmente a los jóvenes ciudadanos del Estado atacado, destinadas a socavar las tradiciones históricas, espirituales y patrióticas relacionados con la defensa de la Patria.”* [30]

Para entender mejor el alcance de las acciones rusas en momentos de conflicto relacionadas con los medios, se va a utilizar los materiales investigados por el proyecto de verificación de datos Stopfake.org que fue lanzado en marzo de 2014 en Kiev, Ucrania por estudiantes y ex alumnos de la Escuela de Periodismo Mohyla.

El objetivo principal de este proyecto es comprobar los hechos, verificar la información, y refutar la desinformación verificable sobre los acontecimientos en Ucrania descubiertos en los medios de comunicación. El equipo StopFake no representa ni se apoya en ningún partido político, organización comercial, o el gobierno de Ucrania y se centra en los estándares periodísticos de información.

Durante los años de su existencia Stopfake.org analizó, de hecho, comprobado y desacreditó más de 500 historias de los medios de comunicación rusos (que incluye televisión, medios impresos y de Internet, y medios de comunicación social, tanto bajo control gubernamental como privada)

Se pueden dividir las piezas comunicacionales en diferentes tipos y categorías en función de los temas de las falsificaciones, las formas de salida (texto, foto, video, meme); los destinatarios del mensaje: audiencia nacional de Rusia, Ucrania audiencia, Estados Unidos / Europa, resto del mundo / audiencia global.

Mediante el análisis de 500 artículos de desinformación desacreditado (falsificaciones) se pueden identificar 18 grandes temas relatos falsos formados por la propaganda rusa [31]:

Golpe de Estado y respaldado por Occidente - Ucrania como un 'estado fascista'- Ucrania como un 'estado fallido' - Rusia no es una parte de la ocupación / guerra - Ejército de Ucrania - Batallones de voluntarios - Las personas desplazadas internamente (PDI) y los refugiados a Rusia - La desintegración territorial de Ucrania - Las reivindicaciones territoriales de los países vecinos - La legitimación falsa de la anexión de Crimea y la ocupación de Donbass por gobiernos extranjeros, organismos internacionales o medios de comunicación extranjeros - La Guerra en Ucrania es en realidad llevada a cabo por los EE.UU., la OTAN o contratistas privados - El declive del apoyo occidental para Ucrania - Las organizaciones internacionales manipulados - Ucrania y la UE - La desintegración de la UE, la decadencia de los EE.UU. y Occidente en general - MH17 - SIDA / ZIKA / otras historias de enfermedades - Ucrania / Turquía / Siria / ISIS.

Los marcos más utilizadas después de la renuncia del Presidente Maidan en Ucrania eran *“el marco de golpe de Estado”* (sobre todo respaldado por Estados Unidos), *“El apoyado por Occidente a la tomar del poder”* y *“El fascismo como la definición de la ideología del régimen emergente en Ucrania”*.

Explica Mira Milosevich-Juaristi, que Rusia practica también la desinformación doméstica, dirigida a los ciudadanos rusos, cuyos mensajes principales son: [32]

*Rusia está amenazada por el Occidente hegemónico y decadente (la UE, EEUU y, sobre todo, la OTAN) que aspira excluirla del orden internacional.- El gobierno de Ucrania es 'fascista' y por lo tanto era necesario anexionar Crimea y apoyar a los rebeldes pro-rusos en Donbás, para proteger a los compatriotas.- En algunas repúblicas post-soviéticas la seguridad física y los derechos humanos de los rusos no están garantizados.”*

Los objetivos de la desinformación rusa a nivel doméstico son: [33]

*Crear un sentimiento antioccidental en los rusos.- Dividir la población en patriotas y traidores (para impedir la competencia política)- Elevar la importancia de los silovki porque velan por la seguridad del país (sigla que significa 'fuerza' y silovki son los que usan la fuerza: Ministerio de Interior, Servicio de Inteligencia, Policía y Guardia Nacional) - Evitar cualquier cambio político y fortalecer el poder del presidente Vladímir Putin y de un reducido grupo de personas cercanas a él.*

Además, Rusia implementa la desinformación para los vecinos -es decir, dirigida a los ciudadanos del espacio post-soviético de origen ruso y no ruso-. *"Los mensajes principales se centran en el tema de la ausencia de los derechos humanos y la inseguridad física de los compatriotas, y la disfuncionalidad de la democracia liberal"*, explica Mira Milosevich-Juaristi. [34]

La Unión Europea es presentada como una *"entidad política al borde del colapso y la desintegración, por ser incapaz de solucionar sus múltiples crisis."* La OTAN se muestra como *"una organización obsoleta que puede provocar la Tercera Guerra Mundial por su afán de expandirse hacia las fronteras de Rusia."*

El objetivo de esto es crear sentimiento de inseguridad entre las minorías rusas y con esto justificar la necesidad de protegerlos mediante intervenciones militares. Están los ejemplos de los casos de Georgia en 2008, Crimea en 2014 y Donbás en la actualidad.

Pero las acciones de la GI rusas no se limitan a acciones en conflictos armados, sino también a incurrir a *"situaciones de generación de conflictos"*. Con el ambiente euro escéptico propagándose a través del continente europeo, sumado al antecedente de que -según la inteligencia de USA- *"el Presidente Vladimir Putin ordenó una campaña de influencia en 2016 dirigida a la elección estadounidense"*. [35]

De acuerdo a la valoración de las Agencias del espionaje norteamericanas, *"los objetivos de Rusia eran socavar la fe pública en el proceso democrático en USA, denigrar a Hillary Clinton, lastimar su elegibilidad y potencial presidencia."* [36]

Mientras tanto, al otro lado del Atlántico, Alemania, Francia y República Checa, están atentos por temor a hackeos rusos y diseminación de noticias falsas que podría influenciar sus propios procesos. La Guerra Híbrida indica un entorno bélico complejo: fuerzas regulares e irregulares, propaganda y ciberataques.

La BBC publicó un trabajo hecho en colaboración con CrossCheck, un proyecto periodístico de First Draft News, que se dedica a verificar y desenmascarar historias falsas en torno a las próximas elecciones francesas. Aquí hay 5 noticias falsas que CrossCheck encontró hasta el momento:

1. *"Macron fue acusado de que Arabia Saudita estaba financiando su campaña."*
2. *"En octubre de 2005, las muertes de los adolescentes franceses Zyed Benna y Bouna Traore, llevó al país a un estado de caos y protestas."*
3. *"Se afirmó que el Estado iba a gastar 100 millones de euros en comprar hoteles para albergar inmigrantes."*
4. *"El 26/2/2017, desde una cuenta de twitter la candidata de extrema derecha Marine Le Pen había criticado el programa infantil "Masha y el Oso" porque supuestamente el personaje de Masha "usaba velo."*
5. *"Algunas websites francesas han presentado recientemente historias clamando que el Estado francés reemplazará 2 feriados nacionales con 2 feriados judíos y musulmanes."* [37]

El conflicto es a nivel global sin acciones armadas ni indicios del origen de los ataques que tienen como campo de batalla la Web y todo lo que en ella se desarrolla desde las redes sociales hasta las empresas y agencias gubernamentales, donde el arma es la información y los blancos diferentes audiencias categorizadas según los intereses de la política. Desde esta óptica los Estados – al igual que lo demostró Moscú – incorporan al componente estratégico la Información como un nuevo elemento a controlar.

### **1.3. Los elementos de control de la información**

La GH como conflicto, por más que no se manifieste como un hecho armado da pie para que los Estados organicen contramedidas más allá de las tradicionales militares y apelen a las acciones comunicacionales – entre otras-.

Para mayo de 2012 *"la UE (Unión Europea) y la OTAN (Organización del Tratado del Atlántico Norte) suscribieron una lista de 40 medidas para avanzar conjuntamente en la lucha contra la desinformación, los ataques cibernéticos y 'otras causas de desestabilización' (por ejemplo, la financiación de partidos políticos europeos por el Kremlin) de las sociedades occidentales"*, explica Mira Milosevich-Juaristi, en un artículo aparecido en el portal de la institución.

En 2014 Estonia pasa a la OTAN y se crea el *proyecto e-Stonia*, un medio de Internet libre como un recurso de manejo económico, educativo y social con el objetivo de alejarse de la influencia de Moscú. A pesar de las medidas del gobierno, en mayo de 2017 el sistema bancario estonia sufrió un ciberataque de origen desconocido que dejó offline el sistema.

El año electoral en Europa – 2016 y 2017- dio pie para organizar medios para contrarrestar el ataque a diferentes centros de Información. A fines de 2016, el Gobierno de la República Checa creó una unidad contra

las noticias falsas, en un intento por luchar contra ellas -en especial la propagación de falacias en relación a los inmigrantes originarios de países de la Ex URSS -. La nueva unidad se llama Centro contra el Terrorismo y Amenazas Híbridas y pertenece al Ministerio del Interior. Lo que los especialistas de este Centro hacen es examinar la desinformación e intentar contrarrestarla desde una cuenta de Twitter y una nueva sección en la Web del Ministerio de Interior dedicada a transmitir la visión gubernamental. El centro también forma a funcionarios para eludir el chantaje y resistir las presiones del extranjero. [38]

En EEUU Rick Stengel (Ex Director de la Revista Time) es Subsecretario de Diplomacia Pública del Estado y responsable de dar respuesta a las Operaciones de Información rusas. Desde el punto de vista de este funcionario el relato paciente y basado en hechos incontratables es el que gana la batalla. Desde la anexión de Crimea, el equipo de Stengel ha compilado una serie de hechos que circulan en las redes sociales como una manera de contrarrestar la desinformación del Kremlin: una especie de versión oficial del gobierno norteamericano del sitio Web ucraniano StopFake.

Pero con el accionar de Rusia no se terminan las acciones que se desarrollan en la *psicoesfera*, en Asia China desarrolla un accionar psicológico y legal para potenciar su reclamo sobre el Mar de China Meridional. En un informe llamado “China: las Tres Guerras”, encargado por el Pentágono a la Universidad de Cambridge a un grupo de académicos liderados por el científico Stefan Halper, destaca que “*La nueva guerra del siglo XXI es guiada por una nueva y vital convicción: que el relato ganador puede ser más importante que el ejército ganador*”. [39]

#### **1.4. Revoluciones de Colores**

Durante el año 2000 y el 2005, el espacio euroasiático experimentó una ruptura en varios de los gobiernos catalogados como autoritarios o semi autoritarios gracias a una serie de protestas pacíficas encabezadas por movimientos sociales de base estudiantil y encaminadas a reclamar la instauración de un régimen democrático, la implantación del modelo liberal y el afianzamiento de la independencia nacional. Estas manifestaciones fueron bautizadas con el nombre de *Revoluciones de Colores*<sup>14</sup>. [40]

Todas las *Revoluciones de Colores* fueron causadas, o están conectadas, con procesos eleccionarios y por ende también se conocen con el nombre de *Revoluciones Electorales*. En la mayoría de los casos, su momento más álgido está directamente relacionado con la perpetración de fraude en las elecciones, y una fuerte presión para exigir la celebración inmediata de nuevos comicios, a través de los cuales legitimar a nuevos líderes políticos.

Sin embargo, no todos los movimientos sociales que desafiaron a los gobiernos semi o autoritarios del espacio euroasiático a comienzos del Siglo XXI, lograron que estos colapsaran y se vieran obligados a celebrar, en la mayor brevedad posible, elecciones libres y competitivas. Este fue el caso del YOX (No) de Azerbaiyán, del ZUBR (Visión) de Bielorrusia y de los movimientos de Armenia, Moldavia y Uzbequistán, cuya actividad fue reprimida por los organismos del Estado.

Por el contrario, el OTPOR (Resistencia) de Serbia (2000), el KMARA (Suficiente) de Georgia (2003), el PORA (Ya es hora) de Ucrania (2004) y el KELKEL (Renacimiento y brillo de Dios) de Kirguistán (2005) tuvieron éxito en sus principales estrategias de acción implementadas por dichos movimientos, dentro de las que se cuentan: el establecimiento de lazos con múltiples actores de Occidente, el desarrollo de una campaña informativa y de educación electoral, el monitoreo de las elecciones y la movilización frente al fraude electoral, todo esto bajo el marco de la no violencia.

A partir de 2009 con la Revolución Verde en Irán se incorporan las redes sociales como recurso central de difusión y elemento principal de presión al régimen oficial, y desde 2010 hasta 2014 se inicia un segundo ciclo de esta tipología de *Guerra Híbrida* con un fuerte componente mediático, hay una variable en el accionar que va de la actitud pacifista a la insurrección armada y por último se materializa un cambio de régimen con la consecuente parálisis política derivada a un estado fallido.

Ejemplo de esto se ve en Túnez (2010) y Libia/Egipto (2011) en la Primavera Árabe, Hong Kong (2014) en la Revolución de los Paraguas, actualmente en Venezuela que es el punto a tratar desde la óptica de la comunicación.

El analista ucraniano Rotislav Ishchenko (2016) en su artículo “Datos para entender el golpe suave que enfrentamos” presenta cinco fases para el desarrollo en lo que da en llamar “*Golpes Suaves*”, “*Revolución de los Colores*” a lo que le suma una escala de intensidad del conflicto:

En las fases se distinguen, el ablandamiento, la deslegitimación, el calentamiento de la calle, la desestabilización y por último la fractura institucional.

En lo que es la intensidad del conflicto se presentan las marchas, las protestas, los disturbios y ataques a edificios administrativos, los enfrentamientos contra cuerpos de seguridad, la declaración de estado de emergencia, la supresión de fuerzas policiales y de seguridad y por último el conflicto armada generalizada. [41]

Las “*Revoluciones de Color*”, que en su mayoría se destacan por su discurso pro occidental, son consideradas por muchos expertos y políticos como un mecanismo de injerencia extranjera indirecta, a través de

la cual las potencias occidentales buscan cambiar a los líderes poco tratables por otros, más obedientes a sus intereses.

Desde la percepción de Ishchenko las "*Revoluciones de Color*" son consideradas por muchos Estados como amenazas externas, no internas. Tiene características de agresión militar, por lo que su contrarresto es trabajo de militares.

Estos elementos de la Guerra Híbrida (que Ishchenko también llama "*golpes de color*") resultan menos costosos para los Estados en confrontación, sobre todo si tienen capacidad nuclear de ataque.

En todo caso, estos "*Golpes de Color*" se prefieren a la confrontación militar directa porque son una respuesta política a ese callejón sin salida que es la guerra entre superpoderes.

Llama la atención la similitud que guardan las revoluciones organizadas en América Latina, los países árabes y Ucrania. En el programa de RT 'Golpes exportados' Jelena Milincic [42] expone pruebas y argumentos sobre la acción de EE.UU.

Según afirma RT [43] entre las organizaciones que ayudan a organizar esas revueltas en Latinoamérica se destaca la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID, por sus siglas en inglés). Numerosas pruebas relacionan a la USAID con la organización de las "*Revoluciones de Color*" y los golpes de estado en Cuba, Venezuela, Ecuador, Bolivia y Nicaragua.

Entre los más importantes antecedentes de la USAID [44]:

En Venezuela – según WikiLeaks -,Canvas (el nuevo movimiento Otpor) dedicó muchos esfuerzos a desestabilizar y derribar al régimen de Hugo Chávez en Venezuela.

En Bolivia la USAID fue la primera organización que invirtió en descentralización y en los partidos opositores en Bolivia buscando fomentar el separatismo, apoyar a los partidos de oposición, así como la infiltración en la comunidad indígena.

En 2007 USAID invirtió dinero en partidos políticos, organizaciones y proyectos para fortalecer gobiernos regionales y desestabilizar de esa forma al gobierno central.

Paralelamente a los acontecimientos en Bolivia, Ecuador era escenario de una lucha entre los autonomistas y el Gobierno. La oposición ecuatoriana recibió gran apoyo desde EE.UU. y de los movimientos derechistas de Europa Occidental. Además, la USAID ha financiado la municipalidad opositora de Guayaquil, al igual que la propaganda de la '*autonomía regional*' en los medios de comunicación.

A las claras USAID no actúa solo con recursos económicos, sino también con medios de difusión de sus propuestas, la presencia mediática es una necesidad.

Un "*Golpe de Color*" se da cuando una fuerza externa está interesada en tomar el control de lo que Ishchenko llama "*Estado-víctima*". "*Los golpes de color son imposibles sin interferencia externa*". [45]

Usualmente es fácil de identificar quién es el "*Estado-agresor*", y éste siempre argumenta su interferencia en los asuntos internos del "*Estado-víctima*" usando excusas humanitarias y la protección de los derechos humanos. Esto se ve claramente en el contexto venezolano: el Decreto Obama fue firmado bajo el pretexto de los derechos humanos que refiere el analista, y esa misma orden ejecutiva se renueva cada año con la pretensión de aplicar nuevas sanciones contra Venezuela. [46]

Sin embargo, el agresor necesita legitimar sus acciones a los ojos de la comunidad internacional, dice Ishchenko. Para ello trata de obtener mandatos para interferir a través de la ONU u otros organismos multilaterales, y así conformar una coalición internacional de docenas de países para enmascarar su agresión bajo el objeto de inculpar al "*Estado-víctima*" de "*régimen dictatorial*" a las normas internacionales.

Esto último limita el tipo de país que puede implementar los mecanismos de los "*Golpes de Color*". El "*Estado-agresor*" no sólo debe tener una superioridad militar sobre el "*Estado-víctima*", sino que debe tener suficiente influencia política y diplomática para encubrir su injerencia. Por ello, se ha usado a la OEA -con sede en Washington- como pivote regional para intentar imponer la mentada coalición internacional.

El "*Golpe de Color*" es cuidadosamente planeado y preparado. El escenario ideal comprende la inmediata capitulación por parte de quienes tienen el poder político en el "*Estado-víctima*". Cuando esto no sucede, se usan los métodos de "*protestas pacíficas en la calle*". Si esta presión "*pacífica*" no funciona, se cambia a la fase de levantamiento armado. Si la opción armada no se traduce en "*cambio de régimen*", el próximo escenario es la guerra civil. [47]

#### **1.4.1. El Golpe a la Revolución Bolivariana**

Para febrero de 2017 los medios de la oposición - El Nacional, El Universal, Últimas Noticias, Tal Cual, El Nuevo País y 2001 en prensa, más Venevisión, Televen y Globovisión en TV – dan pie a la difusión de la disidencia estudiantil universitaria – en su mayoría – a lo que consideran la represión, los atentados a la libertad de expresión y la crisis de los medios, al tiempo que justificaban o solapaban la violencia presente en las protestas callejeras.

Como el sector más activo y sensible a movilizar, los estudiantes representan la figura mediática sobre la cual se construye el argumento para la necesidad de un cambio. Desde esta posición se lanza la fase de *desprestigio* al gobierno reforzándose con acusaciones relacionadas a las protestas estudiantiles y sus consecuencias:

“Suspendidas actividades académicas universitarias hasta el lunes” (32%) - “Solicitan a la OEA consejo permanente por actos violentos del 12F” (14%) - “Falta de divisas para insumos de la salud” (14%) - “Sectores políticos quieren caos” (7%) - “Denuncian maltrato en cárceles” (7%) - “Destaca papel represivo de colectivos” (7%), y otras afirmaciones, son utilizadas para satanizar al gobierno. [48]

A través de las pantallas de Globovisión, Televen y Venevisión durante la transmisión de las movilizaciones estudiantiles en reiteradas ocasiones se presenta el uso de la frase “*va a caer, este gobierno va a caer*” para referirse al gobierno en un 39% del tiempo destinado al Gobierno Bolivariano, y en un 25% de las ocasiones se afirma que “*este gobierno no respeta el derecho a la vida*”. [49]

En la evolución de los hechos, las acciones de los medios contrarios a la gestión revolucionaria construyen escenarios informativos sobre noticias que hacen a la agenda social del venezolano en este caso el tema fue la economía:

“Escasez se ubicó en 28%” (21%) - “Suspenden remesas a Colombia” (17%) –noticia que omite la resolución del gobierno de realizar las remesas familiares en pesos colombianos, y no en dólares– - “Inician fiscalizaciones” (13%) –en el marco de la aplicación de la Ley de Costos y Precios Justos, la cual, es rechazada por el empresariado venezolano, por significar ésta un freno al abuso de estos sectores –. [50]

La intención de estos medios de hacer coincidir la agenda mediática con la social a través de la presentación de insatisfacciones sociales que dejan al descubierto la incapacidad del gobierno para solucionarlas, da pie para que actores políticos de la oposición salgan al ruedo en la TV privada como pieza fundamental para la guerra mediática que se está desarrollando, para lo cual en sus argumentos se identifica:

Un 31% se intenta movilizar al pueblo a unirse a las protestas estudiantiles. - Un 28% se intenta reforzar las acciones de los dirigentes de la oposición. - Un 19% de las alocuciones pretenden responsabilizar al gobierno de la matriz del colapso nacional que pretenden instalar en el público. - Un 12% de las ocasiones criminalizar al gobierno. - Un 10% colectivizar intereses en contra del mismo. [51]

Este es el momento donde se visualiza el pasaje de la fase de *desprestigio* del gobierno bolivariano al de *movilización* en las calles, y por otro lado deja ver como la acción de los estudiantes fue un artilugio para que el sector político contrario al gobierno justifique una necesidad de cambio a través de su principal herramienta: los medios de comunicación.

La estrategia de persuasión para los diferentes públicos blanco en un 53% de las veces es el de “*ilegitimar al gobierno*” o el de “*responsable del ambiente de caos*”. El otro 47% de la estrategia argumentativa se destina a colectivizar los intereses de la oposición y hacer legítimas sus acciones.

En cuanto a la cobertura mediática:

La TV con casi once horas de exposición en pantalla presenta en primer lugar las movilizaciones estudiantiles (61%), el segundo tema es la crisis nacional (10%), y en los últimos lugares los planes de seguridad desarrollados por el Estado (4%) y la invitación al diálogo nacional (3%).

En lo referente a la prensa gráfica venezolana las noticias sobre política nacional desaparecen casi del todo. Sólo un 1% del centimetrage del cuerpo de política se dedica a la misma. En contraposición a esto, las protestas estudiantiles son cubiertas con un 45% del espacio, y la crisis con los medios de comunicación privados y la MUD – el partido que agrupa la oposición venezolana - se llevan el 13% cada uno. [52]

Pero la acción comunicacional no se le limita al ámbito local, su difusión por los canales internacionales afines al paradigma de valores democráticos que se enuncian desde EEUU, Europa y los países latinoamericanos alineados (en todos los sentidos) con esta noción de “*democracia*” tienen objetivo obtener consenso para apoyar una necesidad de “*cambio de modelo*”.

Estos movimientos de resistencia tienen como base los medios de comunicación y las redes sociales que operan como herramientas de la acción política. En la estrategia de la acción mediática se contempla en primer lugar la existencia de diferentes públicos blanco y la identificación del consumo mediático de cada uno de ellos. Destacando que para el caso de Venezuela se considera no solo el público local, sino en especial, al resto de Latinoamérica a fin de evidenciar el fracaso del populismo.

La acción coordinada de medios locales y periféricos – si consideramos al resto del continente – no se ejecuta sin la complicidad que encierra el interés político sino también el económico, de ahí la importancia de evaluar la acción de la *mediocracia internacional*.

A la estrategia discursiva de las herramientas mediáticas – medios de comunicación y redes sociales – se le suma la capacidad de impacto de la imagen y la fugacidad de la noticia que hace difícil comprobar la autenticidad de la fuente.

En el caso venezolano, la protesta estudiantil legitima el discurso de la oposición al régimen bolivariano, respaldado por las imágenes de violencia y caos generalizado.

## II. CONCLUSIÓN

La Guerra Híbrida en la categorización identificada no se realiza sin la acción de patrocinantes con capacidad diplomática y militar, y siempre comprende intereses políticos y económicos donde la acción comunicacional – medios de comunicación y redes sociales – son herramientas para imponer una naturalización del sentido hegemónico en la percepción de los acontecimientos a los diferentes públicos blanco.

La acción directa de los agresores por más que son fácilmente identificables, es difícil de comprobar – en la mayoría de las situaciones –, como es el caso de la desinformación en las campañas electorales en Europa 2016 – 2017 y en las de EEUU 2016, a las que se suman campañas de rumor y otros artilugios que dificultan la veracidad de la información y la autenticación de las fuentes que generan la noticia. O en algunos casos se siembra la duda como la secesión de Crimea o las movilizaciones en Venezuela.

A diferencia de las contiendas convencionales, la nueva generación de conflictos puede actuar en el mismo ámbito de las Potencias Patrocinantes, de esta forma los Estados consideran una nueva forma de encarar una política de defensa por fuera de la acción armada. Un ejemplo es la relación de Donald Trump con Rusia y el conflicto generado con el FBI durante el corriente año, y las movilizaciones contra la corrupción del gobierno de Putin en Moscú y otras ciudades de ese país en mayo y junio de 2017.

En todos los escenarios problemáticos la intención es explotar necesidades insatisfechas en públicos blanco sensibles a ellas, y en caso de no haber, generarlas.

En situaciones conflictivas los movimientos estudiantiles son ideales para movilizar a la sociedad ante demandas políticas que exijan castigo a la corrupción y afianzamiento a las libertades, mientras que la generación de pseudo-acontecimientos es un arbitrio para desatar prejuicios latentes.

La elección de los medios como mecanismos generadores de conflicto tiene sentido considerando la globalización de las comunicaciones y la polarización en la propiedad de los mismos creando más de una percepción en la construcción de sentido del discurso en un espacio público mediático, donde los actores políticos en disputa compiten por imponer no solo una agenda mediática con asuntos de interés sino también los atributos del contenido.

Estos atributos o marcos de agenda – frames- son los que identifican, jerarquizan y califican el problema como conflicto, pero lo más importante: sugieren los cursos de acción para la solución del mismo según los intereses de los patrocinantes.

De ahí que este tipo de conflicto apunta en hacer coincidir las necesidades insatisfechas manifiestas en la agenda social de los diferentes públicos blanco con la agenda mediática presentada en los medios a disposición de los Estados interesados.

Según Perterson (1980) [53] los medios y su proyección global ofrecen su espacio simbólico y virtual para la relación entre política y ciudadanía, construyen ese espacio y se constituyen como canales de comunicación privilegiados entre las elites políticas que difunden su discurso con la pretensión de imponerlo, y las audiencias que perciben y decodifican sus contenidos. El efecto *mediocracia* en la relación medios–gobierno como un recurso para la implementación de políticas de alcance global que apunte a la búsqueda de consenso.

La noticia – como vector que difunde el problema- por su alcance trasciende lo local, pasa a convertirse en transnacional, con particularidades que la hacen propia, en especial en situaciones de crisis que traen aparejado un conflicto, sin importar la escala en la que se encuentra.

En estas circunstancias la construcción de la realidad a través de la *noticia transnacional* – normalmente – exige una cuota de ambigüedad que asegure la verosimilitud de la noticia como acontecimiento. Bajo esta condición se apunta a presentar ante la sociedad el *qué* y no el *porqué*.

La presentación del *qué* en la noticia transnacional se hace en una relación culpables–víctimas que asegure el consenso en la futura materialización de cursos de acción políticos. La noticia del conflicto se reduce a la lógica del enfrentamiento propia de la dramatización que exige la sociedad del espectáculo para captar la atención del público. (Fontana, W., 2017: 110) [54]

Pero la noticia no es la única variable en este tipo de conflicto, la relación con las fuentes de información es el nuevo factor que contribuye a la desinformación y no desde los medios, sino desde donde se genera la misma. Los medios en muchos casos no están preparados para validar la existencia de la fuente y menos aún la exactitud de la información.

El empleo de la noticia transnacional es el recurso que garantiza por un lado dar legitimidad al discurso político del patrocinante, y por otro lado asegurar mantener vigente el concepto de pensamiento único.

El conflicto híbrido es una nueva forma que permite enfrentar en forma directa a los grandes bloques de poder, sin el costo económico y militar de la guerra convencional. No hay límites en el tiempo y en el espacio, teniendo el recurso de la acción mediática como factor común no hay mucha diferencia entre las

acciones de las llamadas Guerras de la Información rusas con sus medidas activas y las llamadas Revoluciones de Colores o Golpes Suaves.

La combinación medios-fuentes y su relación con los patrocinantes – sean los mencionados o los que se vayan sumando – son el nuevo desafío de la política en la determinación de conflictos, donde las armas no son la amenaza manifiesta. Bajo ese contexto desde la política no es conveniente hablar de *guerra*, sino más bien de *conflicto*, de ahí Conflictos Híbridos cuando lo privado se mezcla con el poder estatal, y los ámbitos atacados no son los militares.

La Comunicación ya forma parte de las formas de hacer política, y por tanto un nuevo componente estratégico de los Estados. Esto deriva a la necesidad de organismos de control para este tipo de conflicto.

### III. NOTAS ACLARATORIAS

1. En el texto original del autor figura “guerra”, pero las nuevas formas de percepción de estas acciones por su complejidad se las prefiere calificar con un concepto más preciso: “conflicto”.
2. Con esta categorización se parte de la visión bipolar del poder mundial, en lo que se considera un relanzamiento de un segundo período de la Guerra Fría con nuevos componentes en el conflicto.
3. Para Wolton (1998) la comunicación política es un espacio público mediatizado por la influencia de los medios de comunicación, en el que concurren los discursos de políticos, de periodistas y la opinión pública, esto es, entre información, política y opinión pública. Esta confrontación es motivada por el interés de los tres grupos de actores por controlar el proceso de establecimiento de la agenda. Esta situación no es equilibrada sino que está en un constante juego de supremacía por la acción de los actores.
4. Danny Schechter (2004: 38) dice “vivimos en una época de políticas mediáticas, gobernados no solamente por políticos, sino por lo que resulta ser una “mediocracia”, una relación de mutua dependencia entre los medios y los políticos, un nexo de poder en el que los líderes políticos utilizan la difusión mediática para formar opinión e impulsar políticas”.
5. Desde esta óptica la información tiene valor de cambio, por cuanto responde a intereses no solo políticos sino económicos.
6. Jean Mouchon (1999) al hacer referencia a la comunicación política, indica que la mediatización del discurso en el espacio público, es el debate de la agenda sobre los temas que interesa a sociedad, en los medios identificados como el espacio que sirve a la difusión del discurso político.
7. Los términos multilogicidad y polifonía regulada se tomados como sinónimos.
8. Se considera Noticia Transnacional por presentarse en un contexto de globalización de la información, inscrita en una sociedad mediatizada construyendo la identidad cultural a través de los medios. No requiere del filtro de los criterios de selección, particularidad que se manifiesta en los hechos de conflicto, en especial si se trata de noticias que trascienden lo local.
9. Contrato de lectura es aquel acuerdo implícito que un medio tiene con su audiencia, el cual se rompe cuando este, a través de su discurso, no responde a los parámetros que su público espera.
10. En el trabajo no se va a desarrollar el tema referente a redes sociales, la investigación su eje en medios de comunicación social y la noticia.
11. Agencia de noticias estatal rusa.
12. Con sede en Bruselas, Bélgica, el Consejo del Atlántico Norte es la más alta autoridad de la OTAN
13. Estas operaciones militares no son nuevas, durante la Segunda Guerra del Golfo en marzo de 2003, las tropas norteamericanas mostraron al mundo en directo el desembarco de tropas en un lugar del Golfo Pérsico a través de las redes mundiales de TV. Pero ese ataque no iba a ningún lado, la verdadera ofensiva se llevaba a cabo por el interior del continente. Estas acciones para la doctrina militar norteamericana reciben el nombre de CC&D, por las siglas en inglés para encubrimiento, camuflaje y engaño.
14. El nombre de estos movimientos proviene de Gene Sharp, filósofo, político, profesor y escritor anticomunista estadounidense, autor de los libros “La política de la acción no violenta” y “De la dictadura a la democracia”. Según Sharp, para poder llevar a cabo dichas revoluciones hay que tener en cuenta una simple idea: que el poder del gobierno se apoya en la obediencia de los ciudadanos a los órdenes de los dirigentes, por lo cual, si no hay obediencia, los líderes no tienen poder.

### REFERENCIAS

- [1]. Yevhen Fedchenko, La propaganda del Kremlin: Medidas activas soviéticas por otros medios. Revista de Estudios Militares, la revista del Colegio Nacional de Estonia Defensa (ENDC), 21/03/2016. Disponible en: <http://www.stopfake.org/en/kremlin-propaganda-soviet-active-measures-by-other-means>
- [2]. Frank, Hoffman, Conflict in the 21th century: the rise of Hybrid Wars. Potomac Institute for Police Studies, Arlington. En Eissa Sergio (Ed.) Definiendo la guerra del futuro: ¿reciclando los clásicos? (Buenos Aires, Argentina: Cuaderno de Marte. Año 2, Nro 3, 2012, 125 - 148). Disponible en:
- [3]. [http://webiigg sociales.uba.ar/revistacuadernosdemarte/nro3/3\\_eissa.pdf](http://webiigg sociales.uba.ar/revistacuadernosdemarte/nro3/3_eissa.pdf)
- [4]. Román Ortiz, El concepto de guerra híbrida y la relevancia para América Latina. Revista Ensayos Militares Vol. 1, Nro 2. Centro de Estudios Estratégicos de la Escuela de Guerra de Chile, 2015, 131 - 148.
- [5]. Dominique Wolton, Las contradicciones de la comunicación política, en Jean Mouchon, André Gosselin, Gilles Gauthier (Ed.) Comunicación y Política. (Barcelona, España: Editorial Gedisa, 1998).
- [6]. Danny Schechter, Las noticias en tiempos de guerra. (Barcelona, España: Comunicaciones, 2004)
- [7]. Jean Mouchon, Política y medios. (Barcelona, España: Gesida, 1999)
- [8]. Stella, Martini (2002) Agenda Atributiva. Apuntes de la Cátedra de Teoría de la Comunicación II, Facultad de Comunicación Social – UBA, Buenos Aires, 2002.
- [9]. Lila Luchessi y Cetkovich Bakmas, Punto ciego, en Luchessi y Rodríguez (Ed.) Fronteras globales. Cultura, política y medios de comunicación. (Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones, 2007).

- [10]. Walter Fontana, El discurso de EEUU y los diarios latinos. El caso nuclear iraní. (Saarbruken, Alemania: Editorial Académica Española., 2017)
- [11]. El laberinto de espejos del Kremlin. Diario La Nación 29/11/ 2016. Disponible en esta dirección: <https://www.pressreader.com/argentina/la-nacion/20161129/281814283473581>
- [12]. Mentiras Verdaderas: Elecciones en Europa y "dezinformatsiya" rusa. Portal Total News 24/03/2017. Disponible en esta dirección: <https://www.totalnews.com.ar/index.php/internacionales/3440-mentiras-verdaderas-elecciones-en-europa-y-dezinformatsiya-rusa>
- [13]. Steven Erlanger , RT, La cadena de noticias rusa que es más comparada con la KGB que con la BBC, Diario La Nación, Suplemento The New York Times 11/03/17. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/autor/Steven-Erlanger-934>.
- [14]. Lucy Ash, El baile de máscaras con el que Rusia confunde al enemigo, Diario La Nación 08/02/15. Disponible en: [www.lanacion.com.ar/autor/lucy-ash-6873](http://www.lanacion.com.ar/autor/lucy-ash-6873).
- [15]. Aimee Rinehart. "CrossCheck Newsroom comienza a combatir información falsa en Francia". Portal First Draft 28/02/2017. Disponible en: <https://firstdraftnews.com/crosscheck-starts/> .
- [16]. "Revoluciones de colores". Portal RT – Russian Today - 06/03/2015 Disponible en: <https://actualidad.rt.com/actualidad/168235-revoluciones-colores-golpe-estado>.
- [17]. Rostislav Ishchenko, Nueve tesis sobre las guerras que nosotros estamos engendrando. Portal E-News 28/04/2016. Disponible en <http://www.e-news.su/mnenie-i-analitika/111767-devyat-tezisov-o-voynekoruyu-my-vedem-rostislav-ischenko.html>
- [18]. 'Golpes exportados': EE.UU. y su papel clave en medio siglo de revoluciones. Portal RT – Russian Today – 14/03/2014. Disponible en <https://actualidad.rt.com/actualidad/view/122323-revoluciones-eeuu-golpes-estado>
- [19]. Claves para entender el golpe suave que enfrentamos. Portal Mision Verdad 10/05/2017. Disponible en: <http://misionverdad.com/trama-global/claves-para-entender-el-golpe-suave-que-enfrentamos>
- [20]. La maduración de un golpe mediático (análisis de matrices). Portal Misión Verdad 18/02/2014: Disponible en: <http://misionverdad.com/la-guerra-en-venezuela/la-maduracion-de-un-golpe-mediatico-analisis-de-matrices>
- [21]. André Gosselín, La comunicación política, en Gauthier, Gilles, Gosselin y Mouchon (Ed.) Comunicación y política. (Barcelona, España: Gedisa, 1998).

Walter Fontana "MASS Media y Conflictos Híbridos: el caso de la Guerra de la Información y la Revolución de Color." IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS). vol. 23 no. 1, 2018, pp. 01-12.