

Para citar este artículo: Sapag, P. (2023). Oportunidades y riesgos de colonizar el periodismo con vieja propaganda que circula por las NTIC: del caso de Siria a Ucrania. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 16(2). <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.12376>

OPORTUNIDADES Y RIESGOS DE COLONIZAR EL PERIODISMO CON VIEJA PROPAGANDA QUE CIRCULA POR LAS NTIC: DEL CASO DE SIRIA A UCRANIA

Opportunities and Risks of Infiltrating Journalism with Old Propaganda Circulating through NICT: From Syria to Ukraine

Oportunidades e riscos de colonizar o jornalismo com velha propaganda que circula pelas NTIC: do caso da Síria à Ucrânia

Pablo Sapag M., *Universidad Complutense de Madrid (España)*
pvsapag@pdi.ucm.es, <https://orcid.org/0000-0001-7169-0166>

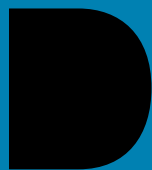
Recibido: 14 de agosto de 2022

Aprobado: 21 de diciembre de 2022

Fecha de prepublicación: 15 de marzo de 2023

RESUMEN

Esta investigación identifica y analiza oportunidades y riesgos del uso de nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC) como difusores propagandísticos en conflictos armados, hoy en continuo cambio, aunque no en cuanto a los mensajes persuasivos asociados con ellos. Mediante buscadores como Google se identificaron emisores prolíficos en el uso de NTIC en el conflicto de Siria. El modelo de análisis propagandístico de Pizarroso



Quintero y un análisis de contenido cualitativo y por inferencia permiten concluir que en “conflictos híbridos” combinar NTIC con “vieja propaganda” ofrece resultados dispares. Aunque coloniza el discurso periodístico, también encierra riesgos. Sin filtros externos, los emisores difunden mensajes inconvenientes que lastran su estrategia propagandística. Para los medios, su reproducción acrítica descubre una mala praxis estructural que mina su credibilidad. Este modelo puede ser útil para evaluar la relación entre NTIC-vieja propaganda-medios de comunicación periodística en otros conflictos, como el de Ucrania.

Palabras clave: NTIC; guerra híbrida; propaganda; Siria.

ABSTRACT

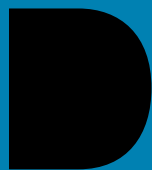
This study identifies and analyzes the opportunities and risks of using new information and communication technologies (NICT) as disseminators of propaganda in armed conflicts. While the way they are fought is constantly changing, the persuasive messages used in wars have not been modified. Search engines such as Google identify those sources that systematically used NICT in the Syrian conflict. Pizarroso's classical model of propaganda analysis and a qualitative content analysis by inference allow us to conclude that in “hybrid conflicts,” the combination of NICT with “old propaganda” offers mixed results. Although the journalistic discourse is easily penetrated by informal war actors, it also involves risks. Without external filters, disseminating problematic messages through mainstream media at the end hinders those irregular actors' propaganda strategies. The media's uncritical reproduction reveals structural misconducts that undermine their credibility. This model may be useful to assess the relationship between NICT, old propaganda, and journalistic media in other conflicts, such as in Ukraine.

Keywords: NICT; hybrid warfare; propaganda; Syria.

RESUMO

Esta investigação identifica e analisa oportunidades e riscos da utilização das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTIC) como difusores de propaganda em conflitos armados, hoje em contínua mudança, embora não ao nível das mensagens persuasivas que lhes estão associadas. Por meio de mecanismos de busca como o *Google*, são identificados emissores prolíficos no uso de NTIC no conflito sírio. O modelo de análise da propaganda de Pizarroso Quintero e uma análise de conteúdo qualitativo e por inferência, permitem concluir que em “conflitos híbridos” combinar NTIC com “velha propaganda” oferece resultados díspares. Embora colonize o discurso jornalístico, também carrega riscos. Sem filtros externos, os emissores espalham mensagens inconvenientes que atrapalham sua estratégia de propaganda. Para a mídia, sua reprodução acrítica revela uma imperícia estrutural que mina sua credibilidade. Este modelo pode ser útil para avaliar a relação NTIC-antiga propaganda-meios de comunicação jornalística em outros conflitos, como o da Ucrânia.

Palavras-chave: NTIC; guerra híbrida; propaganda; Síria.



Introducción, hipótesis y objetivos

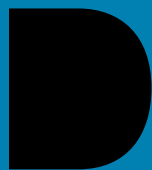
Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC) desarrolladas en las últimas décadas han tenido un indudable impacto en la forma en la que se comunica. Tal y como vaticinaba Rogers (1986, pp. 194-214) en los albores de la era digital, la interactividad en tiempo real entre emisor y receptor se ha convertido en una realidad, sobre todo en el ámbito educativo, como reflejan las búsquedas con los descriptores “nuevas tecnologías de la información y la comunicación + educación” en Google Académico u otras bases de datos que referencian la producción científica sobre NTIC y su impacto en distintos procesos de comunicación.

Cabe preguntarse, no obstante, si ese impacto se da de la misma forma en otros procesos de comunicación, por ejemplo, el persuasivo en el marco de los conflictos armados o, por el contrario, su efecto se ha sobrevalorado. La hipótesis abierta es pertinente. Por un lado, porque los años de desarrollo de las NTIC coinciden con una notable evolución en la forma en la que se libran los conflictos armados y, por lo tanto, la manera en la que en ese contexto se hace propaganda. Por otro, es preciso tener presente que la comunicación es un proceso complejo con varios elementos involucrados (EMISOR + MENSAJE + CANAL [medio] + RECEPTOR) que no tienen el mismo peso según el tipo de comunicación a la que nos estemos refiriendo. Podría así darse el caso de que, en materia propagandística, se esté sobrevalorando el influjo del factor CANAL O MEDIO de la ecuación que representa el proceso comunicativo.

En el caso de las NTIC digitales que tienen en internet una autopista para desarrollarse en forma de sitios web o redes sociales, surge la pregunta de si como antes ocurrió con la televisión, en buena medida estamos ante la repetición de aquello del “medio es el mensaje” (McLuhan, 1996). En tal caso, y volviendo a Rogers (1986, pp. 1-5), el impacto de las NTIC se daría esencialmente en el *hardware* (el cómo); pero no necesariamente en el *software* (el qué), es decir, en unos contenidos propagandísticos que pese a la revolución tecnológica, no habrían evolucionado mayormente. A partir de ahí, y en la forma en la que lo hace Rendueles (2013), al analizar procesos de comunicación habría que desconfiar de un “ciberfetichismo”, obsesionado con la forma pero no con el fondo.

En esta investigación nos planteamos establecer preliminarmente qué posibilidades pero también qué riesgos están asociados con el uso de las NTIC en unos conflictos armados que si bien están en continuo cambio tipológico, parecen no necesariamente hacerlo en lo que a contenidos propagandísticos (MENSAJES) se refiere.

Para dilucidar esta cuestión, definiremos la forma predominante que adquieren los conflictos armados desde el fin de la Guerra Fría hasta la actualidad, así como su relación teórica y práctica con una dimensión propagandística hoy canalizada a través de redes sociales cuyos contenidos son reproducidos periodísticamente. Para ello, y teniendo en cuenta el modelo de análisis de cualquier proceso de comunicación propagandística del profesor Pizarroso Quintero (1993), que permite trabajar con cada uno de los elementos de la ecuación de la comunicación tanto individualmente como en conjunto, nos centramos en un estudio de caso particular: el conflicto de Siria desde su comienzo en 2011 hasta 2018, considerando este último año como fecha de término, al haber recuperado entonces el Estado sirio el control de la inmensa mayoría del territorio y al quedar reducidos a dos los diecisiete frentes que llegó a tener un conflicto que en ese año vio caer sostenidamente el número de víctimas mortales. Todo ello contribuyó a su salida de la agenda mediática. Al mismo tiempo, esbozamos una proyección inicial, a partir de las herramientas de la *historia de la propaganda en tiempo presente*, del conflicto entre Ucrania y Rusia y la participación de otros actores y sus manifestaciones a partir de febrero de 2022.



Marco teórico: de la polemología a la propaganda

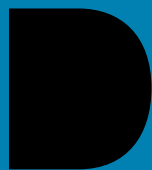
La caída del Muro de Berlín y el final de la Guerra Fría supuso no solo una evidente transformación geopolítica, sino también, y como consecuencia de ella, un cambio radical en las motivaciones de los conflictos armados. De aquellos definidos esencialmente por la contraposición ideológica —entendida estrictamente en sentido político—, se pasó a otros que durante medio siglo parecieron no existir: los definidos por causas étnicas o religiosas en sentido amplio, tanto en exclusiva o combinados con causas materiales como el control del territorio en razón de la disputa en torno a los recursos naturales y particularmente, el agua. Sobre ello, Robert Kaplan (2000) apuntaba tras la caída del Muro de Berlín:

Las guerras del futuro serán de supervivencia comunitaria, agravadas o, en muchos casos provocadas por la escasez medioambiental. Tales guerras serán subnacionales, lo que significa que será difícil que los estados y los gobiernos locales protejan físicamente a sus ciudadanos. Así, muchos estados acabarán por extinguirse. A medida que el poder estatal vaya desapareciendo —y con él la capacidad del estado de ayudar a los colectivos más débiles de la sociedad, por no hablar de otros estados— los pueblos y las culturas de todo el mundo sólo podrán contar con sus propias fuerzas y debilidades y tendrán menos mecanismos de protección. (p. 65)

En la mayoría de los casos, los conflictos posteriores a la Guerra Fría se han desarrollado al margen del Estado-nación o ejerciendo este un papel secundario y, desde luego, no absolutamente protagónico como en los tiempos del enfrentamiento entre bloques. Todo eso ha complicado la definición de los actores presentes en los conflictos, que en un momento dejaron de ser en exclusiva ejércitos estatales bien definidos, organizados e identificables. Frente a ellos, grupos guerrilleros, paramilitares y simplemente delictivos con mayor o menor andamiaje político a la hora de esgrimir una justificación de sus acciones, ocuparon en la inmediata pos-Guerra Fría el lugar de los ejércitos estatales. Véase, por ejemplo, la descripción que del Frente Unido Revolucionario de Sierra Leona hizo Peter Maass: “los rebeldes son poco más que saqueadores con Ray-Bans y Kalashnikovs” (2001, p. 116).

En la práctica, eso se ha traducido en conflictos cada vez más desordenados, donde no hay ningún cumplimiento de las convenciones que regulan la guerra. Esos nuevos conflictos son más virulentos, más mortíferos, sin frentes concretos y con pocas posibilidades de exigir responsabilidades a quienes nunca o casi nunca se identifican claramente, a diferencia de lo que ocurre con los ejércitos profesionales de tipo estatal y sometidos al imperio de la ley y una cadena de mando vertical que contribuye a identificar a los responsables de cualquier desmán. Sigue Kaplan:

Puesto que como advierte Van Creveld, el radio de confianza en las sociedades tribales está restringido a la familia inmediata y a los compañeros de guerrilla, las treguas pactadas con un oficial bosnio, por ejemplo, pueden ser rotas de inmediato por otro oficial bosnio. La plétora de alto el fuego efímeros en los Balcanes y el Cáucaso constituye la prueba de que ya no vivimos en un mundo en el que rigen las viejas normas de la guerra de estado. Más pruebas aporta la destrucción de monumentos medievales en el puerto croata de Dubrovnik: cuando combaten culturas más que estados, los monumentos culturales y religiosos se convierten en armas de guerra, lo que hace de ellos objetivos legítimos. Además, las entidades beligerantes ya no estarán restringidas a un territorio específico. Organismos dispersos y oscuros,



como las organizaciones terroristas islámicas, sugieren por qué las fronteras importan cada vez menos y las capas sedimentarias de identidad y control tribal importan más. La visión prewestfaliana de Van Creveld de un conflicto mundial de baja intensidad no es un guión superficial de “regreso al futuro”. “Una vez que el monopolio legal de la fuerza armada, durante largo tiempo reclamado por el estado, le sea arrebatado de las manos, las distinciones existentes entre guerra y crimen se esfumarán”. (2000, p. 64)

Nuevas guerras

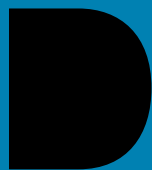
Esas reflexiones de Kaplan coincidían con las que en la misma época realizaba Mary Kaldor (2007), quien desde una perspectiva más académica y matizada acuñó el concepto de *nueva guerra*, que ella contrapone en la amplitud de sus características a las “viejas guerras”, las de la época de la Guerra Fría. Bados Nieto y Durán Cenit (2015, pp. 12 y 27) sintetizan los requisitos que Kaldor (2007) exige para que un conflicto pueda entrar en esta categoría. Una multiplicidad y fraccionamiento de actores más allá de los puramente estatales; unas causas muchas veces vinculadas al exacerbamiento de identidades de todo tipo, entre ellas las religiosas; unos métodos de combate asimétricos y terroristas; una financiación novedosa —secuestros, el tráfico de drogas y órganos, por ejemplo—; una internacionalización del conflicto a través de sus consecuencias humanitarias y militares por su proyección en los medios de comunicación, lo cual hace que su marco geográfico termine siendo interestatal y, finalmente, un uso de la violencia caracterizado por un barbarismo no privativo del Estado.

El debate entre nuevas y viejas guerras, sin embargo, no está cerrado. Kalyvas (2001) considera que en el ámbito de los conflictos civiles muchas de las características observadas en las nuevas guerras ya estaban presentes en los conflictos armados de la Guerra Fría e incluso anteriores, como la Guerra Civil española. Un debate en el que más de una década después de acuñar el concepto de nuevas guerras la propia Kaldor (2013) intervino para defender la legitimidad y validez de su propuesta definitoria.

Más allá de matizaciones teóricas, y como se verá más adelante, todas las características propias de las nuevas guerras son fácilmente identificables en nuestro caso de estudio: el conflicto armado que en su época álgida se libró en Siria entre 2011 y 2018 (Sapag, 2019). También es posible ver si esa tipología se corresponde con conflictos más recientes y con un peso mayor de los Estados, como el de Ucrania y Rusia con participación de terceros.

Vieja propaganda

De forma paralela, y quizás porque ni Kaldor ni otros autores aludían al papel de la propaganda en esos nuevos conflictos, desde los estudios de la comunicación social persuasiva, si bien se asumía el cambio en la tipología de la guerra y la forma de librarla desde el punto de vista puramente militar, se constataba que en el ámbito de la propaganda poco o nada había cambiado respecto a los conflictos de la era anterior. De ahí entonces que, transcurrida más de una década desde la caída del Muro y el fin de la Guerra Fría, los expertos en propaganda sostuvieran que si bien la guerra había cambiado en su definición y desarrollo, la propaganda en torno a los conflictos no lo había hecho más allá de su inevitable acomodo a la entrada en escena de unas NTIC que, sin embargo, no venían a variar los principios inspiradores de la propaganda de guerra y en muchos casos tampoco los mensajes y sus formas, que si cambiaban algo, era única y exclusivamente para adaptarse a esas nuevas NTIC.



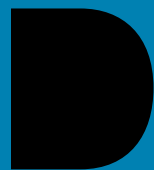
Anne Morelli (2001) demostraba, a través de la segunda guerra del Golfo (1991) y de los conflictos yugoslavos de la década de 1990, cómo los principios elementales de la propaganda de guerra descritos por *lord* Ponsonby cuando compiló con sentido crítico lo que se hizo en la Primera Guerra Mundial, seguían plenamente vigentes. Esos conflictos encajaban claramente con el concepto de nuevas guerras de Mary Kaldor, aunque Morelli, apuntando a una transición, habla de “guerra fría, caliente o tibia”, es decir, indefinida. Poco después, y en un título esclarecedor, Pizarroso Quintero (2005) reforzaba y desarrollaba esa idea con una obra monumental en la que repasa muchos más conflictos que siguieron a la Guerra Fría, desde Somalia a Afganistán y Ruanda —donde el uso de la radio retrotraía a la mismísima Guerra Civil española—, pasando por Iraq 2003, donde principios propagandísticos tan viejos como los de “el enemigo utiliza armas prohibidas” o el de “enmascarar los fines de la guerra en causas nobles” —en ese caso, la imposición de la democracia— arrastraron a medios tan prestigiosos como la BBC (Davies, 2008, p. 121). El título de la obra del profesor Pizarroso Quintero es significativo y explica por sí mismo su relevante conclusión: *Nuevas guerras, vieja propaganda*.

A mediados de la primera década de siglo *xxi*, el debate, sin embargo, parecía estancado, sobre todo por la amplitud del concepto de esas nuevas guerras, donde entraba lo que ocurría en Estados fallidos, otros inexistentes en la práctica o en situaciones mucho más complejas pero a la vez estructuradas, como los recurrentes conflictos en Oriente Próximo y Medio. Precisamente, uno de ellos sirvió para avanzar hacia una mayor precisión, al menos de algunos de esos conflictos categorizados simplemente como “nuevas guerras” y a su relación con la propaganda.

Guerra híbrida

El 12 de julio de 2006 se inició una guerra entre Israel y el partido milicia Hezbolá, que supuso una nueva invasión israelí del Líbano y una respuesta contundente de Hezbolá, que desarrollando un modelo de guerra híbrida (Sánchez Herráez, 2014, pp. 3 y 4) logró imponerse a un enemigo que con la invasión aseguró buscar la destrucción del grupo. Al no conseguirlo después de un mes de conflicto armado en el que la mayoría de las víctimas libanesas fueron civiles y las de Israel militares, el secretario general de Hezbolá, Hasan Nasralá, la calificó de “victoria divina” para su organización y el Líbano.

Aunque el concepto de “guerra, amenaza o conflicto híbrido” venía figurando como hipótesis en años anteriores en distintos documentos de trabajo, por ejemplo de la Organización del Tratado del Atlántico Norte (OTAN), a partir de ese conflicto de 2006 adquirió carta de naturaleza específica y concreta, al tiempo que permitió avanzar en una definición a cabalidad de sus extremos, incluyendo la muy crítica cuestión del uso de la propaganda en tiempos de digitalización mediática. De las disponibles, recurrimos aquí a la de Pedro Sánchez Herráez, entre otras razones, porque supone una elaboración que trasciende los meros postulados teóricos, al desarrollarse en el contexto del envío de tropas españolas al Líbano con uno de los contingentes más importantes allí desplegados, precisamente para poner fin a ese conflicto de 2006 que por parte de Hezbolá se libró bajo la fórmula de “guerra híbrida”. También porque su propuesta definitoria se publicó en 2014, cuando se produjo un agravamiento de las tensiones militares recurrentes entre Ucrania y Rusia, antecedente directo de la crisis a gran escala que se desató en febrero de 2022. Su definición, además, incluye una mención expresa a las cuestiones propagandísticas vinculadas a las NTIC.



Por consiguiente, el actor que pretenda librar una guerra híbrida deberá tener una organización más sólida que la de un simple grupo u organización terrorista o insurgente, para poder organizar, planear y conducir este tipo de guerra; necesitará un amplio abanico de capacidades que incluyan la tenencia de equipos de cierto nivel tecnológico, para que la brecha con el adversario no sea demasiado grande, tanto en el campo de batalla como para combatir en el ciberespacio, en la lucha por la información/desinformación, etc.; y, por otra parte, debe ser percibido como un actor capaz y con recorrido en el tiempo, para generar tanto la adhesión, interesada o no, de grupos afines o delegados como de un grupo humano, parte o toda de la sociedad en lucha ante la que se presenta como una opción de futuro viable. (Sánchez Herráez, 2014, pp. 13 y 14)

La crisis de Siria como estudio de caso: definiciones y metodología de análisis

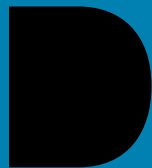
Un conflicto en el que parecen consolidarse los elementos definitorios de la guerra híbrida, en particular aquellos relacionados con el uso novedoso de formas de comunicación persuasiva, es el de Siria. Arrancando en 2011, desde el principio fue categorizado por los medios de comunicación periodística y muchos analistas como una “guerra civil”. Así, por ejemplo, y como refleja la tabla 1, si se hace una búsqueda a través del motor Google, la etiqueta de “guerra civil”/“civil war” para lo ocurrido en Siria aparece 4.140.000 veces para textos en castellano y 63.100.000 en inglés. Un análisis cualitativo de filtrado permite determinar que, de esos totales, las primeras y las principales entradas corresponden a textos publicados por medios de comunicación periodística de referencia. Se trata de una fórmula preferida de manera abrumadora a otras más asépticas o técnicas, como “conflicto armado”/“armed conflict” o “guerra híbrida”/“hybrid warfare”.

Tabla 1. Fórmulas mediáticas para etiquetar el conflicto en Siria

Siria: etiquetas periodísticas	Buscador	Castellano	Inglés
Guerra civil/Civil war	Google	4.140.000	63.100.000
Conflicto armado/Armed conflict	Google	744.000	17.300.000
Guerra híbrida/Hybrid warfare	Google	182.000	3.900.000

Fuente: elaboración propia.

Sin embargo, ninguno de los elementos que permiten identificar un conflicto como una guerra civil, de acuerdo con autores como Kalyvas (2001), Sambanis (2004) o Moro (2016), se dio con claridad en Siria a partir de 2011. Por lo mismo, la definición de “guerra civil” para encasillar ese conflicto armado parece responder, como la etiqueta de “primavera” (Sapag y Pérez Rastrilla, 2022, p. 71), más a un intento de legitimación de una causa a través de la propaganda semántica que a la realidad. Parecería que los medios hubieran caído en la trampa propagandística ejercida con maestría por los grupos irregulares que se sublevaron contra el Gobierno sirio. Eso incluyó desde la creación de emisores más o menos aceptables y, como veremos, de fuerte penetración en el discurso periodístico



frente a otras fuentes, como el Observatorio Sirio de los Derechos Humanos o los Cascos Blancos, al lanzamiento de operaciones militares para generar adhesiones internas y, sobre todo externas. Maniobras que buscaban un efecto más propagandístico que militar y que incluso trascendieron los límites de la propaganda armada definida por Hidalgo (1986, p. 292).

Ahí están las escaramuzas sin importancia militar alguna de las que, no obstante, se habló durante semanas por la presunta utilización de armas químicas por parte de las fuerzas del Estado. Ejercicios de persuasión al servicio de conflictos que los medios no estaban capacitados para definir correctamente, entre otras cosas porque parecían no comprender que respecto a ellos la propaganda circulaba ya de otra manera, por unas redes sociales que terminaron por colonizar el discurso periodístico. Para Malantowicz (2013, p. 60), lo que ocurría en Siria se ajusta a la categoría de “nuevas guerras”, que trasciende al más propagandístico e incompleto de guerra civil. Precisamos nosotros que en lo que a la dimensión comunicacional se refiere, corresponde a una nueva “guerra híbrida”.

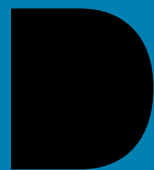
Los grupos sublevados no fueron los únicos que practicaron la “guerra híbrida” en su sentido tanto militar como propagandístico. A partir de finales de 2012, también lo hicieron las fuerzas del Estado. En su caso, un giro meramente táctico que tuvo mucho que ver con el mayor compromiso adquirido por el partido milicia chií libanés Hezbolá con el Estado sirio. Aliados a partir de la recta final de la guerra civil libanesa y una vez terminada esta de una manera abierta, visible y duradera, Hezbolá no dudó en actuar en Siria a pedido del Gobierno sirio pero también por sus propios intereses estratégicos.

Desde el punto de vista de la información/desinformación de la Siria oficial, las tácticas de “guerra híbrida” se manifestaron en la coordinación entre las operaciones puramente militares y el acceso o no a redes sociales y otras formas de comunicación propias de esta época. También el papel asignado a unos y otros portavoces o la utilización de canales y formas no convencionales, como el Ejército Electrónico Sirio, para intentar —sin mucho éxito— llegar a un público global privado de la versión oficial —por ejemplo, la difundida por la agencia de noticias SANA— u oficiosa (Sapag, 2019, pp. 203-230). De ahí que nos centremos en esta investigación en los grupos opositores que sí lograron permear decisivamente el discurso de los medios de comunicación periodística.

Llegados a este punto, resulta evidente que en los conflictos señalados (Líbano y Siria) hay elementos comunes, sobre todo la aplicación en ambos del *know-how* propagandístico desarrollado por Hezbolá para librar con éxito la “guerra híbrida”. Toca ahora desvelar si en el caso de Siria esas operaciones propagandísticas han respondido a formas de comunicación persuasiva “viejas”, potencialmente “nuevas” o tan híbridas como en el tipo de conflicto en el que se despliegan. También el peso que han tenido las NTIC en su difusión.

Como señala Rodríguez-Fernández (2018), en estos conflictos híbridos se registra un creciente uso y abuso de las redes sociales y otras formas de comunicación digital para lanzar mensajes que, sin embargo, responden a viejos parámetros. Estaríamos ante el protagonismo absoluto de los nuevos canales de comunicación para difundir mensajes que terminan circulando por medios convencionales. En el caso de Siria esto resultó evidente desde el principio (Khamis et al., 2012; Grohe, 2015).

Ese ciberactivismo de los grupos opositores alcanzó una verdadera proyección internacional, lo que se debió no solo a la habilidad de los activistas y el alineamiento automático de gobiernos, organizaciones y medios internacionales con los grupos que combatían al Gobierno sirio, primero, y al Estado, después. Ese éxito también tuvo que ver con el modelo de gestión de las empresas informativas que desde la década de 1980 se impuso en todo el mundo, el llamado *periodismo corporativo*, impulsado por el magnate australiano Rupert Murdoch. Un modelo



que entiende el periodismo esencialmente como negocio y no como servicio público o siquiera como plataforma para influir socialmente de manera abierta. Ello exige abaratar los costos de producción. Para ello los periodistas han sido sustituidos paulatinamente por empaquetadores de noticias que reciclan, una y otra vez, el material proporcionado por las agencias de noticias, las de relaciones públicas o por ciudadanos periodistas (Davies, 2008, pp. 47-204). En el caso de Siria, incluso por guerreros periodistas, es decir, combatientes que al mismo tiempo se convertían en proveedores de material aparentemente informativo que terminó por colonizar la agenda temática de los medios y su discurso frente a un conflicto en el que predominaron periodistas poco experimentados e insuficientemente formados (Pfordte, 2013).

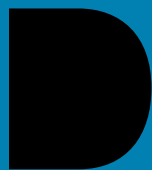
Siguiendo el modelo de análisis de cualquier ejercicio propagandístico sugerido por Pizarroso Quintero (1993) y que permite analizar individualmente o en conjunto el peso de los elementos que forman parte de la ecuación de la comunicación, en este caso persuasiva (E + M + C + R), hemos identificado (tabla 2) a través de su presencia en buscadores como Google a aquellos emisores más destacados en el uso de las NTIC a la hora de lanzar sus mensajes propagandísticos, que es una de las potencialidades que se les asigna (Demuyakor, 2021, pp. 4-6). También a aquellos más exitosos a la hora de convertirse en fuentes de los medios de comunicación periodística, o bien por su continuidad en el tiempo (Observatorio Sirio de los Derechos Humanos [OSDH] y Cascos Blancos), o por la repercusión temporal que tuvieron (Bloguera Lesbiana de Damasco, Abu Sakkar). Estos emisores están vinculados con los grupos contrarios al Gobierno, y en su caso al Estado sirio. De la amplia muestra posible, seleccionamos al emisor más destacado de todos (OSDH) y junto a él a otros tres de tipologías distintas y que igualmente lograron una gran repercusión intermitente o temporal en los medios convencionales (Cascos Blancos, Bloguera Lesbiana y Abu Sakkar).

Tabla 2. Fuentes más utilizadas por los medios en el conflicto sirio

Fuentes más utilizadas por medios periodísticos	Buscador	Castellano	Inglés
Observatorio Sirio de Derechos Humanos	Google	273.000	1.330.000
Según los Cascos Blancos /White Helmets	Google	49.000	70.800
“según SANA” / Syria’s state news agency, Sana reported	Google	4140	55.200
Ejército Electrónico Sirio / Syrian electronic Army	Google	1400	4910
Bloguera Lesbiana de Damasco / Gay Girl in Damascus	Google	10	42
Abu Sakkar	Google	38.700	70.900

Fuente: elaboración propia.

En cuanto a la delimitación temporal y a otras cuestiones relacionadas con la búsqueda, en cada caso se ha acotado por fechas. En general, se utilizó el intervalo 15/3/2011 y 31/12/2018. La primera corresponde al inicio de la crisis en Siria; la segunda, a un momento en el que ya se habían silenciado la mayoría de los frentes de combate. Aunque en alguna ocasión esas fuentes podían aparecer con nombres alternativos o sus siglas, se ha utilizado la



que aparece con más frecuencia en el buscador utilizado. Igualmente, se ha hecho un exhaustivo repaso cualitativo de las entradas para comprobar que la mayoría correspondiesen a noticias en el marco del conflicto sirio, para evitar así que la muestra se alterase significativamente por los efectos del uso de algoritmos en las búsquedas, lo que lleva a incluir —pero también a excluir— entradas que corresponden a otro tema o contexto.

El repetir la búsqueda en inglés ha permitido también dar mayor fiabilidad a la muestra, especialmente si se tiene en cuenta que, en general, las entradas de noticias en inglés superan en dos o tres veces aquellas en lengua castellana. En casi todos los casos se mantiene esa proporción, lo cual resulta coherente con el seguidismo que los medios en castellano hacen de la agenda *setting* angloestadounidense en lo que a información internacional se refiere, una realidad que no ha cambiado desde que la reveló el Informe McBride (1980) y como demuestra el predominio de informaciones en castellano que se apoyan en agencias y medios angloestadounidenses.

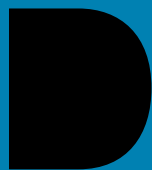
Sometimos los mensajes de los emisores seleccionados a un análisis de contenido cualitativo de tipo acústico u holístico (McLuhan & Powers, 1995, pp. 49-59) y por inferencia (Bardin, 2002, pp. 29-32) que, cruzado con la teoría de la propaganda (Pizarroso, Morelli, etc.), nos permitirá también analizar la respuesta de los medios de comunicación periodística cuando el uso y abuso del material lanzado a través de las NTIC resultó especialmente polémico.

“Observatorio Sirio de los Derechos Humanos”, propaganda negra de alta efectividad

El modelo de gestión de los medios de comunicación periodística que apenas gasta o invierte en comprobar noticias, en contextualizar o en recurrir a fuentes variadas se convirtió en una gran oportunidad para los propagandistas de los grupos, yihadistas o no, que se habían sublevado contra el Gobierno y el Estado en Siria. Los estudios científicos sobre el uso de fuentes informativas a lo largo de la crisis siria han demostrado que, desde el comienzo mismo, un porcentaje muy elevado de las informaciones de los medios relativas a Siria se basaron únicamente en una sola fuente: el llamado OSDH, que cuando no fue utilizada como fuente única, fue la principal para muchos medios que como *The New York Times* reconocieron darle credibilidad (Pfordte, 2013, p. 40) para luego cuestionarlo muy tímidamente en sus métodos y fuentes de financiación (MacFarquhar, 2013).

El OSDH es una organización liderada por Rami Abdul Rahman, en realidad Osama Suleiman, un opositor sirio vinculado con la Hermandad Musulmana (Anderson, 2015a). Invariablemente, los medios —también por las Naciones Unidas— presentaron el OSDH como una fuente fiable y respetable bajo la fórmula de “una ONG con sede en Reino Unido que cuenta con una amplia red de informantes sobre el terreno”. Nada se decía, sin embargo, de quién estaba detrás de esa ONG que a través de un sitio web (<https://www.syriahr.com/en/>), cuentas de Facebook (<https://www.facebook.com/syrianhroe>) y Twitter (<https://twitter.com/syriahr>) y un canal de YouTube (https://www.youtube.com/channel/uctFA2Eggr-EL7Zy7JzGuaag?view_as=subscriber) ha estado surtiendo a los medios de comunicación convencionales de material no siempre verificable que estos han utilizado de manera profusa y acrítica.

En particular, el OSDH se convirtió en la principal fuente utilizada para informar/desinformar de forma periódica del número de bajas que estaba dejando el conflicto armado en Siria y que los medios reproducían de manera destacada. Un conteo, sin embargo, que se realizaba de acuerdo con los propios intereses políticos de la organización, en particular a la hora de atribuir filiación a los caídos con alguna de las partes en conflicto (Aoyama & Hamanaka, 2015).



Desde el punto de vista de la teoría de la propaganda, el OSDH encaja con una operación clásica de propaganda negra, aquella en la que el emisor está deliberadamente oculto y el contenido de la información es equívoco, incierto, manipulado o directamente falso (Pizarroso Quintero, 1993, pp. 29 y 36). En cuanto al tratamiento de las cifras de bajas, corresponde al viejo principio propagandístico de la exageración, en este caso a través de la manipulación de los números según unos intereses políticos determinados. Por lo tanto, sería un ejercicio de vieja propaganda (Pizarroso Quintero, 2005) pero efectiva al lograr que sus contenidos circularan profusamente a través de unos medios convencionales colonizados por el OSDH a través de sus redes sociales y otros canales de comunicación.

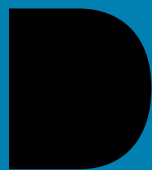
Cascos Blancos, propaganda gris en forma de ayuda humanitaria

En relación con la identificación del emisor, sus actividades y propósitos reales, hubo otra organización opositora que tuvo gran capacidad de penetrar los medios convencionales y que se situó en el muy ambiguo espacio que hay entre la propaganda negra y la blanca, que es aquella en la que el emisor está claramente identificado y el mensaje se corresponde con este sin dar lugar a equívocos. Es decir, y siguiendo a Pizarroso Quintero (1993), esta otra organización se situó en el ámbito de la propaganda gris, aquella en la que la fuente puede ser o no correctamente identificada y la exactitud de la información que ofrece es incierta. Se trata de un grupo fundado en 2013 bajo el equívoco nombre de *Defensa Civil Siria*, que utilizaba sus logotipos en árabe. En realidad, la verdadera Defensa Civil Siria nació hace 68 años y es desde 1972 miembro de la Organización Internacional de la Defensa Civil (ICDO, por sus siglas en inglés), que, entre otras, trabaja con la Organización Mundial de la Salud o el Departamento de Asuntos Humanitarios, también de las Naciones Unidas. El enlace electrónico a la Defensa Civil Siria que ofrece la ICDO es el del Ministerio del Interior de la República Árabe Siria (<http://www.icdo.org/en/about-icdo/members/member-states>). En tal sentido, el uso del nombre Defensa Civil Siria por parte de los Cascos Blancos supone una apropiación de identidad que, desde el punto de vista de la persuasión, correspondería a un ejercicio de propaganda negra.

Siguiendo con la confusión de identidades cultivada por esa organización, cabe señalar que el grupo se presentaba más comúnmente al público internacional simplemente como Cascos Blancos, en una apropiación del color del casco de la mayoría de las organizaciones oficiales de defensa civil; pero también en una alusión subliminal a los más conocidos cascos azules de las Naciones Unidas, lo cual podía contribuir a dar la idea de que en Siria había una operación de esa institución, obviamente de acuerdo con el derecho internacional y con apoyo de una mayoría de los Estados. Según un texto publicado en el sitio web de los Cascos Blancos/White Helmets, su objetivo era

[...] hacer frente a las consecuencias de los ataques aéreos del gobierno [...] Además de salvar vidas, los Cascos Blancos proporcionan servicios públicos a cerca de siete millones de personas [...] Ellos son la más grande organización de la sociedad civil operando en zonas fuera del control del gobierno.

Pese a lo anterior, y dentro del triángulo equilátero azul que simboliza a la Defensa Civil, aunque sobre fondo amarillo y no el naranja oficial, aparecía el mapa de toda la República Árabe Siria, lo cual también contribuía a generar confusión respecto a la filiación de la organización y a su alcance real.



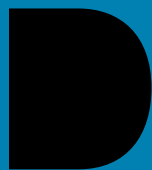
Lin (2016, p. 3) señala que su actividad principal se vio rápidamente eclipsada por otra de corte propagandístico. Así, se habría convertido en el único proveedor desde el bastión yihadista de Idlib, en el noroeste de Siria y junto a Turquía, de los barrios del este de Alepo y otras zonas en su momento bajo control de Jabhat al Nusra y otros grupos armados, de videos y fotos de propaganda para los medios occidentales y del Golfo Pérsico que apoyaban una intervención más o menos directa en contra del Gobierno y el Estado sirios. Por eso, Lin sugiere que los Cascos Blancos podrían ser más que un grupo de rescatistas, un instrumento al servicio de “la guerra híbrida de EE UU en procura de un cambio de régimen” en Siria. En esa nueva forma de hacer la guerra, la comunicación persuasiva a través de los medios desempeña un papel muy relevante, un protagonismo mediático que, sin duda, tuvieron los Cascos Blancos. De ellos se hicieron innumerables reportajes e incluso una película de nombre *White Helmets*, que ganó el premio Oscar al mejor corto documental en 2017. Un año después se rodó una película titulada *Last Men in Aleppo*, que igualmente fue premiada en el Festival de Sundance. La organización llegó a estar nominada al Premio Nobel de la Paz.

Las referencias al grupo en los medios de comunicación, sin embargo, no siempre fueron positivas. Al igual que ocurrió con el llamado OSDH, algunos se preguntaron quién estaba realmente detrás de la organización. Así afloró el nombre de James Le Mesurier, un exoficial de inteligencia británico reconvertido en contratista, a quien se atribuyó la fundación de los Cascos Blancos en Turquía, donde murió en extrañas circunstancias el 11 de noviembre de 2019. O el de su líder oficial Raed Saleh, a quien se le prohibió la entrada a Estados Unidos en abril de 2016, cuando iba a recibir un premio en una gala en la que el orador principal era el director de US Aid, la agencia de cooperación internacional estadounidense (Sengupta & Barnard, 2016).

Por supuestos vínculos con organizaciones terroristas o el islamismo radical o por otras razones nunca aclaradas, no fue el único miembro de la organización impedido de entrar en Estados Unidos. Una situación similar vivió otro *casco blanco* cuando viajó a la ceremonia de los Oscar (“Estados Unidos niega la entrada a un director de fotografía”, 2017). Esos y otros hechos comenzaron a sembrar dudas sobre los verdaderos propósitos, identidad y financiación de la organización. Lin (2016) cifra en 29 millones de dólares los entregados por el Reino Unido a los Cascos Blancos; entre tanto, Estados Unidos aportaron 23 millones de dólares. Durante una actividad titulada “Madrid con Siria”, y celebrada el 27 de enero de 2017 en Casa Árabe —dependiente del Ministerio de Asuntos Exteriores de España—, el miembro de la organización Abdelrrahman Al Mawwas dijo que los Cascos Blancos también recibían recursos de Holanda, Francia y Japón, aunque añadió que “no tenemos presiones de los donantes. Las ayudas son muy concretas: formación, equipos, salarios, etc.”. Precisamente, esa mayor claridad respecto a sus vías de financiación y la presentación de una estructura operativa y de gestión lógica y con visos de realidad sitúa a los Cascos Blancos más en el ámbito de la propaganda gris que en el de la negra, en el que entra un OSDH que nunca aclaró ni una cosa ni la otra.

También resultó polémica la evacuación de los Cascos Blancos desde el sur de Siria cuando la zona, en manos de grupos islamistas radicales, incluidos los terroristas Estado Islámico y Jabhat al Nusra, la estaba recuperando el Ejército sirio. La operación israelí de rescate de cientos de cascos blancos y sus familiares contó con el visto bueno de Estados Unidos. Los evacuados fueron acogidos por Reino Unido, Canadá y Alemania tras su paso por Israel y Jordania (Baeza, 2018).

El cada vez más negativo protagonismo mediático de los Cascos Blancos y la progresiva pérdida de territorios en los cuales realizar su declarada actividad principal, los terminó confundiendo con otro grupo más de los dedicados



a la ciberpropaganda. Parte de ella estuvo dedicada a defenderse de las acusaciones que recibía. En su propia página web aparecía de manera destacada el enlace al sitio de una ONG llamada The Syrian Campaign. Fundada en 2014, se preciaba de haber dado visibilidad mediática a los Cascos Blancos, al tiempo que en un texto de 2018 acusaba a Rusia de “alimentar una campaña de desinformación para encubrir crímenes en Siria”.

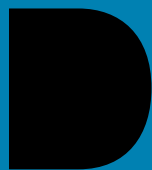
Cazadores cazados: la bloguera lesbiana de Damasco, el “rebelde caníbal” y los medios

La dependencia creciente y sin filtros de los medios de comunicación convencionales, sobre todo los de aquellos Estados de la región y occidentales enemigos de Siria (Sapag, 2019) del material proporcionado por fuentes no contrastadas, no se limitó a propuestas más elaboradas de propaganda negra o gris, como el OSDH o los Cascos Blancos. Cualquier cosa que circulara por redes sociales con el marchamo de ser material “antirrégimen” proporcionado por “activistas” o “*freedom fighters*” entraba sin dificultad alguna en el ciclo de la información periodística, o bien por intereses propagandísticos de los propios medios convenientemente confundidos con la “línea editorial”, si su falta de profesionalidad era puesta en evidencia, o por simple imposibilidad material y profesional de filtrar la verdadera información de la propaganda. Ello era consecuencia directa de la entronización del modelo Murdoch de producción y explotación periodística (Davies, 2008) y como consecuencia de ello la ausencia de suficientes periodistas formados para poder manejar las muchas claves que se derivan de un escenario tan complejo como el sirio.

Uno de los más burdos errores —o no— de los medios periodísticos se produjo muy al principio de la crisis siria, cuando medios como *El País* de España, AP de Estados Unidos o *The Guardian* del Reino Unido dieron amplia cobertura a las entradas de un *blog* de una tal Amina Arraf, que decía ser la “bloguera lesbiana de Damasco”. La supuesta bloguera se presentaba como siria-estadounidense, de religión musulmana suní y lesbiana. Criticaba duramente al Gobierno sirio por todo tipo de cuestiones. Sus entradas se reproducían con profusión, sobre todo en unos medios occidentales encantados con el perfil de la supuesta bloguera. Véase, por ejemplo la definición que hacía en *The Guardian* Katherine Marsh, el 6 de mayo de 2011:

Ella es quizás un héroe improbable de la revuelta en un país conservador. Mujer, gay y medio estadounidense, Amina Abdullah está capturando la imaginación de la oposición siria con un blog que ha saltado a la fama mientras el movimiento de protesta lucha contra la brutal represión del gobierno.

Con los medios ya cautivos, la supuesta Amina Arraf simuló haber sido detenida por los servicios de inteligencia sirios, lo que generó una enorme campaña de agitación propagandística-mediática. De acuerdo con el *tempo* de la propaganda, las campañas de agitación son de corta duración, buscan una reacción inmediata de los receptores y sus efectos son también limitados en el tiempo. Normalmente, se hacen en situaciones de crisis a través de pocas ideas que buscan alcanzar a un público numeroso. En el caso de la bloguera lesbiana, la campaña de agitación propagandística a través de los medios estuvo orientada a lograr su “liberación” y, de paso, a reiterar mensajes contrarios al Gobierno sirio, trufados del tradicional y rancio orientalismo desvelado por Edward Said (2015), el marco ideológico con el que los occidentales se aproximan a cualquier cosa que tenga que ver con el mundo árabe oriental. Véase, por ejemplo, *El País* del 8 de junio de 2011:



Lesbiana, disidente y árabe. Mala combinación la de Amina Arraf, bloguera de 35 años, cuyo caso ha dado la vuelta al mundo tras ser secuestrada por tres agentes del régimen sirio. A Amina se la llevaron el lunes de madrugada mientras se dirigía con un amigo a un encuentro en Damasco. La noticia fue difundida por su prima utilizando el blog, *A Gay Girl in Damascus*, en el que Amina contó al mundo con franqueza y originalidad lo que implica ser lesbiana y disidente en Siria, país árabe que vive sometido a una cruenta represión por parte del régimen de Bashar el Asad y que ha provocado más de 1000 muertos en apenas tres meses.

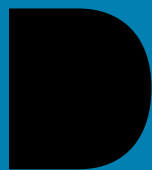
Poco después de anunciarse un secuestro con resonancia mediática mundial, se demostró que todo se trataba de otro burdo ejercicio de propaganda negra, detrás del cual estaba un estadounidense con residencia en Edimburgo, llamado Tom McMaster, que lanzaba acusaciones de homofobia contra el Gobierno sirio desde un falso *blog*. En medio de críticas de organizaciones que velan por la ética periodística (Smith, 2011), algunos medios rectificaron, aunque de manera escueta si se compara con la cobertura que habían hecho de las entradas del falso *blog* y el supuesto secuestro.

El riesgo que suponen las estrategias de propaganda que se sostienen en la connivencia más o menos casual entre unos emisores que se valen de las redes sociales y unos medios periodísticos que no cumplen adecuadamente con su papel de *gatekeepers* para convertirse en cámaras de eco de la desinformación circulante por las redes sociales (Magallón, 2021, p. 14) es de doble vía, ya que no son solo estos los que a veces quedan retratados.

Durante la crisis siria, los medios también utilizaron profusamente material de grupos armados de filiación claramente yihadista, como revelaban sus nombres, proclamas y símbolos. Todo ello sin ningún sentido crítico y para ilustrar un relato en el que esos grupos se presentaban invariablemente como “rebeldes moderados”, obviamente sin serlo.

Esa facilidad de penetrar el discurso informativo de los medios llegó a jugar malas pasadas a los mismos proveedores de contenidos, que aquí definimos más que como “activistas” o “ciudadanos periodistas”, como solía presentarlos la prensa, como “guerreros periodistas” o, en su caso, “yihadistas periodistas”. Se trataba de individuos que, al tiempo que combatían a las fuerzas del Estado sirio o directamente realizaban acciones que escapaban a prácticas armadas convencionales, grababan imágenes e incluso relataban con sentido propagandístico sus acciones. El material se distribuía por redes sociales y de manera más o menos directa llegaba a medios de comunicación periodística, especialmente a televisiones que diariamente llenaban varios minutos de sus servicios con ese material. En la profesión y la industria periodísticas usar esas imágenes fue siempre una práctica considerada irregular y poco ética que incluso podía poner en peligro a informadores verdaderos que se veían presionados a asumir determinados riesgos si la competencia había utilizado ese material (Maass, 2001, pp. 120 y 121).

Uno de los “guerreros/yihadistas periodistas” del conflicto sirio cuyos materiales circularon más ampliamente entre redes sociales y medios convencionales fue Abu Sakar, líder del Batallón Omar al Faruk, una de las milicias asociadas con el Ejército Sirio Libre en la provincia de Homs. La facilidad con la que sus videos de crudas acciones de combate se difundían por los canales de televisión y otros medios lo llevó a doblar la apuesta. En mayo de 2013, apareció en redes sociales un video en el que aparecía extrayendo el corazón de un soldado regular sirio y devorándolo ante la cámara.



Fue tal el escándalo que los mismos medios se distanciaron de Sakar, aunque con un tono contenido en la descripción de los hechos y en la calificación de su autor. Véase, por ejemplo, el perfil que de Sakar se hizo en el diario *El País* bajo el título de “Un comandante famoso por su ferocidad. Abu Sakar, protagonista del video, lidera su propia milicia insurgente”. Casi excusando esa y otras acciones protagonizadas por el “insurgente” Abu Sakar por las consecuencias propagandísticas, el artículo de *El País* señalaba: “Todas esas imágenes han sido como un regalo para el régimen, que las emplea ahora para demostrar que no todo en la oposición es moderación y raciocinio” (Alandete, 2013).

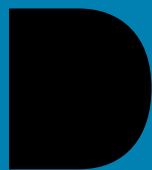
En la misma línea posiblemente justificatoria, tanto de las acciones de Abu Sakar como de los medios de comunicación que se servían acríticamente de materiales proporcionados por el mismo a quien luego empezaron a llamar “el guerrero caníbal”, un artículo de Paul Wood (2013) publicado por el sitio web de la BBC:

Es posible que Abu Sakkar haya tenido desde un comienzo problemas mentales. O que la guerra lo haya hecho de esta manera. La guerra causa estragos en los seres humanos y Siria no es la excepción. Como escribió el poeta W H Auden: “Aquellos a quienes se hace mal, responden haciendo mal”.

Al referirse a la profusión de videos del conflicto que circulaban por los medios, Wood emplea la fórmula “por algo el conflicto ha sido llamado ‘la guerra de YouTube’”, como si eso exculpara a las televisiones de todo el mundo de haberse servido del material proporcionado por el oscuro grupo liderado por Abu Sakar mucho antes de la escena del corazón. El artículo también recoge de manera amplia las declaraciones del “general” Salim Idriss, uno de los jefes del llamado Ejército Sirio Libre, organización a la que estaba adscrito el Batallón Omar al Faruk, liderado por Sakar y por ese entonces beneficiario principal de las ayudas económicas y de otro tipo de Estados Unidos, la Unión Europea y varios países occidentales. Al intentar enfrentar el escándalo, termina por descubrir la realidad: el Ejército Sirio Libre no era un ejército ni nada que se le pareciera:

“Condenamos lo que hizo”, señaló el general. “¿Pero por qué nuestros amigos en Occidente se ocupan de este tema cuando miles de personas están muriendo? Somos protagonistas de una revolución, no somos un ejército formal. Si lo fuéramos, habríamos expulsado a Abu Sakkar. Pero él comanda su propio batallón y recauda sus propios fondos. ¿Me piden ahora los países occidentales que me enfrente a Abu Sakkar y lo obligue a salir de la revolución? Por favor, traten de entender lo que está sucediendo aquí”. (Wood, 2013)

El episodio del corazón y la posterior saga de artículos exponen los riesgos mutuos que se derivan de una colonización más o menos consentida de los medios periodísticos convencionales por vieja propaganda que circula por redes sociales y otras plataformas propias de las NTIC. Vieja propaganda, porque responde al principio de que el enemigo comete atrocidades deliberadamente; mientras que si ocurre en el bando propio es de forma casual, esas atrocidades están motivadas por un sufrimiento anterior infligido por el enemigo o por problemas mentales y son de responsabilidad exclusiva del perpetrador. Por parte de los medios, el esfuerzo por matizar —si no directamente justificar acciones que en caso de ser cometidas por las fuerzas del “régimen” habrían sido condenadas sin paliativos y con los calificativos más duros— es igualmente vieja propaganda, porque responde al principio elemental de la propaganda de guerra (Morelli) de “que quien pone en duda la propaganda propia es un traidor”. Por eso, las referencias al “regalo” propagandístico para el “régimen” o las admoniciones del “general” Idriss.



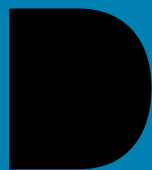
Conclusiones

El estudio de caso analizado, la crisis de Siria (2011-2018), demuestra que las NTIC se han convertido en un instrumento preferente de la acción propagandística en el marco de las nuevas guerras (Kaldor, 2007) o guerras híbridas (Sánchez Herráez, 2014), conflictos desordenados, sin frentes fijos y con una pléyade de actores irregulares (Kaplan, 2000) que se sirven de la acción persuasiva para atraer a potencias estatales en apoyo de sus respectivas causas. El fácil acceso a las NTIC (Rodríguez-Fernández, 2018) de esos actores, por una parte, y la dependencia creciente de los medios de información periodística de contenidos gratuitos que les permiten sostener el modelo Murdoch de explotación empresarial y producción periodística (Davies, 2008), por otra, explican la creciente circulación de los contenidos propagandísticos de esos actores por los medios convencionales. Identificamos ese proceso como una colonización de los segundos por parte de los primeros.

Más allá de la novedosa y alarmante facilidad con la que circulan por la prensa convencional y digital, la radio y muy especialmente la televisión en el marco de una sociedad dominada por la imagen, el estudio de caso demuestra que esos contenidos persuasivos, sin embargo, representan una continuidad absoluta con el tipo de mensajes propagandísticos en situaciones de conflictos armados vistos desde la Primera Guerra Mundial en adelante. En tal sentido, y frente a las NTIC, identificamos un ejercicio de “vieja propaganda” (Pizarroso Quintero, 2005) que se sostiene en los principios elementales de la propaganda de guerra establecidos entre 1914 y 1919 (Morelli, 2002) y en el uso y abuso de la propaganda negra y gris de agitación, si se trata de la forma que adoptan los emisores y el tempo del mensaje.

La combinación de NTIC con “vieja propaganda” ofrece resultados dispares. Si bien permite colonizar de manera casi instantánea el discurso narrativo de los medios de comunicación periodística debido a su connivencia con alguno de los actores presentes en el conflicto pero, sobre todo, a su debilidad organizativa y productiva derivada del modelo Murdoch, la oportunidad que significa para actores irregulares puede convertirse en un riesgo. Para los emisores, porque el exceso de confianza en la debilidad de los medios y en la burda vieja propaganda los puede exponer a tal extremo que no solo pierden la credibilidad como fuentes (OSDH, Cascos Blancos, Bloguera Lesbiana de Damasco o Abu Sakar), sino que terminan exponiendo la propia debilidad estratégica y discursiva de esos mismos actores cuando intentan justificar sus fallos propagandísticos. Esto es evidente en el caso de las explicaciones dadas por los dirigentes del Ejército Sirio Libre ante el caso de Abu Sakar o de los Cascos Blancos a la hora de justificar el apoyo recibido por el Estado de Israel. Ni el primero era algo parecido a un ejército ni el segundo una ONG sin más.

El riesgo es igualmente alto para los medios periodísticos que, al reproducir acríticamente esos contenidos gratuitos que circulan por las NTIC, terminan muchas veces teniendo que dar explicaciones por episodios de mala praxis (casos de la Bloguera Lesbiana de Damasco o de Abu Sakar). Ello lastra su credibilidad no solo respecto a los casos concretos, sino al conjunto de la cobertura de un determinado conflicto armado. Para evitarlo terminan recurriendo al argumentario de la “vieja propaganda”, con lo que justifican más o menos abiertamente los desafueros del emisor o veladamente acusando de traidores a quienes ponen en duda su discurso, lo que al menos los convierte directamente en propagandistas que, por lo mismo, pierden su condición de informadores.

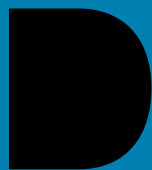


Resulta imprescindible seguir la evolución de la relación entre NTIC, medios de comunicación periodística convencionales y vieja propaganda en el contexto de unos conflictos armados que parecen volver a mutar. En espera de que así lo demuestre la polemología, el primer año del rebrote del conflicto en Ucrania (2022) parece indicar una cierta vuelta a las “viejas guerras”, aquellas en las que priman los Estados como actores bélicos, aunque en Ucrania también se han visto actores irregulares.

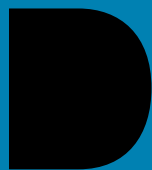
Desde el ámbito de la comunicación, una observación inicial permite estimar que si bien se está ante un tipo de conflicto que no encaja con el concepto de nueva guerra y solo en parte con el de guerra híbrida, la colonización de los medios de comunicación periodística y su discurso por parte de mensajes trufados de “vieja propaganda” que circula por redes sociales y otras NTIC también se da profusamente en el caso ucraniano. Una oportunidad que, como se ha visto con los cuestionados videos del presidente ucraniano Volodimir Zelenski o de los del acusado de pronazi Batallón Azov, se convierten en riesgos para emisores y medios que solo se supera no ya con las justificaciones vistas en Siria, sino con la aplicación directa de medidas de censura, por ejemplo, las de la Unión Europea a medios rusos como RT o Sputnik, lo que afecta todavía más a unos receptores a los que la extensión de la fórmula NTIC-vieja propaganda-medios de comunicación periodística puede dejar aún más inermes cuando de “viejas guerras híbridas” se trate.

Referencias

1. Alandete, D. (2013, 14 de mayo). Un comandante famoso por su ferocidad. *El País*. https://elpais.com/internacional/2013/05/14/actualidad/1368555727_072299.html
2. Alkousaa, R. (2016, 4 de diciembre). How Facebook hurt the Syrian revolution. *Al Jazeera*. <http://www.aljazeera.com/indepth/opinion/2016/12/facebook-hurt-syrian-revolution-161203125951577.html>
3. Anderson, T. (2015a, 7 de octubre). Syria: Barrel bombs, partisan sources and war propaganda. *Global Research*. https://www.researchgate.net/publication/298215452_Syria_Barrel_Bombs_Partisan_Sources_and_War_Propaganda
4. Anderson, T. (2015b, 2 de diciembre). War propaganda and the dirty war on Syria. *Global Research*. https://www.researchgate.net/publication/290818827_War_Propaganda_and_the_DirtyWar_on_Syria
5. Aoyama, H., & Hamanaka, S. (2015). Political bias lurking in fatality statistics published by Syrian observatory for human rights. *CMEPS-J Contemporary Middle East Political Studies in Japan.net*, report n.º 1, 1-9.
6. Bados-Nieto, V., & Durán Cenit, M. (2015). Las “nuevas guerras”: Una propuesta metodológica para su análisis. *UNISCI Discussion Papers* (38), 9-33. <https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-72452/UNISCIDP38-1BADOS-DURAN.pdf>
7. Baeza, L. (2018, 22 de julio). Evacuados de Siria centenares de cascos blancos y sus familias. *El País*. https://elpais.com/internacional/2018/07/22/actualidad/1532257803_293991.html
8. Bardin, L. (2002). *Análisis de contenido*. Akal.
9. Davies, N. (2008). *Flat Earth News: An award-winning reporter exposes falsehood, distortion and propaganda in the Global Media*. Random House.



10. Demuyakor, J. (2021). The propaganda model in the digital age: A review of literature on the effects of social media on news production. *Shanlax International Journal of Arts, Science and Humanities*, 8(4), 1-7. <https://doi.org/10.34293/sijash.v8i4.3598>
11. Estados Unidos niega la entrada a un director de fotografía sirio que iba a los Oscar. (2017, 27 de febrero). *El País*. https://elpais.com/internacional/2017/02/25/estados_unidos/1488058371_076473.html
12. Grohe, E. (2015). The cyber dimensions of the Syrian civil war: Implications for future conflict. *Journal of Comparative Strategies*, 34(2), 133-148. <https://doi.org/10.1080/01495933.2015.1017342>
13. Hidalgo, C. (1986). *Teoría y práctica de la propaganda contemporánea*. Editorial Andrés Bello.
14. Kaldor, M. (2007). *New and old wars: Organized violence in a global era*. Stanford University.
15. Kaldor, M. (2013). In defense of new wars. *Stability: International Journal of Security and Development*, 2(1). <https://doi.org/10.5334/sta.at>
16. Kalyvas, S. (2001). New and old civil wars: A valid distinction? *World Politics*, 54, 99-118.
17. Kaplan, R. (2000). *La anarquía que viene*. Ediciones B.
18. Khamis, S., Gold, P. B., & Vaughn, K. (2012). Beyond Egypt's "Facebook Revolution" and Syria's "YouTube Uprising": Comparing political contexts, actors and communication strategies. *Arab Media & Society*, 15.
19. Lin, C. (2016). White helmets—US hybrid warfare for regime change operations? *ISPSW Strategy Series: Focus on Defense and International Security* (456). http://www.ispsw.com/wp-content/uploads/2016/10/456_Lin-1.pdf
20. Maass, P. (2001). Competencia mortal. En M. Leguineche & G. Sánchez (Eds.), *Los ojos de la guerra* (pp. 113-123). Plaza y Janés.
21. MacFarquhar, N. (2013, 9 de abril). A very busy man behind the syrian civil war's casualty count. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2013/04/10/world/middleeast/the-man-behind-the-casualty-figures-in-syria.html>
22. Magallón, R. (2021). Medios de comunicación y redes sociales: Entre el conflicto, la (in)dependencia y la cooperación. *Cuadernos de Periodistas* (42), 9-17. <https://www.cuadernosdeperiodistas.com/medios-de-comunicacion-y-redes-sociales-entre-el-conflicto-la-independencia-y-la-cooperacion/>
23. Malantowicz, A. (2013). Civil war in Syria and the 'new wars' debate. *The Amsterdam Law Forum*, 5(3), 52-60.
24. Marsh, K. (2011, 6 de mayo). A gay girl in Damascus becomes a heroine of the Syrian revolt. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/world/2011/may/06/gay-girl-damascus-syria-blog>
25. McBride, S. (1980). *Un solo mundo, voces múltiples: Comunicación e información en nuestro tiempo*. Unesco/Fondo de Cultura Económica.
26. McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación: Las extensiones del ser humano*. Paidós.
27. McLuhan, M., & Powers, B. (1995). *La aldea global: Transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI*. Gedisa.
28. Morelli, A. (2002). *Principios elementales de la propaganda de guerra*. Hiru.
29. Moro, F. (2016). Civil wars. En P. Joseph (Ed.), *The Sage encyclopedia of war: Social science perspectives*. Sage. <http://dx.doi.org/10.4135/9781483359878.n126>



30. Pfordte, J. (2013). *Cubrir el conflicto armado en Siria: los retos de informar: Análisis de los factores endógenos y exógenos de tres corresponsales españoles* [tesis de maestría, Universidad de Ratisbona y Universidad Complutense de Madrid].
31. Pizarroso Quintero, A. (1993). *Historia de la propaganda*. Eudema.
32. Pizarroso Quintero, A. (2005). *Nuevas guerras, vieja propaganda: De Vietnam a Irak*. Cátedra.
33. Rendueles, C. (2013). *Sociofobia, el cambio político en la era de la utopía digital*. Capitán Swing.
34. Rodríguez-Fernández, L. (2018). Propaganda y redes sociales en la comunicación de conflictos bélicos. En A. I. Arévalo Salinas, G. Vilar Sastre, & T. Al Najjar Trujillo (Eds.), *Comunicación, paz y conflictos* (pp. 83-90). Dykinson.
35. Rogers, E. M. (1986). *Communication technology: The new media in society*. Free Publisher.
36. Said, E. (2015). *Orientalismo*. Debolsillo.
37. Sambanis, N. (2004). What is civil war? Conceptual and empirical complexities of an operational definition. *Journal of Conflict Resolution*, 48(6), 814-858. <http://www.jstor.org/stable/4149797>
38. Sánchez Herráez, P. (2014). La nueva guerra híbrida: Un somero análisis estratégico. *Documento de Análisis Instituto Español de Estudios Estratégicos*. http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_analisis/2014/DIEEEA54-2014_NuevaGuerraHibrida_PSH.pdf
39. Sapag, P. (2019). *Siria en perspectiva: De una crisis internacionalmente mediatizada a la reconstrucción física y política*. Ediciones Complutense.
40. Sapag, P., & Pérez Rastrilla, L. (2022). Posibilidades y límites de la propaganda semántica en la era de las redes sociales: “primavera”, “revolución”, “crisis” o “contrarrevolución” árabe. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 9 (especial), 68-91. <https://doi.org/10.24137/raeic.9.e.4>
41. Sapag, P., & Rubio Á. (2017). Los cristianos de Siria y Facebook durante el conflicto armado (2011-2015). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 22(2), 1217-1228. <https://doi.org/10.5209/ESMP.54260>
42. Secuestrada una bloguera en Siria. (2011, 8 de junio). *El País*. https://elpais.com/elpais/2011/06/08/mujeres/1307534767_130753.html
43. Sengupta, S., & Barnard, A. (2016, 20 de abril). Leader of Syria rescue group, arriving in U.S. for award, is refused entry. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2016/04/21/world/middleeast/leader-of-syria-rescue-group-arriving-in-us-for-award-is-refused-entry.html>
44. Smith, S. (2011, 18 de junio). Gay girl in Damascus Hoax, should news outlets correct stories? *iMediaEthics*. <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:blsAKnCxow8J:https://www.imediaethics.org/gay-girl-in-damascus-hoax-should-news-outlets-correct-stories/+&cd=13&hl=es&ct=clnk&gl=es>
45. The Syria Campaign. (2018). *Killing the truth*. <https://thesyriacampaign.org/wp-content/uploads/2017/12/KillingtheTruth.pdf>
46. Vizer, E. A. (2007). Nuevas tecnologías para nuevas militancias. *Revista TELOS* (abril-junio), 1-20.
47. White Helmets. (2019, 2 febrero). Unarmed and neutral. <https://www.whitehelmets.org/en>
48. Wood, P. (2013, 5 de julio). Cara a cara con el “rebelde caníbal” de Siria. *BBC Mundo*. https://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/07/130705_siria_rebelde_canibal_am