

Fundamentos del concepto de desinformación como práctica manipuladora en la comunicación política y las relaciones internacionales

Roberto Rodríguez Andrés¹.

Fechas: Recibido: 9 de febrero de 2016 / Aceptado: 21 de enero de 2017

Resumen. La práctica de la desinformación ha quedado vinculada a la Guerra Fría, periodo en el que tanto Estados Unidos como la Unión Soviética crearon organismos especializados en utilizar la información como arma de guerra. Sin embargo, este término ha traspasado este contexto histórico, puesto que continuó usándose tras el fin del conflicto entre americanos y soviéticos, habiendo llegado hasta nuestros días con múltiples significaciones que han difuminado sus límites conceptuales. En el presente artículo se trata de revisar de forma crítica los fundamentos manipuladores del concepto de desinformación para delimitar el significado concreto de esta práctica, que sigue de permanente actualidad tanto en la comunicación política como en las relaciones internacionales.

Palabras clave: Desinformación; manipulación; información; comunicación política; medios de comunicación; relaciones internacionales.

[en] Basis of the concept of disinformation as a manipulative practice in political communication and international relations

Abstract. Disinformation as a practice has been linked to the Cold War, period when both the United States and the Soviet Union created agencies to use information as a weapon of war. However, this term has transcended this historical context. Its use has continued since the end of the conflict between Americans and Soviets into the present day, with multiple meanings that have blurred its conceptual boundaries. In this article we try to critically review the manipulative basis of the concept of disinformation to define the precise meaning of this practice, which is still standing today both in political communication and international relations.

Keywords: disinformation; manipulation; political communication; media; international relations.

Sumario. 1. Introducción. 2. Orígenes históricos del concepto de desinformación. 3. Fundamentos del concepto de desinformación. 3.1. La desinformación como fenómeno intencional. 3.2. La desinformación como falta de verdad. 3.3. La desinformación como fenómeno ligado a la información y los medios de comunicación. 3.4. La desinformación como arma de ataque contra el adversario. 3.5. La desinformación como fenómeno organizado. 4. Conclusiones. 5. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Rodríguez Andrés, Roberto. (2018). Fundamentos del concepto de desinformación como práctica manipuladora en la comunicación política y las relaciones internacionales. *Historia y comunicación social*, 23 (1), 231-244.

1 Universidad Pontificia Comillas (ICAI-ICADE) y Universidad de Navarra
rrodriguez@comillas.edu

1. Introducción

El término desinformación se ha convertido en habitual en el lenguaje político y periodístico, habiéndose incorporado también al acervo popular, en el que aparece vinculado a la manipulación de los medios, al control de la información en beneficio de intereses políticos o económicos y a las estrategias de gobiernos, partidos o grandes empresas para engañar a la opinión pública. Y así, dicen los diccionarios que desinformación es sinónimo de desconocimiento o ignorancia y también de manipulación o de confusión.

Que el uso del término se ha generalizado en el lenguaje común es algo que puede comprobarse fácilmente realizando una búsqueda en Internet. Más de 800.000 páginas se pueden encontrar al teclear “desinformación” y en torno a 3 millones si se utiliza el vocablo en inglés (*disinformation*). Esta situación es particularmente reseñable por cuanto el término en sí mismo es de reciente creación, de principios del siglo XX, y su incorporación a los principales diccionarios aún más cercana en el tiempo. Como recoge Jacquard, el *Larousse* francés lo incluyó por primera vez en 1982, definiéndolo como “acción de suprimir la información, de minimizar su importancia o modificar el sentido” (Jacquard, 1988: 9). Por su parte, el diccionario de la Real Academia Española no lo introdujo hasta 1992, definiéndolo como “dar información intencionadamente manipulada al servicio de ciertos fines” o “dar información insuficiente u omitirla”.

Nos encontramos, por tanto, ante un fenómeno de muy reciente conceptualización pero que, sin embargo, ha alcanzado un prolífico uso en muy poco tiempo. Con el paso de los años se ha convertido en un término cliché, al que se recurre para definir múltiples situaciones, todas ellas caracterizadas por el empleo de la mentira, y muy especialmente en el campo de la comunicación política. Pero ¿se puede decir que toda mentira o engaño es desinformación? ¿Cuáles son las cualidades propias de este fenómeno, aquéllas que permiten diferenciarlo de otros que pueden resultar similares?

Este será el principal objetivo del presente artículo, rastrear los orígenes y fundamentos del concepto de desinformación y analizar sus particularidades, algo que sigue siendo necesario en nuestros días en un contexto en el que, como concluye Romero, “el concepto de desinformación tiene casi tantos significados como la cantidad de autores que lo han tratado” (2013: 319).

Para ello, la metodología de este trabajo estará basada en la revisión conceptual de la desinformación, sobre la base del análisis de la bibliografía especializada en este fenómeno, procedente de campos como la Comunicación, las Relaciones Internacionales, la Psicología y la Sociología, entre otros, tanto en libros y tratados académicos como en artículos de investigación.

2. Orígenes históricos del concepto de desinformación

La primera constatación histórica del empleo del término desinformación se produjo a inicios del siglo XX. Los rusos que emigraron a Francia al acabar la Primera Guerra Mundial relataron que la policía política bolchevique utilizaba la expresión *desinformatzia* para referirse a todas aquellas acciones dirigidas desde el interior y exterior del país destinadas a impedir la consolidación del régimen

comunista en Moscú (Cathala, 1986; Volkoff, 1986; Jacquard, 1988; Durandin, 1995; Galdón, 1994).

En esos primeros años, el término estaba al alcance de un reducido número de personas, casi todas ellas miembros del ejército ruso o de la Administración. Poco a poco, su uso empezó a ser más frecuente y acabó por incorporarse a las enciclopedias y diccionarios del país. El primero en hacerlo fue el *Diccionario de la Lengua Rusa*, editado en 1949. En él, se definía sucintamente la desinformación como “la acción de inducir al error por medio de informaciones mentirosas” y se ponía como ejemplo “la desinformación de la opinión pública llevada a cabo en los países capitalistas” (Volkoff, 1986: 167-168). Sin embargo, el término adquirió verdadera carta de naturaleza tres años más tarde, en 1952, cuando pasó a formar parte de la *Gran Enciclopedia Soviética*. La desinformación quedó definida entonces como la distorsión que los Estados Unidos ejercían sobre la opinión pública mundial a través de su enorme potencial informativo (Jacquard, 1988).

Desde la propia Unión Soviética también empezaron a ejecutarse planes específicos para desestabilizar regímenes exteriores, principalmente el de los Estados Unidos, su eterno rival. Ya desde 1917, Lenin había declarado la guerra al capitalismo y había afirmado que mientras los objetivos del proletariado no se impusieran en todo el mundo, no dejarían de utilizar todos los medios a su alcance para lograrlo. Y dentro de este conjunto de medios, denominados a partir de entonces como “medidas activas”, se incluyó la desinformación (Álvarez y Secanella, 1991).

Esta práctica se institucionalizó a finales de la década de los cincuenta, cuando los servicios de inteligencia soviéticos, de la mano de la KGB, pusieron en marcha departamentos especiales de desinformación. En la URSS, este servicio se inició en 1959. En Alemania, Checoslovaquia, Hungría, Polonia y Bulgaria, países de la órbita socialista, se crearon entre 1963 y 1964 (Álvarez y Secanella, 1991).

Como afirma Barron (1974), a partir de entonces la desinformación se empleó por parte de la KGB para influir en las políticas de otros gobiernos, desprestigiar a los Estados Unidos y a los países capitalistas, y lograr así la instauración de sistemas comunistas en todo el mundo. Se buscaba enturbiar relaciones entre estados, minar la confianza de las poblaciones extranjeras en sus líderes e instituciones, desacreditar a personas o grupos opuestos al comunismo, engañar a los extranjeros sobre las verdaderas intenciones de la Unión Soviética y, según en qué momentos, ocultar actividades de la KGB. La desinformación se convirtió así en una poderosa arma de guerra. Como ha descrito Heller, “dentro de ese conflicto total e incesante que la Unión Soviética mantenía contra el mundo capitalista y burgués, la desinformación fue un arma particularmente eficaz, un instrumento capital para condicionar a los individuos” (Volkoff, 1986: 170). De hecho, los propios manuales de entrenamiento de la KGB definían también la desinformación en términos claramente militares: “La desinformación estratégica ayuda a la ejecución de las tareas del Estado y se dirige a despistar al enemigo en lo concerniente a las cuestiones básicas de política de Estado, de situación económica, en lo militar y en los logros científico-técnicos de la URSS; tiende también a despistar en la política de ciertos países imperialistas respecto a las relaciones de unos con otros y despistar también sobre las operaciones especiales de los órganos de seguridad del Estado” (Álvarez y Secanella, 1991: 368).

El fenómeno de la desinformación pronto suscitó el interés de los gobiernos no comunistas, especialmente el de Estados Unidos, que empezaba a ver con preocupación los efectos de estas técnicas usadas por los soviéticos. En los años sesenta, la

CIA recibió el encargo de estudiarlas con detenimiento. Con la ayuda de algunos disidentes soviéticos, el más destacado de ellos Ladislav Bittman (1972, 1985, 1988), director del departamento de desinformación checoslovaco, pudo ir recopilando datos y, mediada la década, en 1965, envió un informe al gobierno en el que la desinformación quedaba definida como “información falsa, incompleta o sesgada, que es pasada, alimentada o confirmada hacia un grupo, un individuo o un país” (Álvarez y Secanella, 1991). Con el fin de contrarrestar estas medidas, y para no quedarse atrás en la batalla por dominar la información, Estados Unidos también puso en marcha servicios similares al soviético, que acabarían integrándose en un solo departamento bajo la denominación de USIA (*United States Information Agency*) (Solbés, 1988; Chomsky y Herman, 1995). A partir de este momento, como afirmó en una ocasión Charles Wick, director de este organismo en la década de los ochenta, la información se convirtió en “el elemento más importante de la política exterior americana” (Solbés, 1988: 81). Y es que a través de ella, los Estados Unidos pudieron también influir en los países rivales sin necesidad de intervenciones armadas y sin levantar recelos entre la población.

3. Fundamentos del concepto de desinformación

Como se ha expuesto en el epígrafe anterior, el origen del término desinformación se sitúa en los inicios del siglo XX y su apogeo llega con la Guerra Fría. Sin embargo, como apunta Romero, “existen indicios claros de que actividades desinformativas se pueden documentar en textos extremadamente antiguos, lo que nos puede estar hablando de una práctica tan antigua como la propia organización social” (Romero, 2013).

Utilizar la mentira con fines propagandísticos en las relaciones entre Estados o en las guerras, o como instrumento para tener controlada a la población, es algo que se ha producido desde hace siglos por parte de numerosos regímenes políticos. Las operaciones llevadas a cabo por la KGB o por la CIA no fueron muy distintas, por ejemplo, a las puestas en práctica por Sun-Tzu hace miles de años. De hecho, su obra *El arte de la guerra* es considerada como el primer tratado escrito de la desinformación y el propio Sun-Tzu ha recibido el calificativo de “profeta” de la desinformación (Volkoff, 1986; Cathala, 1986).

Por tanto, el fenómeno no es esencialmente innovador, aunque lo que sí es reciente es el término concreto para denominarlo, un término y una realidad que se consolidaron en una situación histórica muy específica, caracterizada por dos notas principales: en primer lugar, la lucha constante entre Estados Unidos y la Unión Soviética, que llevó a ambos países a perfeccionar sus métodos de espionaje y de ataque al rival. Y, en segundo, el avance y desarrollo de los modernos medios de comunicación, cuyo poder de difusión fue utilizado por ambas potencias para influir en el público y sin los cuales no podría entenderse verdaderamente el nacimiento e implantación de este fenómeno (Cathala, 1986).

Sin embargo, el concepto ha traspasado el periodo de la Guerra Fría, puesto que, como se apuntó en la introducción, ha seguido empleándose hasta nuestros días. Y lo ha hecho ampliando sus significaciones originales. En la actualidad, ya no sólo se habla de desinformación ligada al ámbito bélico y ni siquiera se vincula en exclusiva a la política. Se habla por ejemplo de desinformación mediática y también económica,

empresarial o corporativa, en alusión a cómo las grandes compañías multinacionales controlan la difusión de noticias, ocultando a la ciudadanía aquellas que puedan resultar negativas para sus intereses y moviendo los hilos de la política y de la opinión pública (Serrano, 2009; Otte, 2010).

Las múltiples significaciones que se dan a la desinformación en la actualidad hacen necesario seguir ahondando en las lindes conceptuales del término, para tratar de diferenciarlo de otros que pueden resultar similares. A ello se dedican las próximas páginas.

3.1. La desinformación como fenómeno intencional

Transmitir a alguien una información que no es verdadera es una situación que puede darse con asiduidad. Y muchas veces, como afirma Galdón, se produce de forma no intencionada, simplemente por un error. Sin embargo, continúa este autor, sólo podrá hablarse de desinformación “cuando hay intención clara de engañar por parte de los promotores y realizadores de la información” (2001: 48). En virtud de este criterio, ha sido común entre autores estadounidenses y franceses establecer la distinción entre *missinformation*, para hacer referencia al error, y *disinformation* cuando hay intención de engañar (Fallis, 2011).

En definitiva, se entiende que la desinformación es un fenómeno en el que el emisor tiene el firme propósito de ejercer algún tipo de influencia y control sobre sus receptores para que éstos actúen conforme a sus deseos. Es, por tanto, un fenómeno claramente intencional, en el que el emisor busca su propio beneficio y en el que, por tanto, y como explica Van Dijk (2006), se produce un abuso de poder.

Distintos autores han incidido en esta cualidad esencial de la desinformación. Ferré (1982) considera que la desinformación tiene por objetivo llevar a cometer actos colectivos o a difundir opiniones que correspondan a las intenciones del desinformador. Para Fraguas de Pablo, la intención desinformativa del emisor es “el factor intrínseco que caracteriza la desinformación y la diferencia de otras figuras con las cuales se podría confundir” (1985: 4). Y de la misma opinión es Emmerich, que considera que “la condición fundamental para que se dé la desinformación es la intencionalidad, porque mientras no haya intención no hay desinformación” (2015: 46). De hecho, la intencionalidad es también el elemento clave de la definición de desinformación que dan obras de referencia como el *American Heritage Dictionary* (“información deliberadamente engañosa”), el *Oxford English Dictionary* (“difusión de información deliberadamente falsa”) o el diccionario de la RAE (“dar información intencionadamente manipulada”).

Lo que ha ocurrido es que, con el paso de los años, el concepto de desinformación se ha ido vinculando progresivamente no sólo con el plano de las intenciones del emisor, sino que ha empezado a utilizarse también desde la perspectiva del receptor o de los resultados de la acción. En definitiva, se usa el término no sólo para definir los esfuerzos organizados de un actor político por ocultar o manipular la información, como en sus orígenes, sino que se alude también a este concepto cuando se habla de forma genérica de falta de información de los ciudadanos sobre determinados asuntos, o conocimiento erróneo de los mismos, sea cual sea el motivo y aun cuando no haya una intención por parte de alguien por mantenerles engañados (Rivas, 1995). Así lo refleja la propia Real Academia en su definición de desinformación, al decir en su segunda acepción que ésta puede entenderse como “falta de información,

ignorancia”. Y así lo cree también Floridi, uno de los autores contemporáneos que más ha estudiado el fenómeno de la desinformación, que dice que este fenómeno “no necesita necesariamente ser intencional” (1996: 510). Ello ha llevado asimismo a que el término haya traspasado sus fronteras semánticas originales para aplicarse no sólo a la comunicación política o a las relaciones internacionales sino a cualquier otro campo. Es destacable, por ejemplo, el prolífico uso que se hace de la palabra desinformación en el terreno médico, para hacer referencia a la falta de información que tienen los pacientes sobre determinadas enfermedades o tratamientos y que, a veces, dificultan su adherencia.

Entendemos, en el fondo, que esta perspectiva es demasiado extensa y que contribuye a difuminar las lindes conceptuales del fenómeno. Porque una persona, por ejemplo, puede desconocer un asunto porque no ha prestado atención a una noticia, o se ha acercado a ella de forma superficial, o porque no tiene interés por la actualidad y no sigue los medios. O también porque el periodista ha cometido un error involuntario en su información. En estos casos, y desde el punto de vista del resultado final, el ciudadano está desinformado o auto-desinformado, como apunta Romero (2013), pero no porque haya alguien que así lo ha planificado. Y la realidad, por muy paradójica que pueda resultar, es que en una sociedad como la actual, con miles de fuentes de información y de vías de acceso a la misma, sobre todo tras la llegada de Internet, el desinterés ciudadano por la información, sobre todo por la información política, es muy alto, y con ello el nivel de supuesta “desinformación” entre buena parte de la población.

Creemos, por tanto, en sintonía con Fallis (2015), que en estos casos no es apropiado utilizar la expresión desinformación en el sentido estricto del término, por mucho que se haya incorporado plenamente al lenguaje coloquial. Porque si se entiende la desinformación como un proceso de manipulación, es imprescindible que haya intención de desinformar por parte del emisor.

3.2. La desinformación como falta de verdad

La intención de mentir es quizá el elemento más sustancial del fenómeno de la desinformación. Pero la mentira puede tener dos caras. Se puede mentir por comisión, es decir, transmitiendo un hecho falso a sabiendas de que lo es y sin advertir de su falsedad, y también por omisión, ocultando o silenciando datos relevantes sin los cuales es imposible el conocimiento completo de la verdad (Desantes-Guanter, 1976; Soria, 1997). Partiendo de esta clasificación básica, Durandin (1983 y 1995) ha diferenciado entre supresión (hacer creer que una cosa que existe, no existe), adición (hacer creer cosas que en verdad no son reales, inventando una realidad paralela) y deformación (alterar la naturaleza de las cosas, bien de forma cuantitativa o cualitativa).

El sentido original del concepto de desinformación vinculaba esta práctica únicamente a la mentira por comisión, es decir, a la difusión de una información falsa. La *Gran Enciclopedia Soviética* la definía como la “distorsión” que los Estados Unidos ejercían sobre la población mundial. “Distorsión” entendida como modificación de la realidad, como algo falseado intencionalmente. Y la CIA decía de ella que era “información falsa, incompleta o sesgada”.

Esta misma interpretación puede observarse en las definiciones propuestas por distintos académicos especializados en el estudio de esta disciplina. Según Shultz y Godson es la “comunicación que intencionalmente contiene información falsa,

incompleta o engañosa (...) transmitida con el fin de engañar, dar información incorrecta o inducir al error” (1984: 38). Para Watzlawick, hablamos en este caso de operaciones para “engañar y desorientar” a los adversarios (1986: 129). Benesch y Schmandt sostienen que la desinformación puede ser descrita como “información falsa” (1982: 11). Según Jacquard, se trata de una “sutil deformación de la verdad” (1988: 14). Barron la define como “la diseminación de información falsa y provocadora” (1974: 6). Cathala, como método para “travestir o disimular la realidad” (1986: 20). Para Fraguas de Pablo, la desinformación “tiene la intención de disminuir, suprimir o imposibilitar la correlación entre la representación del receptor y la realidad del original” (1985: 11). Finalmente, Galdón define la desinformación como la “ausencia de verdadera información o de información verdadera” (2001: 48).

Y precisamente por esta característica de faltar a la verdad, algunos autores han preferido denominar a este fenómeno “intoxicación” en vez de desinformación, puesto que entienden que este término define con mayor exactitud la confusión buscada por el emisor. Es el caso de Nord (1971) o de Melnik. Para este último, intoxicación es “la difusión, por parte de los servicios especiales, de informaciones alteradas o de una falsedad notoria que son dirigidos a los servicios de información enemigos” (Cathala, 1986: 49).

La distinción entre mentira por comisión o por omisión en la desinformación ha quedado sistematizada de forma muy clara por Sartori (1998), para quien hay que diferenciar entre “subinformación”, que es cuando se da información insuficiente, y “desinformación”, que es cuando se proporciona información distorsionada. Así, según este autor, desinformación es “una distorsión de la información: dar noticias falseadas que inducen a engaño al que las escucha” (1998: 80). Y para que esas mentiras sean exitosas y logren el efecto buscado, tal como afirma Jacquard (1988), el desinformador ha de procurar dotar a su mensaje de un halo de verosimilitud, para que los receptores no desconfíen y acaben tomándolo por cierto. De esta forma, la desinformación supone una eficaz herramienta para ejercer influencia, puesto que quienes la reciben no son conscientes en ningún momento de estar ante información tergiversada. El emisor opera con completa impunidad mientras que su audiencia desconoce la operación en la que se está viendo involucrada

A tenor de lo expuesto, quedarían en principio fuera del alcance de esta práctica las omisiones, es decir, la ocultación de información o el silencio sobre determinadas noticias o hechos. Lo que ha ocurrido es que el término ha ido ampliando su significación original y, en la actualidad, pueden encontrarse definiciones de la desinformación en las que se incluyen tanto las mentiras por comisión como por omisión. El *Larousse*, por ejemplo, al que hemos hecho referencia anteriormente, habla de “acción de suprimir la información, de minimizar su importancia o modificar el sentido” y el *Diccionario de la Lengua Española* de “dar información insuficiente u omitirla”. Esto ha llevado, como explica Rivas (2004), a que se emplee este término para definir tanto la mentira como la ocultación de la verdad en la política.

3.3. La desinformación como fenómeno ligado a la información y los medios de comunicación

Una tercera cualidad de la desinformación es que está íntimamente unida a la información y, más concretamente, a los medios de comunicación, al intento por parte

del emisor de valerse de ellos y de manipularlos para cumplir sus objetivos (García, 2009).

Esta interdependencia se evidenció desde los primeros años en los que se acuñó el término. La definición empleada por la *Gran Enciclopedia Soviética* hacía referencia expresamente a que se trataba de la distorsión que los Estados Unidos llevaban a cabo a través de su “enorme potencial informativo”. La desinformación aparecía claramente unida al poder de los medios de comunicación y, de hecho, las actividades de desinformación llevadas a cabo por la propia KGB, y luego seguidas por otros países, tenían que ver también con la prensa. Todo ello mediante técnicas como facilitar a los periodistas documentos prefabricados, cartas, manuscritos y fotografías falsificadas; la propagación de rumores o noticias falsas; y el engaño y control de los medios de comunicación, no sólo de la Unión Soviética sino también del extranjero, mediante periodistas espía o a través de técnicas como soborno y extorsión (Barron, 1983; Golitsyn, 1983; Poliakov, 1983; Shultz y Godson, 1984; Pincher, 1985; Fertilio, 1994). En definitiva, se intentaba conseguir que noticias interesadas pasaran el filtro de las redacciones y acabaran siendo publicadas. En otras palabras, se pretendía influir en los periodistas para, a través de ellos, influir en la sociedad y en sus gobernantes (Chiais, 2008).

En este contexto, como destaca Rivas, cobra especial importancia el papel de los periodistas, puesto que de ellos depende contribuir o no a difundir una posible desinformación y, en definitiva, que ésta llegue a tener éxito finalmente. “No habrá desinformación —dice este autor— si los periodistas hacen su trabajo con rigor y contrastan las fuentes” (2004: 175). Se puede decir, por tanto, que para que exista desinformación se necesita una causa inicial (que haya intención de desinformar por parte de la fuente) pero también una intermediación y un resultado final (que la desinformación sea difundida por los medios y llegue a la opinión pública). Y salvo en los casos de periodistas espía, sobornos o control de los medios, antes mencionados, y que suponen una participación voluntaria y activa de los informadores en la transmisión de la desinformación, lo normal es que el periodista o el medio sean transmisores involuntarios de la misma, puesto que desconocen que se les está intentando manipular. Aunque ello no es óbice para exigirles también cierta responsabilidad, porque su deber es contrastar las fuentes y no difundir noticias que hayan comprobado que son falsas o no suficientemente confirmadas (Mac Hale, 1988).

Lo que ocurre es que esta tarea no siempre se realiza. Y tampoco en la actualidad, a pesar de que la libertad de información sea un derecho protegido a nivel internacional. El principio de independencia de los medios está cada vez más cuestionado, al entender que ésta se ha visto muy limitada, cuando no abiertamente suprimida. En los últimos años se viene denunciando el progresivo control político y económico sobre la prensa, bien directo o indirecto. Incluso se habla ya también, casi siempre en términos de denuncia, de un nuevo tipo de desinformación, la desinformación mediática, para referirse a cómo los propios medios de comunicación, en especial las grandes corporaciones, han abandonado su vertiente informativa y se han convertido en poderosos medios de influencia social en función de unos determinados intereses económicos o ideológicos, casi siempre en beneficio de las clases dominantes (Chomsky y Herman, 1995; Ortega, 2006; Serrano, 2009; Otte, 2010).

Se ha producido así un cambio sobre la significación primigenia del término. En los orígenes de este concepto, los medios de comunicación eran el soporte a través del cual los gobiernos intentaban desinformar a los ciudadanos. Pero de ser medios

para la desinformación ahora se habla también de que ellos mismos se han convertido en agentes activos de esta práctica.

En esta relación entre desinformación y medios de comunicación, no puede obviarse que en los últimos años, con la irrupción de Internet, los desinformadores han encontrado otro campo de batalla especialmente atractivo para sus fines. Ya no utilizan en exclusiva los medios, puesto que tienen a su alcance otras herramientas de comunicación como las redes sociales o las páginas web para difundir sus mensajes. La Red hace circular a velocidad de vértigo rumores e informaciones falsas, tergiversadas o sacadas de contexto, que acaban saltando incluso a las páginas de los periódicos y a los noticiarios de radio y televisión. Se puede afirmar que Internet es el nuevo terreno de juego de la desinformación en el siglo XXI (Argemí, 2013; Gómez, 2013).

3.4. La desinformación como arma de ataque contra el adversario

Atendiendo a los orígenes históricos del concepto, la intencionalidad de faltar a la verdad a través de la manipulación de los medios está vinculada a la consecución de un objetivo estratégico: atacar al que es considerado como adversario. Se puede afirmar que la esencia de la desinformación no es de cariz positivo (ensalzar las propias virtudes del emisor) sino negativo (desprestigiar al rival), sabiendo en todo caso que ese desprestigio resulta al final beneficioso para los intereses de quien circula la desinformación.

Así lo entiende Blázquez, al considerar que este fenómeno va mucho más allá de engañar o de proveer informaciones falsas, porque su objetivo último es utilizar esta vía para deslegitimar al rival. “Lo que busca en el fondo la desinformación —apunta este autor— es aniquilar a su presunto adversario” y ésa es por tanto la principal intención o finalidad del proceso (2000: 61).

Esta circunstancia ha sido anotada por otros autores como Muñoz Alonso, Sánchez Noriega o Rivas, que inciden igualmente en su potencialidad como arma de guerra con la que vencer al enemigo. El primero considera a la desinformación como “la estrategia de las palabras y de las fintas psicológicas, destinada a obtener la victoria sin combatir” (1989: 59). Sánchez Noriega, por su parte, define este fenómeno como “estrategia político-militar utilizada como arma en las guerras y en las rivalidades internacionales de cara a desprestigiar a una personalidad pública, manipular a la opinión pública, presionar a los organismos internacionales o a otros Estados, etc.” (1997: 83). Por último, según Rivas, el objetivo de la desinformación es “crear confusión en el enemigo” (1995: 76).

Por eso la desinformación ha quedado vinculada con las relaciones internacionales y, más concretamente, con la existencia de conflictos, tanto diplomáticos como bélicos, en las que hay dos o más partes en litigio, como el que se produjo entre Estados Unidos y la Unión Soviética durante la Guerra Fría. Sin embargo, tras la caída del Muro de Berlín y el fin del sistema comunista, y en una nueva era de distensión marcada por la supremacía de Estados Unidos, la desinformación como concepto estratégico fue perdiendo vigencia porque ya no había un enemigo claro a batir y quizá por ello el término fue adecuándose a otras realidades.

Pero en los últimos años, conforme el nuevo orden mundial ha ido cambiando hacia la multipolaridad, con la aparición de nuevos actores internacionales y nuevos conflictos, el sentido original de la desinformación ha recobrado protagonismo. Así,

se ha vuelto a hablar de ella en las relaciones entre Estados Unidos y potencias emergentes como Rusia o China o en las disputas con Irán, Corea del Norte o Venezuela. También en los distintos conflictos bélicos e intervenciones armadas que se han producido en la era de postguerra fría (Pizarroso, 2008), como las dos guerras de Irak (Ferreira y Sarmiento, 2003; Pizarroso, 2009), la guerra de Yugoslavia, la guerra de Chechenia (Vázquez, 2005) o los conflictos en Afganistán (Torres y García, 2009) y Siria, entre otros. Y ya no sólo se habla de este término en la relación entre bloques o estados, puesto que se aplica también a la estrategia que siguen los grupos terroristas para sembrar el terror entre la opinión pública internacional (Matusitz, 2013).

3.5. La desinformación como fenómeno organizado

La quinta y última característica de la desinformación tiene que ver no tanto con el contenido como con el modo de planificar su transmisión y la determinación de quién es el encargado de ejecutarla. Como apuntan Cathala (1986) y Volkoff (1986), su particularidad reside, por un lado, en la sistematicidad con que ésta se lleva a cabo y, por otro, en la creación por parte del poder de instituciones, organismos o departamentos específicos dedicados a ponerla en práctica, lo que la dota de cierto carácter de profesionalidad. La desinformación es entonces un modo de manipulación organizado, estructurado, planificado minuciosamente, que responde a una estrategia concreta y con objetivos políticos muy claros.

Por eso, lo más común en la concepción tradicional de la desinformación, vinculada a las relaciones internacionales, ha sido determinar que la fuente o emisor de esta práctica suelen ser los Estados, a través de sus aparatos de inteligencia o de propaganda, y que el receptor al que se dirige son también otros Estados, bien directamente el considerado como adversario o naciones terceras sobre las que se quiere influir para que tengan mala imagen del rival. Y dentro de ellas, dirigiéndose de forma preferente a las elites políticas o económicas pero a veces también a la propia opinión pública, para que acabe presionando a esas elites (Bittman, 1985).

La forma de difundir las informaciones falsas también exige una detallada planificación. Sobre todo, porque en la mayor parte de los casos se quiere ocultar la autoría de la información atribuyéndola a un tercero, con lo que se dota al mensaje de mayor credibilidad ante los medios a la vez que la fuente no queda comprometida en el intento de engaño. Así lo creen Shultz y Godson, para quienes una de las características más comunes de la desinformación es que se trata de una comunicación “no atribuida o atribuida a fuentes falsas” (1984: 38).

Quien otorgó por primera vez toda esta sistematicidad a la desinformación y quien creó esos departamentos específicos fue la Unión Soviética y, por ello, se considera a este país como el origen del fenómeno. Los planes de la KGB para crear confusión en los países capitalistas, la red de periodistas espías encargados de desestabilizar sistemas políticos, los telegramas y documentos falsificados, las fotografías trucadas..., todo ello formaba parte de una actividad organizada al detalle por departamentos creados al efecto para llevar a cabo esa tarea. Departamentos que, como afirma Fraguas de Pablo, dejaban a un lado cualquier consideración ética en el cumplimiento de sus propósitos y que sólo perseguían la efectividad y el éxito de sus misiones, sin importar los medios empleados para su consecución (Fraguas de Pablo, 1985).

Tras los atentados del 11-S contra las Torres Gemelas, y la política diseñada por el Gobierno Bush de ataques preventivos contra los países encuadrados en el denominado “Eje del Mal”, Estados Unidos volvió a confiar en la estrategia de la desinformación en las relaciones internacionales. Para ello, creó nuevamente un organismo específicamente destinado a ello, la Oficina de Defensa Estratégica, dependiente del Pentágono, que tuvo que ser cerrada cuando el diario *The New York Times* reveló su existencia, con la consecuente polémica en todo el mundo. Y es que el objetivo de esta oficina, como recuerda Paniagua, era “colocar noticias favorables a los intereses de Estados Unidos en medios informativos internacionales. Esas noticias podían ser verdaderas o falsas y afectar a países amigos o enemigos. Sólo importaba que ayudasen a crear un ambiente propicio para las operaciones bélicas estadounidenses” (2002: 89).

4. Conclusiones

Las múltiples significaciones que se dan hoy día al término desinformación, a pesar de su reciente creación, hacen necesario que desde la academia se siga reflexionando sobre este concepto para contribuir a su delimitación semántica y a la diferenciación con otros procesos que, siendo distintos, se le han acabado asimilando con el paso de los años.

De partida, como se ha expuesto en este artículo, bajo la etiqueta de desinformación se ha incluido cualquier utilización de la mentira, sea intencionada o no, a través de cualquier medio y en cualquier ámbito, sea político, económico e, incluso, en las propias relaciones interpersonales. Sin embargo, la desinformación presenta unas características propias, que pueden rastrearse en los orígenes mismos del concepto a inicios del siglo XX, y que pueden servir como guía para delimitar correctamente la naturaleza de este fenómeno, tanto si se aplica en su ámbito original de los conflictos, la política y las relaciones internacionales como si quiere traspasarse a otros campos:

- En primer lugar, se trata de un fenómeno intencional y manipulador. No puede hablarse de desinformación si la fuente no tiene intención de engañar a sus receptores. Pero esa intención, como en cualquier otro tipo de manipulación, permanece oculta, sin que los receptores lleguen a ser conscientes de que están siendo influidos. Y es por eso que resulta propio de la desinformación el ser una comunicación no atribuida o atribuida a fuentes falsas.
- Su esencia comunicativa radica en la difusión de informaciones engañosas y, por tanto, en el empleo de la mentira. Y si bien hoy día se utiliza este término cuando se recurre a cualquier tipo de mentira (bien sea por comisión o por omisión), la esencia del fenómeno está vinculada no tanto al silencio u ocultación de datos como a las mentiras por comisión, es decir, a la difusión intencionada de información falsa.
- En tercer lugar, el desinformador busca que sus engaños sean difundidos por los medios de comunicación, que se convierten así, y de forma casi siempre involuntaria, en el vehículo o soporte para propagar su mensaje. La desinformación, por tanto, está íntimamente ligada a los medios y al periodismo, puesto que es a ellos a quienes debe engañar en primer lugar para conseguir que difundan sus mensajes y alcanzar a la opinión pública.

- Por último, el desinformador utiliza la mentira como arma de guerra para desprestigiar y atacar a su adversario, que es el objetivo final que guía todas sus actuaciones. Ello implica la necesidad de cierta planificación en esta tarea, que responde a una estrategia trazada de antemano, e incluso a la creación de organismos específicos destinados a diseñar y ejecutar este ataque.

Consideramos que estas especificaciones pueden contribuir a delimitar con mayor precisión qué puede entenderse propiamente por desinformación, limitando así el uso excesivamente genérico que se hace del término hoy día, una tarea en cualquier caso sobre la que se deberá seguir reflexionando en el futuro, habida cuenta de la permanente actualidad de esta práctica.

5. Referencias bibliográficas

- Abreu Sojo, I. (1998). “La campaña electoral vista desde la perspectiva de la propaganda de ataque y el rumor”. En *Revista Latina de Comunicación Social*, nº 12, recuperado el 8 de febrero de 2015 de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/02civan.htm>
- Álvarez, J.T. y Secanella, P.M. (1991). “Desinformación”. En *Diccionario de ciencias y técnicas de la comunicación*. Madrid: Ediciones Paulinas, p. 365-375.
- Argemí Ballbè, M. (2013). *Rumores en Guerra: desinformación, internet y periodismo*. Barcelona: A Contravent.
- Barron, J. (1974). *KGB: the secret work of soviet secret agents*. Nueva York: Bantam Books.
- Barron, J. (1983). *KGB today: the hidden hand*. Nueva York: Reader’s Digest.
- Benesch, H. y Schmandt, W. (1982). *Manual de autodefensa comunicativa*. Barcelona: Gili.
- Bittman, L. (1972). *The deception game: czechoslovak intelligence in soviet political warfare*. Syracuse: Syracuse University Research Corp.
- Bittman, L. (1985). *The KGB and soviet disinformation: an insider’s view*. Oxford: Pergamon Press.
- Bittman, L. (ed.) (1988). *The new image-makers: soviet propaganda & disinformation today*. Washington: Pergamon Press.
- Blázquez, N. (2000). *El desafío ético de la información*. Salamanca: Ed. San Esteban.
- Cathala, H.P. (1986). *Le temps de la désinformation*. París: Stock.
- Chiais, M. (2008). *Menzogna e propaganda: armi di disinformazione di massa*. Milán: Lupetti.
- Chomsky, N. y Herman, E.S. (1995). *Los guardianes de la libertad: propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*. Barcelona: Grijalbo Mondadori.
- Desantes-Guanter, J.M. (1976). *La verdad en la información*. Valladolid: Servicio de Publicaciones de la Diputación Provincial.
- Durandin, G. (1983). *La mentira en la propaganda política y en la publicidad*. Barcelona: Paidós.
- Durandin, G. (1995). *La información, la desinformación y la realidad*. Barcelona: Paidós.
- Emmerich, N. (2015). “Campaña de desinformación”. En Crespo Martínez, I.; D’Adamo, O.; García Beaudoux, V. y Mora Rodríguez, A. (coords.). *Diccionario Enciclopédico de Comunicación Política*. Madrid: ALICE y Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, p. 44-47.
- Fallis, D. (2011). “Floridi on Disinformation”. En *Ética e Política*, vol. XIII, nº 2, p. 201-214.
- Fallis, D. (2015). “What is disinformation”. En *Library Trends*, vol. 63, nº 3, p. 401-426.
- Ferré, J. (1982). “Le desinformateur”. En *Figaro Magazine*, 20 de noviembre.

- Ferreira, L. y Sarmiento, M. (2003). "Irak: Armas de desinformación masiva". En *Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación*, nº 82, p. 4-12.
- Fertilio, D (1994). *Le notizie del diavolo: la parabola ignota della disinformazione*. Milán: Spirali/Vel.
- Floridi, L. (1996). "Brave.Net.World: The Internet as a Disinformation Superhighway?". En *Electronic Library*, nº 14, p. 509-514.
- Fraguas de Pablo, M. (1985). *Teoría de la desinformación*. Madrid: Alhambra.
- Galdón, G. (1994). *Desinformación: método, aspectos y soluciones*. Pamplona: Eunsa
- Galdón, G. (2001). "Información, desinformación y manipulación". En Galdón, G (coord.). *Introducción a la comunicación y a la información*. Barcelona: Airel, p. 47-75.
- García Avilés, J.A. (2009): "La desinformación". En HERRERO, J.C. (ed.). *Manual de teoría de la información y de la comunicación*. Madrid: Universitas, p. 327-346.
- Golitsyn, A. (1983). *New lies for old: the communist strategy of deception and disinformation*. Nueva York: Dodd, Mead.
- Gómez Arriagada, H.F. (2013). "Desinformación en Internet y hegemonía en redes sociales". En *Revista Gestión de las Personas y Tecnología*, vol. 6, nº 16, recuperado el 7 de febrero de 2016 de <http://www.rhsm.usach.cl/ojs/index.php/revistagpt/article/viewFile/1095/1069>
- Jacquard, R. (1988). *La desinformación: una manipulación del poder*. Madrid: Espasa.
- Mac Hale, T.P. (ed.) (1988). *Libertad de expresión, ética periodística y desinformación*. Santiago de Chile: Centro de Estudios de la Prensa.
- Matusitz, J. (2013). *Terrorism and communication*. Los Angeles: SAGE.
- Muñoz Alonso, A. (1989). *Política y nueva comunicación*. Madrid: Fundesco.
- Nord, P. (1971). *L'intoxication*. París: Éditions Rencontre.
- Ortega, F. (2006). *Periodismo sin información*. Madrid: Tecnos.
- Otte, M. (2010). *El crash de la información: los mecanismos de la desinformación cotidiana*. Barcelona: Ariel.
- Paniagua, P.(2002). "Desinformación tras el 11-S". En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 8, p. 87-96.
- Pincher, C. (1985). *The secret offensive, active measures: a saga of deception, disinformation, subversion, terrorism, sabotage and assassination*. Londres: Sidgwick&Jackson.
- Pizarroso Quintero, A. (2008). "Justificando la guerra: manipulación de la opinión pública en los conflictos más recientes". En *Comunicación*, nº 6, p. 3-19.
- Pizarroso Quintero, A (2009). "Información y propaganda en la guerra de Irak". En HUICI, A. (coord.). *Los heraldos de acero: la propaganda de guerra y sus medios*. Sevilla: Comunicación Social, p. 11-40.
- Poliakov, L. (1983). *De Moscou à Beyrouth: essai sur la désinformation*. París: Calmann-Lévy.
- Rivas Troitiño, J.M. (1995). "Desinformación: revisión de su significado. Del engaño a la falta de rigor". En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, nº 2, p. 75-83.
- Rivas Troitiño, J.M. (2004). "11-M. Apuntes sobre el fracaso de la desinformación o de cómo prevalece la información sobre la convicción". En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, nº 10, p. 175-189.
- Romero Rodríguez, L. (2013). "Hacia un estado de la cuestión de las investigaciones sobre desinformación/misinformación". En *Correspondencias & Análisis*, nº 3, p. 319-342.
- Sánchez Noriega, J.L. (1997). *Crítica de la seducción mediática*. Madrid: Tecnos.
- Sartori, G. (1998). *Homo Videns*. Madrid: Taurus.
- Serrano, P. (2009). *Desinformación*. Barcelona: Península.

- Shultz, R.H. y Godson, R. (1984). *Dezinformatsia: active measures in soviet strategy*. Washington D.C.: Pergamon.
- Solbès, J. (1988). *Media business: argent, idéologie, désinformation*. París: Messidor.
- Soria, C. (1997). *El laberinto informativo: una salida ética*. Pamplona: Eunsa.
- Torres Soriano, M.R. y García Marín, J. (2009). “Conflictos bélicos y gestión de la información: una revisión tras la guerra en Irak y Afganistán”. En *CONfines de Relaciones Internacionales y Ciencia Política*, vol. 5, nº 10, recuperado el 8 de febrero de 2016 de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-35692009000200002&script=sci_arttext
- Volkoff, V. (comp.) (1986). *La désinformation, arme de guerre*. París: Julliard.
- Van Dijk, T. (2006). “Discurso y manipulación: discusión teórica y algunas aplicaciones”. En *Revista Signos*, vol. 39, nº 60, p. 49-74.
- Vázquez Liñán, M. (2005). *Desinformación y propaganda en la guerra de Chechenia*. Sevilla: Padilla Libros.
- Watzlawick, P. (1986). *¿Es real la realidad?: Confusión, desinformación, comunicación*. Barcelona: Herder.