

Capítulo 7

Historia y evolución de la guerra cognitiva: armamentizando la percepción, la emoción y la información*

DOI: <https://doi.org/10.25062/9786287818712.07>

Carlos Enrique Álvarez Calderón

Escuela Superior de Guerra "General Rafael Reyes Prieto"

Resumen: La revolución informacional transformó la naturaleza de la guerra al desplazar su centro de gravedad desde el dominio físico hacia el dominio cognitivo. Allí, la información dejó de ser un insumo estratégico para convertirse en la propia estrategia, fusionando la tecnología, la psicología y la cultura en un mismo dispositivo de poder. Este capítulo reconstruye la evolución de la guerra cognitiva en tres fases (instrumental, persuasiva y cognitiva), mediante las cuales la información se convirtió progresivamente en un medio de control mental y social. Desde la propaganda y las operaciones psicológicas del siglo XX hasta la manipulación algorítmica y neurotecnológica del siglo XXI, la guerra cognitiva representa la culminación del proceso de militarización del conocimiento. A partir de la filosofía de la información y el análisis de casos como Rusia y China, se propone una lectura interdisciplinaria que integra ontología informacional, comunicación estratégica y neurociencia militar. Se concluye señalando los desafíos éticos, políticos y tecnológicos que plantea el dominio cognitivo en la defensa contemporánea: la soberanía informacional, la resiliencia cognitiva y la protección de la libertad de pensamiento como nuevo bien estratégico de la humanidad.

Palabras clave: desinformación; dominio cognitivo; filosofía de la información; guerra cognitiva; guerras de quinta generación; propaganda

* Capítulo de libro resultado del proyecto de investigación "Desafíos y nuevos escenarios de la seguridad multidimensional a nivel nacional, regional y hemisférico en el decenio 2015-2025", del grupo de investigación Centro de Gravedad de la Escuela Superior de Guerra "General Rafael Reyes Prieto", categorizado como A por MinCiencias (código COL0104976). Los puntos de vista expresados pertenecen a su autor y no necesariamente reflejan el pensamiento de esta institución.

Carlos Enrique Álvarez Calderón

Candidato a doctor en Estudios Estratégicos, Seguridad y Defensa, Escuela Superior de Guerra “General Rafael Reyes Prieto”, Colombia. Magíster en Coaching Ontológico Empresarial, Universidad San Sebastián, Chile. Politólogo y Magíster en Relaciones Internacionales, Pontificia Universidad Javeriana, Colombia. Investigador Asociado MinCiencias y Docente Investigador, Escuela Superior de Guerra “General Rafael Reyes Prieto”. Profesional Oficial de Reserva, Fuerza Aeroespacial Colombiana. Asesor y consultor en seguridad y defensa para instituciones de las Fuerzas Militares de Colombia y a nivel internacional.

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2401-2789> - Contacto: carlos.alvarez@esdeg.edu.co

Citación APA: Álvarez Calderón, C. E. (2026). Historia y evolución de la guerra cognitiva: armamentizando la percepción, la emoción y la información. En C. E. Álvarez Calderón (Ed.), *El campo de batalla digital: ciberguerra, guerra cognitiva y las nuevas fronteras de la defensa nacional, volumen II (Guerra cognitiva: la mente como campo de batalla del siglo)* (pp. 409-553). Sello Editorial ESDEG.
<https://doi.org/10.25062/9786287818712.07>

EL CAMPO DE BATALLA DIGITAL: LA DEFENSA NACIONAL EN LA ERA ALGORÍTMICA. VOLUMEN II. GUERRA COGNITIVA: LA MENTE COMO CAMPO DE BATALLA DEL SIGLO XXI

ISBN IMPRESO (Obra completa): 978-628-7818-65-1

ISBN DIGITAL (Obra completa): 978-628-7818-69-9

ISBN IMPRESO Volumen II: 978-628-7818-67-5

ISBN DIGITAL Volumen II: 978-628-7818-71-2

DOI: <https://doi.org/10.25062/9786287818712>

Colección Seguridad y Defensa

Sello Editorial ESDEG

Escuela Superior de Guerra “General Rafael Reyes prieto”

Bogotá D.C., Colombia

2026



Introducción

Durante siglos, la superioridad militar dependió del dominio del espacio, del tiempo y de los recursos materiales. Sin embargo, en las últimas décadas, la transformación tecnológica y comunicacional del mundo ha desplazado el centro de gravedad del poder. La revolución informacional no solo ha multiplicado la velocidad con que circula la información, sino que ha modificado la forma en que los Estados y las personas perciben y comprenden la realidad. Por ende, en un entorno saturado de datos, narrativas y emociones interconectadas, la capacidad para modelar la percepción colectiva se ha convertido en un factor estratégico decisivo.

Es en este contexto donde emerge la guerra cognitiva (GC), una forma de conflicto en la que la mente humana y los flujos informacionales constituyen el principal campo de batalla. Según Henschke (2025), la GC es “el empleo de medios informativos, psicológicos y tecnológicos para manipular procesos cognitivos y emocionales de individuos y sociedades, con el fin de modificar su conducta o percepción de la realidad” (p. 41). Esta caracterización sintetiza una mutación profunda en la lógica de la conducción de la guerra¹, en la cual ya no se busca únicamente

¹ Según Álvarez et al. (2017), la *guerra* puede definirse como un conflicto colectivo y organizado entre actores políticos, sociales o culturales que buscan imponer su voluntad al adversario mediante hostilidades violentas o no violentas. Es colectiva porque involucra grupos humanos cohesionados por identidades, intereses o ideologías compartidas, lo que le da una dimensión política y social. Es organizada porque requiere una estructura de mando, recursos y estrategias que articulen los medios con los fines; sin organización, la violencia se disipa en caos y no alcanza sentido estratégico. Por otra parte, las hostilidades violentas comprenden el uso directo de la fuerza física (armas, destrucción, coerción material), con el fin de someter o neutralizar al adversario. Las hostilidades no violentas, en cambio, se manifiestan a través de la manipulación de información, la desmoralización, la presión económica, la propaganda, la subversión psicológica o las operaciones cognitivas, que buscan alterar la voluntad del enemigo sin recurrir al enfrentamiento físico. En el contexto actual, ambas dimensiones coexisten, y la GC representa la sofisticación de las hostilidades no violentas como forma dominante de conflicto estratégico.

neutralizar fuerzas o destruir infraestructuras, sino penetrar la mente del adversario y modelar su percepción de la realidad.

Es cierto que toda guerra ha tenido siempre una dimensión cognitiva, pues desde la Antigüedad los actores armados han buscado influir en la percepción, la moral y la voluntad del adversario como parte de la conducción del conflicto. Prácticas como el terror estratégico asirio, que recurría deliberadamente a la exhibición pública de castigos extremos (masacres, mutilaciones y deportaciones), con el fin de disuadir futuras resistencias mediante el miedo anticipado; la romanización de las élites sometidas, basada en la cooptación cultural y política de las clases dirigentes locales a través de la educación, el derecho y la ciudadanía romana para asegurar lealtad y estabilidad imperial; la propaganda medieval, orientada a legitimar el poder político y religioso mediante símbolos, relatos sagrados y narrativas de orden divino; o las operaciones psicológicas (OPSIC) del siglo XX, destinadas a desmoralizar tropas y poblaciones enemigas mediante información selectiva, rumores y manipulación mediática, evidencian que la intervención sobre creencias, emociones y expectativas ha acompañado históricamente al uso de la fuerza. Negar esta continuidad equivaldría a desconocer un rasgo constitutivo de la guerra como fenómeno social y político.

Sin embargo, reconocer la existencia histórica de acciones psicológicas no implica que estas sean equivalentes a la GC contemporánea. La diferencia fundamental no reside en la intención de influir, que ha sido constante, sino en la arquitectura mediante la cual se ejerce esa influencia. En los conflictos premodernos y modernos, la cognición operaba como un medio auxiliar del combate: apoyaba la maniobra militar, preparaba el terreno psicológico o buscaba acelerar la rendición del adversario, pero permanecía subordinada a la confrontación física. El terror previo a la batalla, la integración cultural forzada de poblaciones conquistadas o las campañas de desmoralización de tropas constituían instrumentos complementarios, no el núcleo del esfuerzo estratégico.

En contraste, en la GC la cognición deja de ser un medio para convertirse en el campo de batalla principal. Ya no se trata de influir para facilitar la guerra, sino de librar la guerra en el ámbito mental para evitarla, sustituirla o condicionarla. En este nuevo paradigma, los efectos estratégicos pueden alcanzarse sin necesidad del combate armado, mediante la alteración sistemática de percepciones, narrativas y marcos interpretativos colectivos. No se pelea para “ganar la mente” como extensión del campo de batalla físico; se pelea en la mente como espacio decisivo donde se define la posibilidad misma del conflicto.

Este desplazamiento solo se comprende a partir del salto sistémico que caracteriza a la GC en la posmodernidad². En la Antigüedad y en la modernidad, las acciones cognitivas eran puntuales, artesanalmente diseñadas y dependientes de líderes, sacerdotes, mensajeros o propagandistas concretos. Carecían de mecanismos de retroalimentación en tiempo real y de capacidad de adaptación continua. Por el contrario, la GC actual funciona como un sistema complejo adaptativo, sustentado en bucles permanentes de retroalimentación, análisis masivo de datos, automatización algorítmica, microsegmentación psicológica y sincronización multinivel (individual, social e institucional). En este sentido, no constituye una técnica aislada ni una ampliación cuantitativa de las OPSIC tradicionales, sino una arquitectura de poder orientada al control cognitivo sostenido.

Esta diferencia estructural se hace especialmente visible al contrastar la GC con las OPSIC clásicas. Mientras las últimas se organizaban en campañas delimitadas, con públicos objetivo relativamente definidos, mensajes diseñados manualmente y efectos principalmente lineales, la GC opera de forma persistente, sobre audiencias fluidas y mutantes, mediante mensajes adaptados algorítmicamente y con efectos no lineales. Además, ya no se restringe al tiempo de guerra: actúa de manera continua en contextos de paz, crisis y conflicto abierto. Si las OPSIC buscaban primordialmente quebrar la moral del adversario, la GC apunta a configurar el marco mental desde el cual individuos y sociedades interpretan la realidad.

Este cambio implica una mutación ontológica del objeto de ataque. En los conflictos del pasado, las acciones psicológicas se orientaban a erosionar la moral, la cohesión o la voluntad de lucha (Álvarez, 2025). En la GC, el blanco principal es la epistemología social: la capacidad de distinguir entre verdad y falsedad, la confianza en las instituciones y los criterios mediante los cuales se valida el conocimiento. No se impone una verdad alternativa; se induce un estado de incertidumbre permanente en el que “nada es plenamente confiable”. Esta degradación deliberada de los fundamentos cognitivos de la vida social no existió como estrategia sistemática en épocas anteriores.

El factor tecnológico es constitutivo de esta transformación. Los imperios antiguos carecían de la capacidad para escalar narrativas en tiempo real, medir

² En este capítulo, el término “posmodernidad” no se emplea en un sentido estrictamente filosófico, sino como una categoría histórico-estructural para describir el contexto contemporáneo caracterizado por la fragmentación de los marcos de sentido, la centralidad de la información, la disolución de fronteras claras entre paz y guerra, y la primacía de los procesos simbólicos y cognitivos en la configuración del poder. En este sentido, alude menos a un periodo cronológico cerrado que a una condición operacional en la que el conflicto se desplaza progresivamente del dominio material al cognitivo.

efectos cognitivos de manera inmediata o personalizar mensajes según perfiles psicológicos individuales. La GC, en cambio, no sería posible sin plataformas digitales, inteligencia artificial (IA), análisis de *big data*, neurociencia aplicada y una economía de atención que convierte la percepción humana en un recurso estratégico. No se trata, por tanto, de “lo mismo con nuevas herramientas”, sino de otra forma de guerra, en la que la herramienta redefine la lógica del conflicto.

Por consiguiente, toda guerra ha tenido efectos cognitivos; pero solo en la guerra posmoderna la cognición se convierte en un dominio estratégico sistemático, continuo y tecnológicamente mediado, capaz de producir efectos políticos equivalentes a la fuerza armada sin necesidad de emplearla. Lo cognitivo siempre existió; la GC, en su forma contemporánea, no. En las guerras premodernas y modernas, la cognición era un efecto asegurado por la guerra; en la guerra posmoderna, la cognición se convierte en la condición de posibilidad del conflicto y en su principal espacio de decisión estratégica.

Este desplazamiento de la cognición desde un instrumento auxiliar hacia un campo de batalla autónomo no ocurre de manera espontánea ni puede explicarse únicamente por la voluntad de los actores estratégicos. Es, más bien, la expresión de un proceso histórico específico asociado a transformaciones profundas en la estructura del poder, la tecnología y la organización social. La GC es, en efecto, el resultado de una transformación acumulativa del poder, donde la información y la tecnología se funden con los procesos psicológicos y culturales. Por lo tanto, comprenderla exige mirar más allá de la técnica, hacia la revolución informacional que cambió la naturaleza misma del combate.

Las dos primeras revoluciones industriales transformaron los instrumentos de guerra, pero la revolución informacional modificó su sustancia³. Si la pólvora y la energía nuclear alteraron los medios de destrucción, la información transformó los medios de comprensión. Por consiguiente, la guerra contemporánea ya no se libra solo sobre territorios geográficos, sino sobre los dominios simbólicos donde se forman las percepciones, emociones y creencias colectivas. En este nuevo escenario, la información deja de ser un insumo de la estrategia para convertirse en la propia estrategia.

³ Las revoluciones industriales suelen describirse en cuatro etapas: la primera (mecanización y vapor, siglos XVIII-XIX), la segunda (electrificación y producción en masa, finales del XIX y XX), la tercera (informática y automatización, desde 1960) y la cuarta (digitalización e IA). La revolución informacional, asociada al surgimiento de las tecnologías digitales y las redes globales de comunicación, suele considerarse parte de la tercera, aunque algunos autores (Floridi, 2010a; Castells, 2009) la entienden como una transformación transversal que inaugura una nueva era: la sociedad informacional.

El siglo XXI marca un punto de inflexión. La irrupción de la revolución informacional alteró los fundamentos sobre los que se ejerce el poder y, con ello, el carácter y la conducción de la guerra. Como advierte Farwell (2020), la información ha pasado de apoyar la acción militar a determinarla, de modo que las operaciones cinéticas son hoy “sirvientas del efecto informacional” (p. 5). Las campañas contemporáneas (desde el Líbano en 2006 hasta Ucrania en 2022) demuestran que la superioridad narrativa puede ser tan decisiva como la superioridad de fuego, pues la victoria depende cada vez más de la capacidad para configurar percepciones, narrativas y emociones colectivas.

Los estudios pioneros de Shapiro (1999), Harshberger y Ochmanek (1999) y Hosmer (1999) ya señalaban que la información no solo amplificaba las capacidades militares, sino que redefinía la manera de pensar la guerra. En su evaluación estratégica, concluyeron que el verdadero impacto de la revolución digital no radicaba en los nuevos sensores o sistemas de mando y control, sino en su poder para interferir en los procesos de decisión del adversario, erosionando su cohesión y voluntad. En otras palabras, la guerra informacional no se reducía al ataque contra sistemas técnicos, sino a la perturbación cognitiva del juicio.

Dos décadas más tarde, Di Pietro et al. (2021) confirmaron que este desplazamiento marca la transición hacia un paradigma en el que la información y la cognición se integran en la arquitectura misma del conflicto. Los autores sostienen que las fuerzas militares del siglo XXI deben concebir la información no solo como un instrumento, sino como un entorno operativo que moldea tanto el campo de batalla físico como el mental. En este nuevo escenario, la guerra deja de centrarse en la destrucción del enemigo para orientarse a influir en sus procesos mentales y sociales mediante una combinación de tecnologías digitales, psicología conductual y estrategias de comunicación en red. Así, la centralidad de la información y la cognición en el arte de la guerra contemporánea transforma su carácter y su conducción, pues la victoria ya no depende exclusivamente del control territorial o de la capacidad de fuego, sino de la gestión del conocimiento, la emoción y la percepción.

El presente capítulo parte de una pregunta central: ¿cómo la información, desde sus usos instrumentales hasta su apropiación cognitiva, se transformó en el eje estructural de la guerra contemporánea? Este interrogante busca comprender el tránsito histórico que va desde la información como ventaja táctica (propia de los sistemas de mando y control) hasta la información como mecanismo de control mental y social en la era digital. Por lo tanto, el objetivo es reconstruir la evolución

epistemológica y estratégica de la GC como resultado de la progresiva militarización de la información y la comunicación.

Metodológicamente, el análisis se desarrolla mediante un enfoque histórico-analítico y hermenéutico, sustentado en la revisión teórica de fuentes clásicas y contemporáneas de los estudios estratégicos, la filosofía de la información y las ciencias cognitivas. Se articula una genealogía en tres fases (instrumental, persuasiva y cognitiva), que permite rastrear la conversión de la información en poder y del poder en influencia mental. A través de un recorrido interdisciplinario, el texto combina categorías provenientes de la ontología informacional, la ética de la infósfera, la sociología digital y la teoría militar moderna, integrando además dos casos de estudio (Rusia y China) que materializan el empleo contemporáneo de la GC como instrumento de competencia estratégica.

La estructura del capítulo responde a esa lógica evolutiva. En el apartado 2, se examina la filosofía de la información como fundamento teórico del dominio cognitivo; el apartado 3 explora la fase instrumental; el apartado 4 desarrolla la fase persuasiva; el apartado 5 analiza la fase cognitiva; el apartado 6 presenta los casos de Rusia y China; y el apartado 7 formula las conclusiones generales. En suma, la GC no constituye una ruptura genealógica con la historia militar, sino la culminación de un prolongado proceso de desplazamiento del poder: del control del territorio al control de la atención, del dominio del cuerpo al dominio de la mente. Comprender su evolución histórica permite apreciar cómo la guerra ha dejado de proyectarse únicamente sobre el espacio físico para internalizarse progresivamente en la conciencia humana, hasta convertir la información, en su forma más avanzada, en un instrumento central de la competencia estratégica.

Filosofía de la información: de la materia a la infósfera

A lo largo de la historia del pensamiento occidental, las sociedades inscritas en su tradición filosófica han redefinido su lugar en el cosmos cada vez que han transformado su modo de comprender la realidad. Del universo geocéntrico al heliocéntrico, del mecanicismo físico al biologicismo darwiniano, y de la conciencia racional a la inconsciente, cada revolución del saber ha desplazado el centro de gravedad del conocimiento humano. En el presente, las corrientes más influyentes del pensamiento contemporáneo coinciden en que asistimos a una nueva mutación

epistémica⁴, una que implica el paso de una concepción material de la realidad hacia una comprensión informacional.

Este giro redefine el modo en que la humanidad se relaciona con el mundo y consigo misma, pues la información deja de ser un mero instrumento de comunicación o cálculo para convertirse en el sustrato fundamental del ser, del conocer y del actuar. En este nuevo horizonte, la realidad se concibe como un entramado de procesos informacionales que organizan tanto la vida biológica como la social y la tecnológica.

El punto de partida de esta transformación puede rastrearse en los aportes de Claude Shannon y Warren Weaver, quienes formularon la teoría matemática de la comunicación en 1949. A partir de una concepción ingenieril de la *información*, la definieron como una medida de entropía, entendida como la reducción de la incertidumbre dentro de un sistema de transmisión de señales. Este modelo, centrado en la probabilidad de aparición de los mensajes, permitió fundar el paradigma de la comunicación digital y sentó las bases de la revolución tecnológica del siglo XX. No obstante, su alcance era puramente técnico, ya que se enfocaba en la eficiencia de la transmisión sin considerar el problema del *significado*. El propio Weaver reconocería más tarde que la teoría de Shannon permitía medir "cuánta información se transmite", pero no "qué significa ni qué efectos produce" sobre el receptor (Shannon & Weaver, 1964, p. 26). Weaver subrayó que el concepto de *información* empleado por Shannon debía entenderse en un sentido estrictamente técnico⁵,

⁴ Las corrientes intelectuales que configuran el pensamiento contemporáneo en torno al paradigma informacional pueden agruparse en cinco vertientes interrelacionadas: 1) la filosofía de la información, con autores como Luciano Floridi, Rafael Capurro y Phyllis Illari, que concibe la información como categoría ontológica y moral; 2) la teoría de sistemas y el constructivismo sistémico, desarrollados por Niklas Luhmann, Humberto Maturana y Edgar Morin, que interpretan la realidad como una red autopoiética de procesamiento de información; 3) las ciencias cognitivas, impulsadas por Herbert Simon, Daniel Kahneman, Antonio Damasio y Andy Clark, centradas en la mente como sistema informacional adaptativo; 4) el estructuralismo y el posestructuralismo informacional, con autores como Michel Foucault, Gilles Deleuze, Félix Guattari, Jean Baudrillard y Byung-Chul Han, que examinan el poder y la subjetividad desde la circulación de signos y datos; y 5) la teoría de la sociedad red, con Manuel Castells, Yochai Benkler y Shoshana Zuboff, que describe la organización social y económica basada en flujos globales de información y comunicación.

⁵ Weaver distingue tres niveles en el proceso comunicativo: el técnico (A), referido a la exactitud con la que los símbolos pueden transmitirse; el semántico (B), relativo a la precisión con que los símbolos transmitidos expresan el significado deseado; y el de efectividad (C), que analiza el grado en que el significado recibido influye en la conducta del destinatario. Así, el término información en Shannon se refiere exclusivamente a la medida cuantitativa de la transmisión simbólica, sin atender a su interpretación ni a sus consecuencias psicológicas o sociales. Por ello, Weaver advirtió que "la palabra información, en esta teoría, se usa en un sentido especial que no debe confundirse con el significado" (Shannon & Weaver, 1964, p. 9), mientras que Shannon precisó que "los aspectos semánticos de la comunicación son irrelevantes para el problema de la ingeniería" (Shannon & Weaver, 1964, p. 31).

referido a la cantidad de incertidumbre eliminada, y no confundirse con la semántica o impacto cognitivo del mensaje.

La pregunta por el significado fue retomada poco después por Norbert Wiener, padre de la cibernética, quien concibió la información como la medida de organización de un sistema. En su célebre formulación, Wiener afirmó que “la información es información, no materia ni energía” (1950, p. 132), lo que implicaba un cambio ontológico profundo. La información dejaba de ser un subproducto de la materia para convertirse en una categoría fundamental del universo, al mismo nivel que la energía o la sustancia en la física moderna. Esta afirmación abrió un nuevo campo de reflexión en el que la realidad podía entenderse como una red de procesos comunicativos y de control; desde aquel momento, el orden, la organización y la vida misma se interpretaron como fenómenos informacionales. En esta perspectiva, los organismos, humanos o maquínicos, se entienden como nodos dentro de un entramado de intercambio informativo que mantiene la estabilidad de los sistemas biológicos, sociales y técnicos.

La cibernética, por ende, no fue solo una teoría del control, sino también una ontología emergente que reemplazó la causalidad mecánica por la lógica de la retroalimentación. En lugar de fuerzas lineales que empujan objetos, la realidad se pensó como un conjunto de bucles de información que regulan la conducta de los sistemas. Esta visión inauguró una comprensión ecológica del ser, en la que la información actúa como principio de organización y adaptación. A medida que las tecnologías de comunicación se expandieron y digitalizaron la vida cotidiana, este paradigma se proyectó sobre la sociedad. Lo que comenzó como una teoría sobre el flujo de señales en máquinas electrónicas terminó convirtiéndose en una metáfora universal para describir las interacciones humanas, los procesos políticos y los sistemas sociales.

En la segunda mitad del siglo XX, las ciencias sociales comenzaron a incorporar este paradigma informacional. Manuel Castells, desde la sociología, y Niklas Luhmann, desde la teoría de sistemas, ofrecieron las interpretaciones más influyentes de esta nueva realidad. Para Castells (2009), la información dejó de ser un recurso accesorio para convertirse en la infraestructura del poder. En la sociedad red, el poder se ejerce programando los flujos de información y conectando selectivamente los nodos de la red. Lo que antes era dominio territorial o económico se convierte en dominio informacional, pues quien controla los flujos controla las relaciones, los imaginarios y la acción colectiva⁶. Luhmann (1995), por su parte,

⁶ El concepto de *sociedad red* fue desarrollado por Castells en su trilogía *La era de la información* (2010a; 2010b; 2011), donde sostiene que las transformaciones tecnológicas asociadas a las tecnologías de la información y la comunicación dieron origen a una nueva estructura social basada en redes. A diferencia de las jerarquías

reinterpretó la noción de sociedad como un conjunto autopoietico compuesto de sistemas de comunicación. En su teoría, la información no es un objeto que circula entre sujetos, sino el proceso mediante el cual los sistemas sociales (como la política, la economía o los medios) seleccionan y procesan estímulos del entorno para producir sentido⁷. Cada sistema reduce la complejidad del mundo mediante sus propios códigos internos y, al hacerlo, genera una realidad funcionalmente diferenciada. Esta lectura sistémica refuerza la idea de que la información no es un dato neutral, sino el componente constitutivo que mantiene cohesionada la complejidad social.

Las ideas de Castells y Luhmann convergen en un mismo diagnóstico. La realidad contemporánea es informacional en su estructura y comunicacional en su dinámica, ya que, en la medida en que los individuos, las instituciones y los Estados dependen más de la información para percibir, decidir y actuar, la manipulación de la infósfera se convierte en una forma de poder. Desde esta perspectiva, la GC representa la expresión militar de dicha lógica. No se trata únicamente de influir en la opinión pública o de perturbar sistemas técnicos de información, sino de intervenir en los procesos cognitivos que configuran la mente y la voluntad. La comprensión de la GC exige, por lo tanto, una profundización filosófica en la naturaleza de la información, su valor y sus implicaciones ontológicas.

La revolución informacional y el nacimiento de la infósfera

Toda civilización ha estado determinada por la materia prima que organiza su economía simbólica y su capacidad militar. En la era agrícola fue la tierra; en la industrial, la energía; y, en la era digital, la información. Este cambio marca el tránsito de sociedades centradas en la transformación de la materia hacia sociedades basadas en la transformación de la información. La denominada

industriales del siglo XX, la sociedad red se organiza mediante flujos globales de información, capital y poder que reconfiguran las relaciones económicas, políticas y culturales. En este modelo, el poder se ejerce a través del control de la información y de la capacidad de conectar o desconectar nodos dentro de la red, lo que convierte la comunicación en el principal espacio de conflicto y producción de sentido.

⁷ El concepto de *autopoiesis* fue formulado por Humberto Maturana y Francisco Varela (1972) para describir la capacidad de los sistemas biológicos de producir y mantener sus propios componentes mediante sus operaciones. En la teoría de sistemas sociales de Luhmann (1995), este principio se amplía al ámbito social: los sistemas —como la política, la economía o los medios— son autopoieticos porque se reproducen exclusivamente a través de sus propias comunicaciones. Esto implica que no reciben directamente sus elementos del entorno, sino que construyen su realidad interna mediante procesos de selección e interpretación de la información. En otras palabras, cada sistema genera su propio mundo de sentido y mantiene su identidad mediante la recursividad de sus operaciones comunicativas.

revolución informacional, que se inicia a mediados del siglo XX, no solo transformó la tecnología, sino también la manera en que los seres humanos entienden la realidad.

El modelo de Shannon y Weaver (1964) estableció las bases de esta revolución al definir la información como la reducción de incertidumbre. Su ecuación $H = -\sum p_i \log_2 p_i$ permitió cuantificar la cantidad de información en función de la improbabilidad de los mensajes, vinculando así la comunicación con la teoría estadística⁸. Esta concepción matemática de la información no solo transformó la ingeniería de las telecomunicaciones, sino que introdujo una racionalidad estratégica centrada en reducir la incertidumbre del entorno mediante la adquisición y procesamiento de los datos. En el plano militar, esta lógica anticipó la importancia del control informacional como condición del mando y la decisión, un principio que luego inspiraría los sistemas de inteligencia, comando y control, y, más tarde, la doctrina C4ISR⁹. Sin embargo, este enfoque puramente técnico no abordaba el problema del sentido. Wiener (1950) corrigió esta limitación al afirmar que la información no se agota en la transmisión de señales, sino que actúa como principio de organización en todos los niveles del ser. En su formulación, la vida misma depende de la información que regula los sistemas biológicos y sociales mediante retroalimentación.

La cibernética fundó así una ontología de la comunicación y el control. El universo comenzó a entenderse como una totalidad dinámica de flujos informacionales que mantienen el equilibrio de los sistemas. Esta concepción anticipa las teorías contemporáneas de la infosfera, donde lo digital, lo biológico y lo social se interpenetran en una misma continuidad informacional (Floridi, 2010a). Castells (2009) identificó las consecuencias sociológicas de esta transformación. En la sociedad red, el poder se ejerce a través de la programación de los flujos de información y

⁸ En dicha ecuación, H representa la entropía o cantidad promedio de información contenida en un mensaje, y p_1, p_2, \dots, p_n son las probabilidades de ocurrencia de cada símbolo en el sistema de comunicación. Cuanto más improbable sea un mensaje, mayor será la información que aporta, entendida en sentido estadístico y no semántico (Shannon & Weaver, 1964). Esta fórmula describe la capacidad de un canal para transmitir señales, sin considerar su significado ni sus efectos sobre el receptor.

⁹ La relación entre información e incertidumbre es un eje transversal en la teoría militar. Clausewitz (1984) advertía que la "niebla de la guerra" surge de la escasez, la distorsión o la ambigüedad de la información disponible, y que el arte del mando consiste en decidir pese a esa incertidumbre. Más de un siglo después, John Boyd (1987) tradujo este principio en su modelo del ciclo OODA (Observar-Orientar-Decidir-Actuar), en el que la velocidad y la precisión en el procesamiento de la información determinan la ventaja estratégica frente al oponente. Así, ambos enfoques anticipaban el paradigma contemporáneo del C4ISR (*Command, Control, Communications, Computers, Intelligence, Surveillance and Reconnaissance*), cuyo objetivo es reducir la fricción cognitiva del combate mediante superioridad informacional (Harshberger & Ochmanek, 1999).

de la conexión selectiva o desconexión de los nodos de la red. Luhmann (1995), en un plano paralelo, explicó que los sistemas sociales se autorreproducen mediante comunicación, por lo que alterar sus flujos equivale a perturbar su equilibrio estructural. Ambos coinciden en que la información se ha convertido en la nueva sustancia de la organización social y del poder.

Floridi (2014) interpreta este proceso como la cuarta revolución del pensamiento humano, posterior a las revoluciones copernicana, darwiniana y freudiana, cada una de las cuales redujo progresivamente el antropocentrismo del conocimiento humano. En efecto, Copérnico desplazó a la Tierra del centro del cosmos; Darwin despojó al hombre de su excepcionalidad biológica; Freud cuestionó su dominio sobre la mente; y, de acuerdo con Floridi (2014), la revolución informacional disolvió la frontera entre lo humano y lo digital, redefiniendo al sujeto como organismo informacional (*infor*). Este giro implica que el ser humano ya no es un ente separado que utiliza la información, sino un nodo dentro de una red ontológica más amplia que la produce y la habita (Tabla 1)¹⁰.

Tabla 1. Las cuatro revoluciones del pensamiento según Floridi (2014)

Revolución	Protagonista o referente histórico	Núcleo conceptual	Consecuencia epistemológica	Desplazamiento del antropocentrismo
Primera revolución (copernicana)	Nicolás Copérnico (siglo XVI)	Desplaza a la Tierra del centro del universo al situarla como un planeta más que orbita alrededor del Sol.	El ser humano deja de ocupar una posición cósmica privilegiada; el universo se concibe como sistema físico regido por leyes universales.	El hombre ya no es el centro del cosmos, sino un observador más dentro de un orden astronómico objetivo.

Continúa tabla...

¹⁰ Floridi denomina *informacionalismo ontológico* a la concepción según la cual toda entidad, incluida la humana, es una configuración de datos estructurados que forma parte de la infósfera, el entorno global de información. En este marco, el ser humano deja de ser un sujeto externo que manipula datos y pasa a ser un organismo informacional (*infor*), interconectado con otros agentes, naturales o artificiales, que producen, procesan y consumen información (Floridi, 2014). Esta concepción rompe con el dualismo clásico sujeto-objeto y plantea una ontología relacional, donde existir equivale a participar en flujos de información (Floridi, 2010b). Así, la cognición humana se integra en una red ontológica y ecológica más amplia, en la que la información es el medio común del ser y del conocer.

Revolución	Protagonista o referente histórico	Núcleo conceptual	Consecuencia epistemológica	Desplazamiento del antropocentrismo
Segunda revolución (darwiniana)	Charles Darwin (siglo XIX)	Postula que el ser humano es resultado de la evolución biológica, producto de la selección natural.	La vida humana se integra en la continuidad del mundo animal; se disuelve la idea de una creación especial.	El hombre ya no es el centro de la vida, sino una especie entre otras en el proceso evolutivo.
Tercera revolución (freudiana)	Sigmund Freud (siglo XX)	Demuestra que la conciencia racional no controla completamente la mente; existen fuerzas inconscientes que determinan el comportamiento.	El sujeto se reconoce como parcialmente ajeno a sí mismo; la identidad psicológica se vuelve inestable.	El hombre ya no es el centro de su propia mente, sino un ser condicionado por procesos inconscientes.
Cuarta revolución (informacional o floridiana)	Luciano Floridi (siglo XXI)	Propone que los seres humanos son entidades informacionales (inforgs) que habitan la infosfera , un entorno híbrido entre lo físico y lo digital.	La realidad se entiende como un entramado de información, y el ser humano se redefina como nodo en una red ontológica de flujos informacionales.	El hombre ya no es el centro de la realidad, sino parte de un ecosistema informacional que él mismo produce y habita.

Fuente: Elaboración propia

Como consecuencia de esta mutación surge la infosfera, entendida como el entramado informacional que constituye y articula la realidad contemporánea (Floridi, 2010a). La infosfera no se reduce a un espacio virtual paralelo al mundo físico, sino que representa una expansión ontológica de la realidad en la cual lo digital, lo biológico y lo material se entrelazan en una misma continuidad informacional. Así, la distinción entre lo natural y lo artificial, y entre lo humano y lo técnico, pierde rigidez, dando lugar a un ecosistema híbrido donde la información actúa como principio estructurante del ser y del conocimiento.

En palabras de Floridi (2014), “la infosfera es el nuevo entorno global en el que los seres humanos existen, piensan, interactúan y se desarrollan” (p. 7). Esta visión ecológica de la información introduce un cambio de paradigma en la comprensión del conflicto, pues redefine el espacio mismo en el que se ejerce el poder. En la

medida en que la vida social, económica y política transcurre dentro de la infosfera, el poder ya no depende del control de los recursos materiales, sino de la capacidad de modelar, distorsionar o interrumpir los flujos informacionales que estructuran la realidad. Por lo tanto, el campo de batalla contemporáneo se traslada desde el territorio físico o cibernético hacia el entorno cognitivo, donde lo que se disputa es la percepción, el sentido y la interpretación del mundo.

Basándose en lo anterior, la GC puede interpretarse como la militarización de la infosfera. Se trata del uso estratégico de la información ya no solamente para comunicar o persuadir, sino también para reconfigurar el entorno informacional en que los individuos perciben y piensan; es decir, la percepción colectiva se convierte en el nuevo objetivo operacional, y las plataformas digitales, en las principales líneas de suministro y de ataque. En tal sentido, la cuarta revolución descrita por Floridi (2014) encuentra su correlato bélico como una revolución en el carácter de la guerra, en la que dominar el flujo de información equivale a dominar la cognición humana.

Por lo tanto, la revolución informacional no debe entenderse únicamente como un fenómeno tecnológico, sino como una transformación civilizacional. Así como la primera y la segunda revolución industrial redefinieron la producción material, la tercera revolución industrial (o revolución informacional) redefine la producción de realidad. La infosfera se erige como el nuevo entorno operativo de sociedades hiperconectadas, donde los conflictos se desplazan hacia el plano de los significados y las emociones. Comprender su estructura y dinámica resulta indispensable para anticipar las formas de dominación y resistencia que caracterizan al siglo XXI. Este giro informacional sentó las bases para una nueva ontología del ser, donde la información deja de ser un medio de comunicación para convertirse en sustancia del mundo.

De la información al ser informacional: ontología y guerra cognitiva

La historia conceptual de la información revela un desplazamiento desde los modelos cuantitativos hacia las concepciones semánticas y pragmáticas. En la teoría matemática, la información era una magnitud medible; en la filosofía contemporánea, es la sustancia misma del conocimiento. Este tránsito puede entenderse como el paso del dato al significado, y del significado a la decisión.

Shannon y Weaver (1964) mostraron que la información podía cuantificarse, pero no explicaron cómo adquiriría sentido. Los datos, como advierte Leonelli

(2016), no contienen información de forma intrínseca, sino que son “trazas materiales de fenómenos que adquieren significado solo a través de su interpretación contextual” (p. 192). La información, en consecuencia, emerge cuando los datos son organizados dentro de un marco coherente de interpretación. En la perspectiva cibernética, Wiener (2019) concibió la información como el principio que permite a los sistemas adaptarse y aprender. Su función no era simplemente comunicar mensajes, sino mantener el orden frente a la entropía. Esta idea fue retomada por Martin Peterson (2016), quien definió el valor de la información por su capacidad para reducir la incertidumbre en la elección racional entre alternativas. Desde este enfoque, la información adquiere valor no por su veracidad aislada, sino por su impacto en la acción. En la GC, este principio se radicaliza, ya que la información vale en tanto orienta decisiones favorables al emisor, incluso si ello implica degradar la coherencia semántica del entorno.

Floridi (2016a) reformuló el concepto al definir la información semántica como “datos bien formados, significativos y verdaderos” (p. 20). Con ello integró los niveles técnico, semántico y pragmático del proceso comunicativo. Su método de abstracción (2016b) permite describir entidades informacionales a distintos niveles de complejidad (desde los datos hasta los agentes cognitivos), mostrando que la realidad puede entenderse como una jerarquía de procesos interconectados. Adams (2016) complementa esta visión al sostener que la mente es un sistema adaptativo de procesamiento de información, en el que la cognición consiste en la construcción activa de modelos que guían la acción. En un sentido semejante, Stegmann (2016) concibe la comunicación como el proceso mediante el cual la información se actualiza y adquiere relevancia dentro de los sistemas sociales.

Estos enfoques confluyen en una conclusión: la información no es una sustancia pasiva, sino un proceso activo que estructura el conocimiento, la acción y la realidad misma. En la medida en que los sistemas humanos y tecnológicos dependen de ella para orientarse en entornos complejos, manipular la información equivale a intervenir en el orden del mundo. En este punto, la reflexión epistemológica se transforma en una pregunta ontológica: si la información organiza el conocimiento y la acción, ¿acaso no constituye también la trama misma del ser? Esta transición del plano funcional al estructural es la que desarrolla Luciano Floridi, al situar la información en el núcleo de una nueva metafísica del mundo digital.

El pensamiento de Floridi (2010a) culmina en una ontología de la información que redefine el ser y la epistemología. En su visión, todo ente puede describirse como una configuración de datos estructurados; la realidad se compone de procesos informacionales, no de sustancias materiales; y las interacciones entre esos

procesos constituyen la infosfera, el entorno total del ser (Floridi, 2016a). Esta ontología unifica los dominios físico, biológico y cognitivo, permitiendo comprender que desde la física cuántica hasta las ciencias sociales el mundo puede interpretarse como un sistema de procesamiento de información.

Intervenir en la información, en este marco, equivale a intervenir en el ser. Si la coherencia de los sistemas sociales depende de los flujos informacionales, su manipulación altera las condiciones mismas de la existencia colectiva. Como sostienen Illari y Russo (2016), la información no solo describe los hechos, sino que actúa como mecanismo causal que media las interacciones entre sistemas. Alterar un flujo informacional equivale, por tanto, a modificar la causalidad que mantiene estable una estructura social.

La *infosfera*, entendida como el ecosistema total de datos, significados y relaciones, se convierte en el nuevo campo de confrontación estratégica. Quien controla los flujos informacionales controla el acceso al sentido, y quien controla el sentido controla la acción. En este contexto, la GC no debe verse como una táctica subordinada a los dominios tradicionales, sino como una forma de guerra que actúa sobre la arquitectura del pensamiento. Su objetivo no es destruir infraestructuras, sino transformar los marcos mentales que organizan la percepción y la voluntad. Por consiguiente, el poder militar del siglo XXI depende cada vez menos de la fuerza física y cada vez más de la capacidad para influir en la interpretación de la realidad. La victoria ya no se mide en territorio ocupado, sino en narrativas impuestas. Como explica Floridi (2014), la infosfera constituye el entorno en el que los seres humanos existen, piensan e interactúan. En consecuencia, la defensa del Estado y de la sociedad en la era digital exige preservar la integridad semántica de este entorno, es decir, la coherencia, veracidad y relevancia que hacen posible la deliberación y la confianza.

En la GC, el control de la información equivale al control del ser. Manipular la infosfera es intervenir en la realidad misma, lo que convierte a esta forma de conflicto en la manifestación militar de la cuarta revolución descrita por Floridi (2014). Si las guerras industriales se libraban por recursos materiales, las guerras cognitivas se libran por la arquitectura del sentido. Comprender la GC, por tanto, implica comprender la filosofía de la información.

Ética e infopolítica

La revolución digital no solo transformó las estructuras económicas y sociales, sino también los fundamentos morales y políticos de la civilización contemporánea. En

un mundo donde la información reemplaza a la materia como recurso estratégico, la ética tradicional, centrada en las acciones humanas directas, resulta insuficiente para enfrentar los dilemas de un entorno poblado por algoritmos, redes y flujos informacionales. Si la realidad misma se ha convertido en un sistema de información, la acción moral debe extenderse al ámbito informacional.

La filosofía de la información de Floridi (2011) proporciona una base sólida para este desplazamiento al proponer una ética que no se limita a las relaciones entre individuos, sino que regula la calidad de las interacciones dentro de la infosfera. Floridi (2013) sostiene que la ética contemporánea debe ser una ética de la información, basada en la preservación de la integridad del entorno informacional. En lugar de considerar la información como un simple recurso instrumental, Floridi (2010b) la concibe como un valor intrínseco que posee dignidad ontológica. La infosfera, en esta perspectiva, es un ecosistema compuesto por *inforgs*, mensajes, redes y tecnologías interdependientes. Cada acción informacional (sea humana o algorítmica) produce efectos que pueden mejorar o degradar la calidad de ese entorno. Entonces, el deber moral fundamental consiste en evitar la destrucción, la corrupción o la contaminación de la información (Floridi, 2011).

El concepto que propone Floridi (2013) de *polución informacional* resulta pertinente para comprender los desafíos contemporáneos en la infosfera¹¹. La desinformación, la manipulación algorítmica y la saturación mediática constituyen formas de contaminación ontológica, ya que degradan la coherencia semántica del mundo compartido. Dañar la información equivale a dañar las condiciones de posibilidad del conocimiento, la confianza y la cooperación. Por lo tanto, la desinformación puede entenderse como una forma de violencia moral que ataca la estructura misma de la verdad pública (Fallis, 2016). Asimismo, el paso del antropocentrismo a un ontocentrismo ético implica reconocer que los daños en la esfera informacional pueden ser tan graves como los daños físicos, ya que, en la era digital, destruir una reputación, manipular una narrativa o fragmentar la memoria colectiva es una forma de agresión que no afecta cuerpos, pero sí conciencias (Floridi, 2010b). Esta perspectiva redefine la responsabilidad, ya que todos los actores que operan en la infosfera (personas, instituciones, Estados y corporaciones)

¹¹ Floridi define la ética de la información como la disciplina orientada a preservar la integridad de la infosfera, entendida como el conjunto de entornos, agentes y procesos informacionales. Uno de sus conceptos centrales es la *polución informacional*, es decir, la degradación del entorno cognitivo causada por la sobrecarga, la falsedad o la manipulación de los datos. Así como la contaminación ambiental destruye los ecosistemas naturales, la informacional corrompe la capacidad de juicio y debilita la confianza epistémica de las sociedades. Su prevención constituye, por tanto, un deber moral y político en la era digital (Floridi, 2013).

son agentes morales capaces de causar daño informacional y, por ende, sujetos de responsabilidad ética.

La ética de la información conduce inevitablemente a una política de la información, que Castells denomina *infopolítica*. En efecto, Castells (2009) describe cómo el poder se ejerce mediante la programación de los flujos comunicativos y la alteración de los códigos que determinan qué información circula y cuál se silencia¹². El poder, en este marco, no se impone desde una autoridad central, sino que se distribuye a través de la arquitectura de las redes. La política, por tanto, se transforma en un proceso de programación informacional en el que la capacidad de influir depende de la visibilidad, la conexión y la viralidad. En este escenario, los algoritmos sustituyen a las instituciones como mediadores de la experiencia social, y la hegemonía se ejerce mediante la gestión de datos y emociones.

Esta lógica se extiende al ámbito militar. En la era de la información, la capacidad de modelar narrativas, manipular percepciones y dirigir procesos cognitivos colectivos se convierte en un multiplicador estratégico. Las guerras contemporáneas ya no buscan la destrucción física del adversario, sino la desestructuración de su ecosistema informacional. En conflictos como los de Ucrania, Siria o el ciberespacio global, la victoria no depende del número de tropas, sino de la capacidad para controlar el flujo de información, erosionar la confianza institucional y alterar la realidad percibida.

Luhmann (1995) ayuda a comprender esta dinámica al definir el poder como un medio de comunicación que estructura las expectativas de comportamiento. Desde esta óptica, la infopolítica consiste en la capacidad de alterar esas expectativas cognitivas mediante la manipulación selectiva de información. La GC puede entenderse, entonces, como el ejercicio extremo de la infopolítica, es decir, la intervención estratégica en los procesos de observación de una sociedad para modificar su autocomprensión y su comportamiento colectivo. Este análisis guarda relación con la noción de *biopolítica* formulada por Michel Foucault (1978). Es decir, si la biopolítica buscaba gobernar la vida mediante la administración de cuerpos y poblaciones, la infopolítica buscaría gobernar la mente humana mediante la administración de información. En ambos casos, el poder se ejerce sobre las

¹² El término *infopolítica* fue desarrollado por Castells (2009) para describir la forma contemporánea del poder en la sociedad red. Según el autor, el poder ya no se ejerce principalmente mediante la coacción o la autoridad institucional, sino mediante la programación y reprogramación de los flujos informacionales que determinan qué mensajes circulan, cuáles se silencian y cómo se construye el sentido colectivo. En este marco, la política se convierte en una lucha por el control de la visibilidad, la conectividad y la emoción en los sistemas comunicativos.

condiciones de posibilidad de la existencia, pero en la infopolítica el objeto de gobierno ya no es el cuerpo humano, sino la cognición.

Como advierte Han (2021), esta transformación inaugura una forma de dominación más sutil: la psicopolítica digital. En ella, el poder no reprime desde fuera, sino que actúa desde la interioridad de la conciencia, seduciendo en lugar de prohibir. El individuo se convierte en colaborador activo de su propia vigilancia, entregando voluntariamente sus datos y emociones a cambio de reconocimiento y participación¹³. Esta dinámica, basada en la transparencia y el rendimiento, disuelve la frontera entre libertad y control, anticipando el tipo de sometimiento cognitivo que caracteriza la GC contemporánea.

Desde la perspectiva ética, esta situación plantea una paradoja, ya que la información, fuente de emancipación y de conocimiento, puede también convertirse en instrumento de dominación y manipulación. La infopolítica se mueve en esa ambigüedad, oscilando entre la promesa de transparencia y el riesgo de control total. De ahí que la ética de la información deba establecer límites normativos a la intervención informacional, garantizando que el poder sobre los datos no se traduzca en poder sobre la cognición. En la práctica, ello implica diseñar marcos internacionales que aseguren la transparencia algorítmica, la trazabilidad de los flujos de información y la protección de la integridad semántica del espacio público.

En síntesis, la ética, la infopolítica y la psicopolítica convergen en una misma tarea, orientada a la preservación de la calidad informacional del mundo compartido. La ética de la información, en términos de Floridi (2013; 2015a; 2015b), busca proteger la infosfera de la polución informacional que corrompe el juicio y degrada la verdad; la infopolítica, según Castells (2009), regula los flujos de poder que programan y reprograman esa infosfera; y la psicopolítica, en la lectura de Han (2021), advierte cómo ese poder penetra la interioridad de la conciencia hasta convertir la libertad en un dispositivo de control. En un entorno donde la información se ha convertido en arma, proteger la infosfera equivale a proteger la autonomía cognitiva de las sociedades. Desde la perspectiva de Floridi (2010b), defender la integridad de la información es un deber moral, pero también un acto de soberanía. La verdadera defensa nacional, en la era digital, no consiste solo en asegurar redes o

¹³ Han (2021) emplea el término *psicopolítica digital* para describir una forma de poder propia del capitalismo de datos, en la que la dominación no se ejerce mediante la coerción externa, como en la biopolítica foucaultiana, sino a través de la interiorización voluntaria del control. En este régimen, el individuo participa activamente en su propia vigilancia al entregar sus datos y emociones a plataformas que convierten la libertad en un instrumento de gestión. La psicopolítica opera, por tanto, mediante la seducción informacional y la autoexplotación emocional, configurando un nuevo modelo de sujeción cognitiva.

infraestructuras, sino en garantizar que el ecosistema informacional permanezca veraz, coherente y confiable.

El sujeto *onlife* y el conflicto cognitivo

La consolidación de la infosfera como entorno total de la existencia humana transforma no solo la estructura ontológica del mundo, sino también la configuración del sujeto. En la era digital, el individuo deja de ser una conciencia autónoma separada de su medio y se convierte en un *inforq*. En esta nueva ecología del ser, descrita por Floridi (2015a) como la condición *onlife*, la distinción entre lo físico y lo virtual se desvanece, porque los seres humanos ya no viven en línea o fuera de línea, sino en un entorno híbrido donde toda experiencia es mediada por la información. En consecuencia, el *sujeto onlife* es un ser distribuido, cuya identidad, emociones y decisiones dependen de la arquitectura informacional que habita. Su percepción del mundo se forma tanto por la experiencia directa como por la mediación algorítmica de los entornos digitales. Castells (2010b) describe este fenómeno como el surgimiento de una "identidad en red", en la que los individuos construyen sentido y pertenencia a través de comunidades digitales. Empero, esta identidad es inestable y vulnerable a la manipulación, pues los algoritmos que median la comunicación moldean selectivamente la visibilidad, la atención y la emoción. Quien programa la red y decide qué nodos se conectan ejerce el poder de definir la realidad (Castells, 2009).

Desde la perspectiva de la filosofía de la información, la identidad del sujeto *onlife* no es una sustancia fija, sino un proceso dinámico de integración de información. Floridi (2015a) sostiene que el yo digital se construye a partir del intercambio constante entre las representaciones que el sujeto produce y las que recibe. La identidad, en este sentido, es relacional y mutable, dependiente del entorno semántico. Y, a medida que la comunicación digital amplifica la retroalimentación social, el sujeto *onlife* se convierte en una entidad informacional reflexiva, permanentemente expuesta a la mirada de los otros y al juicio de la red.

Esta exposición genera nuevas formas de vulnerabilidad cognitiva. Adams (2016) explica que la mente humana funciona como un sistema adaptativo de procesamiento de información. Su tarea consiste en seleccionar y organizar estímulos relevantes para la supervivencia y la acción. Cuando el entorno informacional se satura de datos contradictorios o emocionalmente manipulados, la mente pierde capacidad de discernimiento y sufre disonancia cognitiva. Luhmann (1995) había anticipado esta fragilidad al afirmar que la conciencia humana es un sistema

cerrado que solo puede procesar información a través de estructuras de sentido preexistentes. Por ende, si esas estructuras se alteran por sobrecarga o manipulación, la coherencia del yo se ve amenazada.

En este contexto, la GC se dirige precisamente contra esa vulnerabilidad. Su objetivo no es destruir físicamente al enemigo, sino alterar los marcos mentales desde los cuales percibe y decide. Según la psicopolítica de Han (2021), el individuo ya no es vigilado desde fuera, sino que se vigila a sí mismo en nombre de la libertad, entregando voluntariamente sus datos y su atención. En la era de los algoritmos, el control se ejerce desde la interioridad de la conciencia, no desde la coacción externa. Por ende, la psicopolítica convierte la transparencia en un instrumento de dominación; el individuo se expone continuamente, buscando reconocimiento en el espacio digital, mientras las plataformas transforman sus emociones en datos cuantificables. Esta dinámica produce una forma de esclavitud voluntaria que erosiona la autonomía cognitiva.

En la GC, este principio se explota mediante estrategias de microsegmentación y diseño emocional, que personalizan los mensajes según las vulnerabilidades psicológicas del receptor. El arma más poderosa de esta guerra no es la mentira aislada, sino la degradación sistemática de la verdad. En este orden de ideas, Fallis (2016) distingue entre *misinformation* y *disinformation*; la primera es información falsa difundida sin intención de engañar, mientras que la segunda se refiere a la falsedad difundida con la expresa intención de manipular. La desinformación, en este sentido, no solo corrompe los datos, sino la confianza epistémica que permite a una sociedad distinguir lo verdadero de lo falso. Cuando esa confianza se erosiona, se produce un daño epistémico colectivo que desorganiza la cooperación social.

Floridi (2011) ya había anticipado este problema al hablar de *contaminación informacional*, una degradación de la calidad semántica del entorno digital. La desinformación, por tanto, constituye una forma de contaminación ontológica que altera la estructura del ser informacional al introducir ruido y falsedad. En la GC, esta contaminación se convierte en arma estratégica, utilizada para generar caos perceptivo, polarización y desmoralización. Frente a este panorama, la defensa cognitiva debe entenderse como una tarea ética y política. Berg (2016) argumenta que la información posee valor no solo porque comunica hechos, sino porque amplía el horizonte interpretativo del receptor y fortalece su autonomía cognitiva. La protección de la mente requiere, por tanto, preservar la diversidad, la veracidad y la calidad de la información disponible.

Floridi (2010a; 2010b) propone tres principios que pueden traducirse al plano estratégico: mantener la integridad informacional, fomentar la transparencia de las fuentes y promover la alfabetización digital como forma de resiliencia cognitiva. La resiliencia cognitiva no se limita a la resistencia individual. Luhmann (2000) recuerda que la sociedad se reproduce mediante comunicación, lo que significa que la estabilidad cognitiva colectiva depende de la salud de sus sistemas comunicativos. Proteger la infraestructura semántica (los medios, las instituciones del conocimiento y las plataformas digitales) es una condición esencial para la autonomía social. En última instancia, la defensa del sujeto *onlife* es también la defensa de la infosfera como espacio de libertad interpretativa.

La humanidad ha pasado de manipular la información a ser parte constitutiva de ella. Este nuevo ser híbrido, interconectado y vulnerable se ha convertido en el centro del conflicto contemporáneo. Como la GC ya no busca conquistar territorios, sino moldear percepciones, desorganizar consensos y colonizar la mente, en la era de la infosfera, la soberanía más alta es la soberanía cognitiva, y su pérdida equivale a la disolución de la autonomía humana. Esta condición define lo que Floridi (2015b) denomina *hiperhistoria*, una fase de la historia en la que la supervivencia y gobernanza de las sociedades dependen de su capacidad para gestionar la información. Si en la historia preindustrial el poder se sostuvo en la fuerza, y en la historia industrial, en la energía, en la hiperhistoria descansa en las infraestructuras informacionales que sostienen la economía, la seguridad y la identidad colectiva. Por ello, los conflictos del siglo XXI no solo se libran con armas o algoritmos, sino en torno a la configuración de la infosfera, el nuevo campo de batalla donde se decide la estabilidad del orden social y cognitivo.

Desde esta perspectiva, la GC se presenta como una manifestación militar de la hiperhistoria, es decir, una lucha por el control de los sistemas de información que definen la percepción de la realidad. La transición hacia este régimen informacional prepara el terreno para examinar cómo el conocimiento y los flujos sensoriales han sido históricamente empleados como instrumentos de poder. En efecto, antes de llegar a la actual era de la infosfera, la guerra siempre ha implicado un dominio sobre los sentidos, la comunicación, la percepción y la información. Esta continuidad permite rastrear su genealogía desde la Antigüedad, cuando el conflicto militar ya funcionaba como un teatro sensorial, donde la visión, el sonido y el símbolo eran armas decisivas tanto como la espada o la lanza.

En conclusión, la filosofía de la información revela que la actual GC no surge *ex nihilo*, sino como la culminación de un proceso en el que el conocimiento se fue

militarizando progresivamente. Antes de que la mente se convirtiera en dominio estratégico, la información ya había sido instrumentalizada como un arma, primero para conocer, luego para persuadir y, finalmente, para controlar. Reconstruir esta trayectoria permite comprender cómo la información, desde sus usos primitivos hasta su sofisticación digital, se transformó en el núcleo mismo del poder en la guerra contemporánea.

Fase instrumental: la información como ventaja

En sus orígenes, la información no fue concebida explícitamente como un arma, sino como una extensión del instinto de supervivencia. Las civilizaciones antiguas desarrollaron prácticas de observación, espionaje y mensajería para anticipar movimientos del enemigo, descubrir sus intenciones y preparar el terreno para la acción. La inteligencia, en su forma primitiva, se fundaba en la vigilancia y la interpretación; ver, escuchar y comunicar eran los verbos esenciales del mando¹⁴. Así, el control del entorno perceptivo precedió al control del entorno físico. Con el tiempo, esta práctica empírica se institucionalizó y dio origen a un saber sistemático sobre el adversario: el arte de transformar la información en poder.

Esta primera fase instrumental comprende el periodo en que la información se entiende como un recurso para reducir la incertidumbre y aumentar la eficacia del mando y la decisión. Es el tiempo de la información como herramienta de ventaja militar, no aún de manipulación. En ella, la verdad y la precisión constituyen virtudes estratégicas. En esta etapa, la relación entre conocimiento y poder adquiere su sentido más literal, anticipando la intuición de Francis Bacon (2008) de que *scientia potentia est* (el conocimiento es poder). El espía, el criptógrafo o el cartógrafo no buscan alterar la percepción del otro, sino iluminar la propia. De ahí que los primeros sistemas de inteligencia, las redes de mensajería militar y las primeras formas

¹⁴ Desde los orígenes de la civilización, toda forma de conflicto ha implicado una lucha contra la incertidumbre. Antes de convertirse en eje de la guerra contemporánea, la información tenía valor porque ofrecía al mando una ventaja cognitiva frente al caos del campo de batalla. Como señalaba Clausewitz (1984), la guerra está dominada por la fricción, entendida como la distancia entre lo que se sabe y lo que realmente ocurre. En ese espacio surge la necesidad de información fiable, cuya obtención y protección se vuelven tan decisivas como la fuerza misma. Así, desde los primeros espías hasta las redes de inteligencia moderna, el conocimiento ha sido el antídoto frente a la niebla de la guerra.

de criptografía respondieran al mismo propósito: el de asegurar que el conocimiento anteceda a la acción.

En este contexto, la información se articula como un componente esencial del ciclo de mando. Su función no es persuadir, sino permitir la decisión correcta en el momento oportuno. La racionalidad instrumental de la guerra se expresa aquí en su forma más pura: conocer para vencer. Esta concepción de la información como ventaja permanecerá vigente durante siglos, atravesando imperios, religiones y revoluciones tecnológicas, hasta cristalizar en los sistemas de inteligencia modernos. Solo más tarde, con la masificación de los medios y el auge de la opinión pública, la información dejará de ser un instrumento de conocimiento para convertirse en un medio de influencia.

Comprender esta genealogía es fundamental, pues permite rastrear el desplazamiento del conocimiento como poder hacia la información como arma, en el sentido contemporáneo de la GC. La evolución de la inteligencia, de la vigilancia física al control informacional, revela cómo las sociedades aprendieron primero a observar y solo después a manipular. La historia de la GC comienza, por tanto, en el momento en que mirar, registrar y comunicar se transformaron en actos estratégicos: cuando el saber se hizo inseparable del poder.

La guerra como teatro sensorial: Antigüedad y Edad Media

En los ejércitos de la Antigüedad, el combate se concebía como un teatro sensorial donde los sentidos, especialmente la vista y el oído, se convertían en armas psicológicas de gran eficacia. El estruendo de trompetas, tambores, cuernos de guerra y gritos rituales acompañaba la visión de las masas en formación y los ritos previos a la batalla con el propósito de quebrar la disposición anímica del adversario. En el mundo griego, los hoplitas marchaban al son de flautas dobles mientras entonaban el *peán*, un cántico ritual que servía tanto para coordinar la formación como para infundir temor. Whately (2021) demuestra que estos sonidos no eran simples acompañamientos del combate, sino formas deliberadas de control emocional que ayudaban a sincronizar la respiración, el paso y la agresividad colectiva. La guerra era, así, una coreografía acústica diseñada para disolver el miedo individual dentro de la masa y proyectar un poder unificado.

En las batallas de Cunaxa (401 a.C.) e Issos (333 a.C.), Whately (2021) muestra que el sonido funcionaba como un lenguaje de mando y emoción simultáneamente. Las trompetas y los gritos rituales (el *alalá* griego o el *barritus* persa) no solo comunicaban órdenes, sino que activaban respuestas fisiológicas, como la

aceleración del pulso, la liberación de adrenalina y la sincronización del movimiento. Este “lenguaje acústico del combate” no dependía del entendimiento racional, sino de la resonancia corporal y emocional. El eco de una trompeta o el rugido de la multitud eran suficientes para transformar el miedo en energía colectiva, haciendo de la guerra una experiencia sensorial antes que racional.

Este principio sensorial del combate (el dominio del ritmo, el sonido y la emoción) hallaría su continuación y sofisticación en el arte militar romano. En Roma, el uso sistemático de las trompetas (*tubae*), cuernos metálicos (*cornua*) y estandartes visuales producía un estrépito sensorial que amplificaba la magnitud aparente de las legiones y transmitía la sensación de un poder irresistible. El sonido era tan decisivo que, como observa Whately (2021), “el simple eco de una trompeta evocaba la experiencia del combate y la idea misma de la guerra” (p. 61). Este vínculo entre percepción y emoción se reforzaba mediante la teatralidad visual, ya que algunos portaestandartes (*signifer*) vestían pieles y cabezas de osos o lobos, proyectando una imagen híbrida entre hombre y bestia, destinada tanto a infundir temor en el enemigo como a reforzar la moral interna. Sidebottom (2004) interpreta esta combinación de sonido, símbolo y apariencia como un lenguaje multisensorial diseñado para proyectar invencibilidad, confirmando que incluso en épocas antiguas la guerra se libraba también en la mente de las propias tropas y de sus adversarios.

En la batalla de Cannae (216 a.C.), la intensidad sonora y visual del enfrentamiento alcanzó niveles extremos. Whately (2021) describe cómo el choque metálico de las armas, los alaridos y el polvo del campo creaban una atmósfera sensorial tan densa que “el enemigo se desorientaba antes de ser derrotado físicamente” (p. 55). En la batalla de Estrasburgo (357 d.C.), los clamores y el resplandor del acero generaron una percepción distorsionada del espacio y del tiempo, provocando reacciones de pánico masivo. De este modo, la percepción se convertía en un campo de batalla donde la ruptura de la cohesión equivalía a la derrota psicológica. Ambas batallas demuestran que el ruido y el espectáculo eran tan decisivos como la maniobra o la táctica, pues la confusión perceptiva anticipaba la derrota física.

La historiografía sensorial denota que el miedo no era un efecto colateral, sino un objetivo táctico¹⁵. Canetti (2013) lo había anticipado al señalar que el grito

¹⁵ La historiografía sensorial de la guerra es un enfoque reciente que estudia cómo los combatientes y las poblaciones experimentaron los conflictos a través de los sentidos —vista, oído, olfato, tacto y gusto— y cómo los ejércitos emplearon estímulos sensoriales para provocar efectos psicológicos y emocionales en aliados y enemigos. Whately (2021) muestra que la guerra antigua explotaba estos recursos al combinar sonidos metálicos, olores de la batalla y símbolos visuales capaces de convertir a los soldados en encarnaciones de animales totémicos.

colectivo es el primer instrumento de poder de la multitud, capaz de convertir el pánico en unidad. De igual modo, Whately (2021) observa que los clamores y el ruido metálico del armamento alteraban la percepción del espacio y del tiempo, provocando desorientación y ruptura de la cohesión. Lo que los antiguos comprendieron intuitivamente fue que la percepción, una vez alterada, modifica el juicio y, por ende, la voluntad. De ahí que el combate sensorial constituya una forma temprana de la manipulación cognitiva, precursora de las OPSIC modernas.

A la dimensión sonora se sumaba la manipulación visual. En sus estudios sobre las formaciones romanas y bizantinas, Whately (2021) explica que los comandantes empleaban la luz, el polvo y los estandartes para alterar la percepción del tamaño y la disposición del ejército enemigo. En Cannae, el brillo del sol reflejado en los escudos romanos fue utilizado deliberadamente para encandilar a los cartagineses; en Edessa (544 d.C.), los bizantinos fingieron una retirada para atraer a los persas hacia una emboscada. Estas técnicas revelan una comprensión temprana del engaño óptico como instrumento táctico, ya que ver no significaba necesariamente comprender, y lo visible podía convertirse en trampa cognitiva.

En conjunto, las reconstrucciones de Whately (2021) permiten entender la guerra antigua como *teatro sinestésico*¹⁶, donde sonido, vista y movimiento conformaban un sistema de control emocional total. La batalla era tanto un espectáculo como un mensaje, un medio para comunicar poder y desatar emociones que sustituyeran el pensamiento racional. Este teatro sensorial (que unía lo físico, lo simbólico y lo psicológico) constituye uno de los antecedentes más remotos de la GC, pues demuestra que dominar los sentidos del enemigo fue siempre el primer paso para dominar su mente.

Los relatos míticos también evidencian la centralidad del control perceptivo. El episodio del caballo de Troya, narrado por Homero y retomado por Virgilio en la Eneida, constituye un ejemplo temprano de guerra psicológica, pues no se trata solo de un ardid de infiltración, sino de una operación simbólica que explotó los valores religiosos y culturales de los troyanos (Homero, 1982; Virgilio, 2005). Los

¹⁶ El concepto de *teatro sinestésico* alude a una experiencia en la que distintos sentidos —vista, oído, tacto y, en algunos casos, olfato— se integran en una misma percepción emocional y cognitiva del combate. En la guerra antigua, esta sinestesia se expresaba en la combinación deliberada de estímulos acústicos (trompetas, gritos, choques metálicos), visuales (estandartes, formaciones, brillo de las armas) y kinestésicos (ritmo, movimiento, vibración del suelo). Según Whately (2021), este entramado sensorial no era un subproducto del conflicto, sino un mecanismo planificado para amplificar la emoción colectiva y disolver la racionalidad individual. En términos contemporáneos, puede entenderse como un dispositivo de inmersión cognitiva, en el que el control de los sentidos antecede al de la mente.

griegos comprendieron que el engaño debía inscribirse dentro de una narrativa coherente con las creencias del adversario, convirtiendo de esta manera la fe en vulnerabilidad¹⁷; al aceptar el caballo como ofrenda a Atenea, los troyanos terminaron abriendo sus propias murallas, permitiendo una victoria de la manipulación sobre la fuerza.

La subordinación de la violencia física al poder del engaño en Troya anticipaba el principio que Sun Tzu (2008) consagraría siglos más tarde al afirmar que “la excelencia consiste en someter al enemigo sin combatir” (p. 10). Alejandro Magno llevaría este precepto a su perfección práctica; según el historiador griego Flavio Arriano (2013), Alejandro ordenó durante la campaña contra los persas encender numerosas fogatas nocturnas para simular un ejército mucho mayor, provocando la retirada de destacamentos enemigos antes del propio enfrentamiento. Este tipo de maniobras militares, basadas en el uso estratégico de la percepción, muestran que la manipulación sensorial podía quebrar la voluntad antes de que se desatara la batalla física.

Lo que en el campo de batalla había sido la manipulación de los sentidos, Roma lo convirtió en una estrategia de dominación política. El Imperio institucionalizó el uso de la imagen, el ritual y la monumentalidad para perpetuar su autoridad, demostrando que la guerra más duradera era la que se libraba en la memoria colectiva. Un ejemplo emblemático es el Arco de Tito, erigido en el año 81 d.C. para conmemorar la victoria de Vespasiano y Tito en la Primera Guerra Judeo-Romana (66-73 d.C.). Situado en la Vía Sacra del Foro Romano, este monumento exhibe relieves que representan el saqueo de Jerusalén y la procesión triunfal con el candelabro del Templo, imágenes destinadas a inmortalizar la derrota del enemigo y la gloria del imperio. Como subraya Beard (2015), el arco no era un simple ornamento arquitectónico, sino un recordatorio permanente de la invencibilidad romana, ya que al monumentalizar la victoria en piedra, el Imperio romano convertía un hecho militar en un símbolo duradero de poder perceptivo y una lección visible sobre la inevitabilidad del dominio imperial. El mármol funcionaba aquí como un medio de comunicación visual, tan elocuente como las trompetas del campo de batalla.

¹⁷ Newitz (2024) retoma esta lógica en clave contemporánea al mostrar que las narrativas, diseñadas como armas, conservan la capacidad de orientar emociones y decisiones estratégicas en las sociedades modernas. El vínculo entre el mito antiguo y los análisis actuales confirma que la GC se articula, en última instancia, en torno al poder de las historias para definir lo que un colectivo cree y, por tanto, aquello que está dispuesto a hacer.

La propaganda imperial no se limitó a los grandes monumentos, sino que se infiltró en los objetos cotidianos. Beard (2021) muestra que las monedas imperiales funcionaron como el primer medio de comunicación de masas, pues cada transacción económica era una experiencia de autoridad. Los reversos con imágenes de dioses, victorias o abundancia difundían la idea de prosperidad y legitimidad dinástica, creando un vínculo psicológico entre obediencia política y orden cósmico¹⁸. La numismática romana¹⁹, al igual que el cine o los medios modernos, convertía la imagen en instrumento de gobierno. Como advierte Virilio (2009), todo régimen de visibilidad es un régimen de poder, y Roma comprendió que quien controla el "ojo" controla el pensamiento.

Tras la caída de Roma, esa función comunicativa fue heredada y perfeccionada por la Iglesia católica. Durante la Edad Media, el monopolio cultural del clero aseguró que las ideas circulantes se ajustaran a sus fines doctrinales. Las catedrales, con sus vitrales y esculturas, eran "los libros" de los analfabetos, y los sermones y procesiones, las primeras campañas de comunicación masiva de la historia (Taylor, 2003). En esta ecología simbólica, los pulpitos eran tan decisivos como las espadas, ya que moldeaban la imaginación moral y definían la legitimidad del poder terrenal bajo el signo de la salvación.

Asbridge (2011) afirma que las Cruzadas (1096-1291) fueron tanto expediciones militares como campañas de movilización espiritual, articuladas mediante bulas papales, cantos litúrgicos y crónicas que demonizaban al enemigo musulmán. El símbolo de la cruz roja en estandartes y vestimentas no solamente identificaba a los cruzados²⁰, sino que reforzaba la cohesión interna al presentar la guerra como una empresa trascendente legitimada tanto por Dios como por la misma

¹⁸ Algunos humanistas del Renacimiento, como Petrarca, reconocieron esta eficacia al considerar que las monedas ofrecían un testimonio más auténtico de los emperadores que muchos textos clásicos, pues procedían directamente de la autoridad imperial.

¹⁹ La numismática es un campo de investigación histórica dedicado al estudio sistemático de monedas, medallas y otros objetos monetarios como testimonios materiales del pasado. Su objeto no se restringe al análisis económico del valor fiduciario o del intercambio, sino que examina estos artefactos como dispositivos simbólicos que condensan información sobre autoridad política, legitimidad, imaginarios colectivos y estructuras de poder. A través del estudio de su iconografía, leyendas, metrología, composición metálica y patrones de circulación, la numismática permite reconstruir procesos históricos, dinámicas comerciales, estrategias de propaganda y configuraciones ideológicas propias de cada periodo.

²⁰ La cruz roja cosida en mantos y estandartes funcionaba como símbolo de identidad colectiva y legitimidad trascendente. Al portarla, los combatientes no solo se diferenciaban visualmente en el campo de batalla, sino que afirmaban su condición de "*milites Christi*" (soldados de Cristo) bajo la protección espiritual de la Iglesia. Este emblema reforzaba la cohesión interna al vincular la acción militar con una causa sagrada, y convertía la guerra en una experiencia simbólica y propagandística que trascendía la dimensión puramente bélica (Asbridge, 2011).

Iglesia. Los adversarios musulmanes también desplegaron estrategias perceptivas. El *takbir*²¹, entonado colectivamente antes del combate, funcionaba como arma emocional que reforzaba la moral y paralizaba al enemigo cristiano con su resonancia coral (Hillenbrand, 2000).

A este repertorio se sumaban prácticas de castigo público, como las torturas y las ejecuciones, que, según Mannix (2014), operaban como instrumentos de control psicológico y disciplinamiento social. La Edad Media demostró que la guerra no se libraba únicamente con espadas y fortalezas, sino también mediante símbolos religiosos, rituales públicos y prácticas comunicativas destinadas a moldear la percepción colectiva. La cruz roja de los cruzados, el *takbir* musulmán, las bulas papales y las ejecuciones públicas ilustran cómo la legitimidad y la cohesión podían reforzarse o quebrarse a través de recursos cognitivos y emocionales.

Empero, la difusión de estos mensajes dependía todavía de la oralidad, los rituales litúrgicos o las crónicas manuscritas, lo que limitaba su alcance. La invención de la imprenta en el siglo XV transformó radicalmente este panorama al posibilitar la circulación masiva y estandarizada de textos, imágenes y panfletos. Desde ese momento, la propaganda adquirió un sentido moderno, convirtiéndose en un instrumento sistemático de persuasión política y religiosa capaz de movilizar poblaciones enteras con una eficacia nunca antes vista. Clausewitz (1984) advirtió que la guerra es un fenómeno moral antes que material, donde la fuerza se convierte en comunicación y la violencia en lenguaje. Con la imprenta, ese lenguaje adquirió un medio y la guerra se expandió de los campos de batalla a los espacios simbólicos de la palabra y la imagen. En adelante, dominar los sentidos sería dominar las ideas.

Por consiguiente, la evolución de la guerra como experiencia sensorial anticipó una transformación profunda: el paso del dominio de los cuerpos al dominio de las mentes. Los antiguos comprendieron que el control de los sentidos era también control de las emociones, y que todo acto de comunicación en el campo de batalla (el sonido, el color, el símbolo o la imagen) era una forma de moldear la realidad percibida. La Edad Media consolidó esta intuición al fusionar el poder religioso con

²¹ El *takbir* es la fórmula islámica que proclama *Allāhu akbar* (Dios es el más grande). Es una de las expresiones más frecuentes del islam y se emplea en contextos religiosos cotidianos, como la oración, las festividades y la alabanza. Su uso en la guerra medieval se inscribía en esa tradición, pues proclamaba la grandeza de Dios como justificación última de la lucha. Las fuentes cruzadas registraron a menudo el *takbir* como un rasgo distintivo del adversario musulmán, y lo interpretaron tanto como grito de batalla como signo de fervor religioso (Hillenbrand, 2000). De este modo, integraba lo bélico y lo devocional, y reforzaba la idea de que la guerra era una empresa sagrada.

el emocional, pero fue la modernidad la que convirtió la persuasión en un sistema. Con la aparición de la imprenta, la guerra se desplazó del estrépito de los tambores al murmullo de los textos, de la visión inmediata a la interpretación diferida. Desde entonces, la influencia reemplazó a la intimidación como instrumento principal del conflicto, inaugurando una era en la que la información, más que la espada, se convirtió en la fuerza decisiva de la historia.

Pero para comprender la transición de la persuasión como arte retórico a la propaganda como sistema, es necesario precisar su diferencia conceptual. Según Jowett y O'Donnell (2015), toda propaganda es persuasión, pero no toda persuasión es propaganda; ambas comparten el propósito de influir en las actitudes o comportamientos de una audiencia, pero difieren en su grado de intencionalidad, transparencia y control del contexto comunicativo. En efecto, la persuasión parte del reconocimiento de la autonomía del receptor, ya que busca convencer mediante argumentos, evidencias o apelaciones racionales y emocionales que el interlocutor puede aceptar o rechazar. En ella, el énfasis recae en la libertad de elección, y su legitimidad depende de la correspondencia entre la información ofrecida y la realidad. En cambio, la propaganda suprime o manipula esa libertad, subordinando la comunicación a un objetivo ideológico o político predeterminado. Su fin no es el diálogo, sino la conformación del consenso.

Jowett y O'Donnell (2015) definen la propaganda como el "intento deliberado y sistemático de dar forma a las percepciones, manipular las cogniciones y dirigir el comportamiento para lograr una respuesta que favorezca los intereses del propagandista" (p. 7). Esta definición evidencia tres rasgos fundamentales. En primer lugar, la propaganda es un proceso deliberado, no espontáneo, cuidadosamente planificado con precisión estratégica. En segundo lugar, posee un carácter sistemático, ya que se articula a través de redes de comunicación, símbolos y mensajes coordinados. Finalmente, implica una manipulación cognitiva, puesto que actúa sobre los marcos interpretativos del receptor y no únicamente sobre su opinión inmediata, buscando modificar la manera en que comprende y valora la realidad. En la persuasión, el emisor presenta razones; en la propaganda, construye realidades. Mientras la primera intenta convencer a través de la lógica o el ethos del orador, la segunda busca naturalizar una visión del mundo, disolver el juicio crítico y producir adhesión emocional. La propaganda es una forma de comunicación institucionalizada que depende del control del entorno informacional (Jowett & O'Donnell, 2015).

Desde una perspectiva histórica, esta distinción marca el punto de inflexión entre la retórica clásica y la comunicación moderna. La imprenta, al multiplicar

los medios de difusión, permitió que la persuasión se transformara en una tecnología de masas, y que el discurso dejara de ser un intercambio interpersonal para convertirse en una arquitectura social del pensamiento. A partir de ese momento, la verdad comenzó a ser administrada como un recurso político, y la percepción, como un territorio de disputa.

Por consiguiente, mientras la persuasión mantiene una relación dialógica entre emisor y receptor, la propaganda implica una asimetría cognitiva, en la que el emisor controla tanto el contenido como el contexto de recepción. Su eficacia depende de su capacidad para anticipar y dirigir las interpretaciones del público, integrando símbolos, emociones y narrativas en una misma operación. En este sentido, la propaganda puede entenderse como la culminación de la persuasión: su forma tecnificada, institucional y estratégica, donde el discurso se convierte en un instrumento de dominación cultural y psicológica.

El nacimiento de la propaganda y el umbral de la guerra moderna

El paso de la Edad Media a la modernidad no solamente transformó la economía y la política europeas; alteró, sobre todo, los modos de producir creencias y de movilizar voluntades. En ese umbral, la propaganda emergió como tecnología social de la persuasión, mucho antes de convertirse en un término de uso común. Su origen institucional más citado ha sido la *Sacra Congregatio de Propaganda Fide*, que, si bien no inaugura la práctica de la propaganda, sí la nombra, la jerarquiza y la sistematiza²². Nacida en el pontificado de Gregorio XV en 1622 y consolidada bajo Urbano VIII con el *Collegium Urbanum* en 1627²³, su misión fue coordinar la difusión de la fe católica alrededor del mundo, estandarizando métodos, lenguas, catecismos e iconografías (seminarios, imprentas propias). Con ello, institucionalizó una gobernanza de la persuasión, centralizando el mando doctrinal, profesionalizando

²² Como advierte Taylor (2003), la propaganda es tan antigua como la civilización. Desde las inscripciones reales de Mesopotamia hasta las monedas romanas y las procesiones triunfales, el poder comprendió que dominar la percepción era tan importante como dominar el territorio. Taylor (2003) sostiene que "la propaganda data del momento en que los seres humanos comenzaron a comunicarse entre sí; [...] es la comunicación de ideas diseñada para persuadir a la gente a pensar y comportarse de una manera deseada" (p. 3). En ese sentido, la propaganda no fue una invención moderna, sino una forma ancestral de gestión simbólica del poder.

²³ El *Collegium Urbanum de Propaganda Fide* fue un seminario misionero dependiente de la *Sacra Congregatio de Propaganda Fide*. Su propósito era formar clérigos seculares destinados a difundir la fe católica en territorios no cristianos y en regiones afectadas por la Reforma. Ubicado en Roma, el colegio ofrecía instrucción en teología, lenguas y comunicación pastoral, y servía como núcleo académico de la política global de evangelización de la Santa Sede. Con el tiempo, se convirtió en la actual *Pontificia Università Urbaniana*, adscrita a la Congregación para la Evangelización de los Pueblos (Taylor, 2003).

a los agentes (misioneros, traductores, impresores) y fijando criterios de audiencias, mensajes y soportes.

De acuerdo con Prendergast y Prendergast (2013), la *propaganda fide* no solamente estableció una oficina eclesiástica para la evangelización, sino que también inventó un modelo racional de comunicación institucionalizada, anticipando la moderna administración del discurso político y mediático. Su bula fundacional, *Inscrutabili Divinae Providentiae Arcano*, tradujo el imperativo espiritual de la conversión en un dispositivo burocrático de control de la palabra, articulando la fe, el conocimiento y el poder en una estructura global de emisión, traducción y repetición. Este acto constituyó la primera forma de gestión sistemática del sentido, donde la verdad se convirtió en una materia administrable. Por lo tanto, antes que un instrumento de manipulación, la propaganda fue concebida como una tecnología de gobierno del alma, un régimen de producción de verdad y obediencia que transformó el acto de comunicar en un medio de dominio.

En este sentido, la modernidad no inventó la propaganda *ex nihilo*, sino que la secularizó. Aquella arquitectura simbólica de la Iglesia, basada en la unidad del mensaje, la planificación retórica y la vigilancia de los emisores, se convertiría en el modelo estructural de las futuras maquinarias de propaganda política y militar. La *propaganda fide* fundó así la primera burocracia del sentido, donde la difusión del dogma coincidía con el control de la información. Desde entonces, el acto de persuadir dejó de pertenecer al ámbito moral o retórico y se transformó en una ciencia de la influencia, orientada a la producción planificada de creencias colectivas.

En términos contemporáneos, supuso el paso de tácticas dispersas de predicación y ritual a una política pública de comunicación religiosa con alcance transnacional. En el contexto de la Guerra de los Treinta Años (1618-1648), la organización no solo impulsó la evangelización, sino también la lucha contra la Reforma protestante, comprendiendo que la expansión de la fe católica requería una arquitectura comunicativa global. Por ende, la propaganda dejó de ser una práctica ocasional para convertirse en una institución permanente del poder, anticipando la centralización informativa que caracterizaría posteriormente a los Estados modernos (Taylor, 2003).

Si durante la Antigüedad y la Edad Media la guerra se libraba en los sentidos, en la modernidad comenzó a librarse en las ideas. La información dejó de ser únicamente un instrumento para conocer o intimidar, y se transformó en un medio de influencia sistemática sobre la mente colectiva. La palabra escrita, multiplicada por la imprenta, desplazó el campo de batalla del cuerpo al discurso. Lo que antes

eran cantos de guerra o estandartes sagrados se convirtió en panfletos, sermones y manifiestos capaces de movilizar pueblos enteros. La percepción, que había sido un recurso táctico, se convirtió en un campo de operaciones estratégicas.

La imprenta, como observa Eisenstein (1983), no solo revolucionó la transmisión del conocimiento, sino también la naturaleza del poder. Permitió la estandarización de las ideas y su circulación masiva, creando por primera vez un espacio público informacional donde se disputaba la legitimidad política. Las guerras de religión del siglo XVI demostraron que el texto podía ser tan incendiario como la pólvora; Lutero comprendió que la autoridad ya no dependía del púlpito, sino de la hoja impresa, y Roma respondió con la *propaganda fide*, institucionalizando el control comunicativo de las conciencias. Desde entonces, la persuasión se volvió una técnica política y la información, un terreno de combate moral.

La modernidad inauguró así una etapa en la que la influencia sustituyó al miedo. Las monarquías y repúblicas emergentes aprendieron que las creencias, las emociones y los afectos podían gestionarse mediante símbolos, relatos y medios. Como sugiere Habermas (2009), este proceso dio origen a la *esfera pública* moderna²⁴, el primer campo donde la información se convirtió en poder simbólico. En esa nueva arena, la verdad dejó de ser dictada y comenzó a ser negociada. En este contexto, la guerra por las percepciones adoptó formas más sutiles, y los discursos patrióticos, los retratos reales, los mapas imperiales y los periódicos se convirtieron en armas cognitivas. El poder ya no residía en imponer el silencio del enemigo, sino en guiar su interpretación del mundo.

Por ende, la fase persuasiva marca el inicio de la moderna guerra de la información, una en la que el objetivo no es necesariamente destruir al adversario, sino convencerlo. La propaganda, la diplomacia pública y las OPSIC tempranas consolidaron la idea de que la dominación más duradera es aquella que se ejerce sobre la mente y no sobre el territorio. En los siglos venideros, la información dejaría de describir la realidad para empezar a producirla, y la persuasión se convertiría en la nueva forma de control estratégico.

²⁴ Habermas (2009) introdujo el concepto de esfera pública burguesa para describir el surgimiento de un espacio intermedio entre el Estado y la sociedad civil, en el que los ciudadanos empezaron a debatir racionalmente los asuntos comunes. Este entorno comunicativo, impulsado por la imprenta y los medios periódicos, convirtió la legitimidad política en un fenómeno discursivo. La autoridad ya no emanaba del trono o del altar, sino del consenso argumentado en el espacio público. En términos estratégicos, ello significó que el poder empezó a depender del control de la información y de la capacidad de orientar la opinión colectiva, rasgo que anticipa las formas modernas de GC y de gestión perceptiva de las masas.

Fase persuasiva: la información como influencia

En el pensamiento clásico, Carl von Clausewitz (1984) definió la guerra como “un acto de fuerza para obligar al adversario a hacer nuestra voluntad” (p. 75), y la describió como una actividad que posee una naturaleza constante, pero un carácter cambiante. Su célebre trinidad (pasión, azar y razón) expresa que la naturaleza de la guerra permanece inmutable, ya que es un fenómeno social y político en el que la violencia organizada se subordina a un propósito racional. Sin embargo, el carácter de la guerra, entendido como el modo en que esa violencia se manifiesta, evoluciona con la tecnología, la organización social y la cultura estratégica de cada época. Finalmente, la conducción de la guerra se refiere al arte práctico de aplicar los medios (tácticos, operacionales e informacionales) para alcanzar los fines políticos. En suma, si la naturaleza de la guerra es ontológica y permanente, su carácter es histórico y su conducción, instrumental²⁵. Comprender cómo estos tres niveles se articulan históricamente requiere un modelo que permita rastrear los cambios estructurales de la guerra moderna.

Pues bien, el modelo de las generaciones evolutivas de la guerra propuesto por Lind et al. (1989) funciona como recurso heurístico para entender cómo cambian el carácter y la conducción de la guerra moderna y, con ellos, los *mecanismos de derrota*²⁶. Cabe señalar que el objetivo de esta tipología de la guerra moderna no es ofrecer una ley histórica inmutable, sino brindar un marco interpretativo que permita comprender los cambios en el carácter y la conducción de conflictos militares a lo largo del tiempo. Por ello, el modelo busca identificar patrones que vinculen

²⁵ Clausewitz distingue entre la naturaleza de la guerra, que es permanente, y su carácter, que varía según el contexto social, tecnológico y político. La naturaleza remite a su esencia: un acto de violencia orientado a imponer la voluntad sobre otro, pero subordinado a un propósito político, pues “la guerra no es un acto de impulso, sino un instrumento de la política” (Clausewitz, 1984, p. 87). El carácter, en cambio, alude a la forma histórica que adopta esa violencia en cada época —industrial, irregular, híbrida o cognitiva—. La conducción de la guerra se refiere al arte de coordinar medios y fines de la violencia organizada. Así, mientras la naturaleza es ontológica, el carácter es histórico y la conducción es instrumental, distinción que permite comprender cómo la revolución informacional transforma el modo, pero no la esencia, del conflicto armado.

²⁶ En teoría militar, este concepto se refiere al proceso mediante el cual una fuerza quiebra la capacidad de combate, la cohesión o la voluntad del adversario. No se limita a la destrucción física, sino que incluye dimensiones psicológicas, informacionales y morales. Clausewitz (1984) ya distinguía entre la aniquilación del enemigo y su desmoralización como vías hacia la victoria. En doctrinas modernas, el Ejército de los Estados Unidos define estos mecanismos como métodos para compeler al enemigo a aceptar la propia voluntad mediante destrucción, dislocación, disuasión o desmoralización (Hoffman, 2021). En la guerra cognitiva, este mecanismo se traslada al plano mental y social, y busca colapsar la capacidad de decisión o la legitimidad del adversario sin necesidad de enfrentamientos cinéticos.

innovaciones tecnológicas, transformaciones sociales y doctrinas militares con nuevas formas de derrotar al enemigo.

El modelo tipológico se construye sobre el análisis comparativo de cuatro variables esenciales: 1) el escenario donde se desarrolla la guerra; 2) los actores que la protagonizan; 3) los medios y modos mediante los cuales se conduce; y 4) el mecanismo de derrota, entendido como el objetivo que define la victoria militar o política. Según Lind et al. (1989), cuando cualquiera de estas variables experimenta una transformación significativa, la naturaleza del conflicto se altera de manera estructural y surge una nueva generación de guerra. De este modo, el modelo no se limita a describir innovaciones tecnológicas, sino que propone una tipología que integra cambios en la organización militar, la cultura estratégica y la relación entre Estado, sociedad y violencia (Tabla 2).

Tabla 2. *Las generaciones evolutivas de la guerra y sus variables constitutivas*

Generación de la guerra	Escenario de combate	Actores predominantes	Medios y modos de conducción	Mecanismo de derrota (objetivo estratégico)	Ejemplo histórico representativo
Primera generación (siglos XVII-XIX)	Tierra y mar. Campos de batalla convencionales delimitados.	Ejércitos y armadas profesionales de los primeros Estados nación.	Mosquetes, cañones, formaciones en línea y columna; guerra lineal y de maniobra rígida, basada en disciplina, sincronización y choque frontal (modelo napoleónico).	Aniquilación física del enemigo mediante el choque directo y la destrucción de sus fuerzas.	Guerras Napoleónicas (1803-1815)
Segunda generación (finales del XIX-1918)	Tierra y mar; uso incipiente del aire.	Fuerzas regulares estatales movilizadas a escala industrial.	Ametralladoras, artillería pesada, ferrocarriles; guerra de desgaste industrial, guerra de trincheras y fuego masivo; predominio del poder de fuego sobre la maniobra.	Desgaste de los recursos humanos, económicos y morales del adversario.	Primera Guerra Mundial (1914-1918)

Continúa tabla...

Generación de la guerra	Escenario de combate	Actores predominantes	Medios y modos de conducción	Mecanismo de derrota (objetivo estratégico)	Ejemplo histórico representativo
Tercera generación (1939-1970)	Tierra, mar y aire. Expansión del combate tridimensional.	Fuerzas combinadas estatales (tierra, aire, mar).	Tanques, aviación, submarinos, portaviones; fuerzas combinadas; guerra de maniobra operacional, incluyendo Blitzkrieg (Alemania), Batalla Profunda (URSS) y Kido Butai (Japón); énfasis en velocidad, penetración y desorganización sistémica.	Dislocación física y psicológica del adversario mediante velocidad y sorpresa.	Segunda Guerra Mundial (1939-1945)
Cuarta generación (finales del siglo XX)	Escenarios físicos, políticos y sociales.	Actores no estatales (guerrillas, insurgencias, redes terroristas).	Medios irregulares, comunicación política, propaganda; guerra popular prolongada (Mao), insurgencia /contrainsurgencia (Galula, Kilcullen), estrategia de erosión de legitimidad.	Erosión de la voluntad política y social del adversario mediante prolongación del conflicto.	Guerra de Vietnam (1955-1975); Conflictos asimétricos en Irak y Afganistán
Quinta generación (siglo XXI)	Ciberespacio e infosfera; entornos híbridos físico-digitales.	Estados, corporaciones, grupos no estatales y ciudadanos hiperconectados.	Ciberoperaciones, redes sociales, big data; guerra cognitiva, operaciones de información avanzadas (InfoOps/ OPSIC integradas), guerra híbrida y de zona gris, control reflexivo, ingeniería social a escala algorítmica.	Implosión cognitiva y control perceptivo del adversario mediante distorsión informacional y emocional.	Guerra Ruso-Ucraniana (2022-), interferencias informacionales globales

Fuente: Elaboración propia con base en Lind et al. (1989) y Álvarez et al. (2017)

A partir de este marco comparativo, es posible observar cómo cada generación de la guerra encarna una transformación en la relación entre tecnología, organización militar y objetivos estratégicos. La primera generación de la guerra moderna surge a partir del cambio decisivo en la variable *medios*, derivado del uso sistemático de las armas de fuego portátiles y de artillería entre los siglos XVI y XVII. Esta innovación transformó la manera de organizar y conducir la guerra, dando origen a los ejércitos y armadas profesionales al servicio de los nacientes Estados nación. El *escenario* de combate se concentraba en la superficie de la tierra y el mar, donde la guerra se concebía como un enfrentamiento directo entre formaciones regulares que combatían en líneas y columnas bajo disciplina estricta. Los *actores* principales eran las fuerzas armadas de los Estados nación, mientras que la conducción estratégica se basaba en la concentración de masas y el choque frontal. El *mecanismo de derrota* se centraba en la aniquilación física del adversario, tanto en su personal como en su capacidad material, mediante el combate cuerpo a cuerpo y la superioridad numérica. En esta etapa, la guerra era un fenómeno esencialmente geométrico y mecánico, donde la victoria se medía por la destrucción visible del enemigo.

La segunda generación de la guerra surge de la Primera Revolución Industrial (finales del siglo XIX), que introduce innovaciones como la ametralladora, la artillería pesada y el ferrocarril, expandiendo exponencialmente la capacidad de producción, transporte y fuego. Este avance altera el equilibrio entre la ofensiva y la defensiva, dando lugar a la guerra de trincheras, en la que la movilidad del combate desaparece frente al poder destructivo de las armas modernas. El *escenario* continúa siendo terrestre y marítimo, con un uso incipiente, pero no decisivo, del aire. Los *actores* siguen siendo los ejércitos regulares de los Estados, pero su escala es ahora industrial, con millones de soldados movilizados y abastecidos por economías nacionales en guerra total. Los *medios* son la artillería, el fuego indirecto y la producción masiva de armamento, mientras que el *mecanismo de derrota* se transforma en el desgaste o atrición; es decir, la victoria se logra agotando los recursos humanos, económicos y morales del adversario. Esta generación inaugura la guerra moderna como empresa industrial y logística, en la que la capacidad de sostener el esfuerzo bélico se convierte en el factor determinante.

La tercera generación de la guerra moderna nace como respuesta a la parálisis de la guerra de posiciones, impulsada por la Segunda Revolución Industrial y la incorporación del motor de combustión interna, los vehículos mecanizados y la aviación de combate. Estos avances permiten restaurar la movilidad estratégica

y táctica, dando lugar a la guerra de maniobra, cuyo principio rector es la velocidad, la sorpresa y la dislocación del enemigo. El *escenario* de combate se amplía al aire, además de la tierra y el mar, consolidando las operaciones combinadas entre fuerzas terrestres, aéreas y navales. Los *actores* siguen siendo los Estados nacionales y sus fuerzas militares regulares, organizadas bajo doctrinas de armas combinadas. Los *medios* son ahora la mecanización, la aviación táctica, los tanques, los submarinos y la coordinación interarmas. El *mecanismo de derrota* deja de ser la destrucción directa o el desgaste para centrarse en la dislocación física y psicológica del adversario, al romper su cohesión interna y capacidad de mando antes que destruirlo materialmente. La Segunda Guerra Mundial y las campañas relámpago alemanas (*blitzkrieg*) encarnan este modelo, en el que la información, la sorpresa y la velocidad anticipan la lógica de la GC.

La cuarta generación marca un punto de inflexión en la variable de los actores, ya que los Estados pierden el monopolio de la guerra frente a la emergencia de actores no estatales (insurgencias, guerrillas, redes terroristas o milicias híbridas), que combinan tácticas regulares e irregulares. Las guerras de cuarta generación se libran en múltiples *escenarios* (físicos, sociales y simbólicos), donde lo militar y lo político se entrelazan. y los *medios* son heterogéneos, ya que oscilan desde armas convencionales hasta propaganda, sabotaje, terrorismo y comunicación estratégica. Dado que los actores no estatales no pueden vencer mediante la aniquilación física, el desgaste de recursos o la dislocación mecanizada, su *mecanismo de derrota* consiste en el agotamiento de la voluntad política y social del adversario. La guerra se prolonga en el tiempo, buscando desmoralizar a la sociedad y romper la legitimidad del Estado. El escenario decisivo ya no es el campo de batalla, sino el espacio político, mediático y psicológico. En este contexto, la percepción pública y la narrativa adquieren valor estratégico, anticipando el tránsito hacia la GC.

La quinta generación emerge de la Tercera Revolución Industrial, caracterizada por la digitalización, la automatización y la convergencia tecnológica entre humanos y máquinas. En esta etapa, el ciberespacio se consolida como nuevo dominio de guerra, y la información se convierte en el principal medio y objetivo del conflicto. El *escenario* operativo se traslada de la arena física al entorno informacional y cognitivo, donde los datos, las emociones y las percepciones son armas estratégicas. Los *actores* ya no se limitan a los Estados nacionales ni a sus fuerzas militares, ya que cualquier individuo, grupo o entidad conectada puede participar activamente en la guerra informacional. Los *medios* incluyen la manipulación algorítmica, las redes sociales y las OPSIC amplificadas digitalmente. El *mecanismo*

de *derrota* se redefine como implosión cognitiva, es decir, la desarticulación del adversario mediante el control de su información, sus emociones y su voluntad. La guerra ya no busca ocupar territorios, sino colonizar la mente. En este sentido, la quinta generación inaugura el dominio cognitivo de la guerra, donde la percepción se convierte en el nuevo centro de gravedad estratégico.

Aunque el modelo de Lind et al. (1989) suele representarse como una secuencia progresiva desde la primera hasta la cuarta generación, y Álvarez et al. (2017) extienden su análisis hasta la quinta generación, es fundamental subrayar su carácter heurístico y no cronológico²⁷. Las generaciones de la guerra no se suceden de manera lineal ni excluyente, sino que pueden coexistir simultáneamente en distintos escenarios del sistema internacional. Así, mientras en un contexto puede librarse una guerra de tercera generación (centrada en la maniobra y la dislocación), en otro puede desarrollarse una de segunda, caracterizada por el desgaste industrial. Son las condiciones materiales, culturales, geográficas y tecnológicas las que determinan qué forma generacional adopta un conflicto, y no una lógica evolutiva estrictamente temporal. En este sentido, el modelo debe entenderse como una herramienta analítica que ayuda a interpretar la adaptación de la guerra a su entorno, más que como una cronología rígida del cambio militar.

Del mismo modo, este modelo es tanto acumulativo como adaptativo, lo que explica su denominación como "evolutivo". Cada nueva generación no reemplaza a las anteriores, sino que hereda, combina y reinterpreta sus elementos conforme a los desafíos de su tiempo. En una guerra de tercera generación pueden persistir tácticas propias de la segunda (como el fuego masivo o el desgaste), del mismo modo que en una de quinta generación subsisten las lógicas de destrucción física y control territorial. La guerra ruso-ucraniana, iniciada en 2022, ejemplifica este carácter acumulativo: en ella coexisten la guerra de trincheras y artillería de segunda generación, la maniobra mecanizada de tercera, la guerra de guerrillas de cuarta y una intensa batalla narrativa y ciberespacial propia de la quinta generación.

²⁷ El modelo de generaciones de la guerra fue propuesto por William S. Lind, Keith Nightengale, John F. Schmitt, Joseph W. Sutton y Gary I. Wilson en el artículo "The changing face of war: Into the fourth generation", publicado en *Marine Corps Gazette* en 1989. Allí plantearon una tipología evolutiva que iba desde la guerra lineal napoleónica (primera generación) hasta la guerra descentralizada y no lineal (cuarta generación), caracterizada por la disolución de las fronteras entre combatientes y civiles y por el empleo de medios no convencionales, como la guerra de guerrillas y el terrorismo. Décadas más tarde, Álvarez et al. (2017) extendieron el modelo hacia una quinta generación y sostuvieron que el conflicto contemporáneo ha desplazado su centro de gravedad del control físico del territorio a la conquista cognitiva de percepciones, emociones y voluntades colectivas. Así, la guerra de quinta generación representa una síntesis de las anteriores, en la que el dominio cognitivo se consolida como espacio estratégico decisivo.

No obstante, pese a su amplia difusión, el modelo ha sido objeto de varias críticas. Echevarría (2005) argumenta que su estructura es más retórica que científica, pues simplifica la complejidad del fenómeno bélico en una narrativa lineal que no siempre se ajusta a la realidad. Gray (2006) añade que el entusiasmo por catalogar cada innovación como una “nueva generación” puede inflar el concepto y reducir su poder explicativo²⁸. Sin embargo, más allá de sus limitaciones, el modelo de Lind et al. (1989) conserva valor como marco heurístico, ya que no pretende ofrecer un mapa exacto, sino una lente de inteligibilidad que permite comparar épocas, doctrinas y tecnologías desde la lógica de cómo los actores conciben la derrota y la victoria.

En síntesis, el modelo de las generaciones de la guerra no debe entenderse como una ley histórica estricta, sino como una lente que ayuda a identificar cambios en el carácter y la conducción de la guerra. Su valor radica en destacar que la guerra no evoluciona solo en términos de armas o ejércitos, sino también de percepciones, legitimidades y mecanismos psicológicos. Por lo tanto, al vincular propaganda, OPSIC, operaciones de información (OI) y GC con las distintas generaciones, se puede trazar un hilo de continuidad que revela cómo la mente humana ha pasado de ser un terreno complementario a convertirse en el verdadero campo de batalla. Este es el trasfondo que permite comprender la centralidad de la GC en el presente y anticipar sus implicaciones para la seguridad y la defensa en el futuro inmediato.

Para llevar esta lectura comparada a los casos históricos, se adopta la noción del *continuum de militarización de la comunicación*²⁹ (de propaganda a OPSIC, de OPSIC a OI y de OI a GC), así como el modelo de las cinco D (Álvarez, 2024). Este andamiaje permite especificar, en cada generación, qué ámbito se interviene,

²⁸ Sin embargo, esta crítica parte de un criterio excesivamente historicista, que exige “batallas paradigmáticas” como las de la Antigüedad. Con ello desconoce que, en el mundo hiperconectado contemporáneo, la guerra ya no se define por batallas decisivas, sino por procesos graduales y descentralizados de erosión de la cohesión y la legitimidad, sin hitos únicos.

²⁹ Esta noción describe el proceso histórico por el cual las prácticas comunicativas, inicialmente orientadas a la persuasión civil y política, fueron integradas progresivamente en la planificación, la doctrina y las capacidades militares. Este enfoque permite observar la transición de la propaganda a las OPSIC y las OI como fases sucesivas de institucionalización de la influencia. Su formulación teórica deriva de los estudios sobre comunicación estratégica, guerra informacional y cognitiva, así como de la tradición doctrinal de las operaciones multidominio (Rid & Hecker, 2009; Farwell, 2020; Álvarez, 2024). Este proceso, que comenzó con la instrumentalización política de la imprenta y culmina con la gestión algorítmica de la atención y la percepción, refleja la transición desde la militarización de la comunicación hacia la armamentización de la información, punto culminante que caracteriza a la GC contemporánea.

a quién se dirige, con qué medios, quién decide y cómo se vence, mostrando por qué la mente deviene centro de gravedad del conflicto contemporáneo. Es decir, el *continuum* de militarización de la comunicación y el modelo de las cinco D no son solo marcos analíticos, sino también lentes interpretativos que permiten leer la historia de la guerra como historia de la influencia. Cada generación bélica puede entenderse, así, como un laboratorio donde se reconfiguran los modos de intervenir en la mente y en la emoción colectivas.

El modelo de las cinco D es una herramienta analítica diseñada para la descripción y comparación de las distintas formas de influencia empleadas en la historia de la guerra³⁰, desde la propaganda temprana hasta las operaciones cognitivas contemporáneas (Álvarez, 2024). Su propósito es identificar cómo la comunicación se transforma progresivamente en un sistema de poder, al pasar de los mensajes simbólicos a los entornos informacionales y, finalmente, a los procesos mentales. Las cinco dimensiones (Dominio, Destino, Dispositivo, Decisor y Derrota) constituyen un marco estructurado que permite analizar la lógica interna de cada modalidad de influencia y su contribución al resultado estratégico.

El *dominio* define el espacio donde se libra la batalla por la influencia (social, político, militar, informacional o cognitivo). El *destino* identifica las audiencias u objetivos sobre los que se busca generar un efecto, ya sean poblaciones, tropas, élites decisoras o sociedades enteras. El *dispositivo* alude al conjunto de medios, tecnologías y narrativas utilizados para ejecutar la influencia (desde el púlpito y la imprenta hasta las redes sociales). El *decisor* representa el actor que conduce y orienta la comunicación (religioso, estatal, militar, corporativo o híbrido). Finalmente, la *derrota* expresa el mecanismo mediante el cual se logra la victoria, ya no necesariamente por medio de la aniquilación física, sino por deslegitimación, desmoralización o control perceptivo del adversario (Tabla 3).

³⁰ El modelo de las cinco D (Dominio, Destino, Dispositivo, Decisor y Derrota) es una herramienta heurística desarrollada por Carlos Álvarez (2024). Su construcción integra conceptos doctrinales de la doctrina conjunta de los Estados Unidos y la OTAN, en particular las definiciones de dominio y niveles de guerra (JCS, 2014, 2016; NATO, 2019), así como la noción de *mecanismo de derrota* formulada por Wylie (2014) y ampliada por Echevarría (2024). El modelo permite analizar comparativamente las modalidades históricas de influencia y establecer vínculos entre los medios informacionales, los actores decisores y los mecanismos de victoria en cada etapa del conflicto.

Tabla 3. Modelo de las cinco D de la influencia estratégica

Dimensión	Definición	Preguntas orientadoras	Ejemplos históricos
Dominio	Espacio o entorno donde se libra la batalla por la influencia: social, político, militar, informacional o cognitivo.	¿En qué ámbito se disputa la influencia? ¿El campo de batalla es físico, mediático o mental?	Plaza pública medieval; imprenta moderna; ciberespacio contemporáneo.
Destino	Audiencias u objetivos sobre los que se busca generar un efecto psicológico, emocional o conductual.	¿A quién se intenta influir? ¿Masas, élites, tropas, ciudadanos o comunidades digitales?	Fieles religiosos; población civil en guerras mundiales; usuarios en redes sociales.
Dispositivo	Conjunto de medios, tecnologías y narrativas empleados para ejercer la influencia.	¿Qué medios o instrumentos permiten amplificar el mensaje o la percepción?	Panfleto, cartel, radio, televisión, redes sociales, algoritmo, IA generativa.
Decisor	Actor que diseña, conduce y orienta la estrategia de influencia.	¿Quién controla los flujos informativos y define los objetivos comunicacionales?	Iglesia y monarquía (Edad Moderna); Estados y ejércitos (siglos XIX-XX); corporaciones y potencias tecnológicas (siglo XXI).
Derrota	Mecanismo mediante el cual se logra la victoria en el plano informacional o cognitivo.	¿Cómo se mide el éxito? ¿Por destrucción, persuasión, deslegitimación o control perceptivo?	Conversión religiosa, desgaste moral, pérdida de legitimidad política, manipulación emocional o cognitiva.

Fuente: Elaboración propia con base en Álvarez (2024)

En conjunto, el modelo de las cinco D revela una mutación del poder comunicacional que transita de formas de influencia visibles y jerárquicas hacia modalidades invisibles, distribuidas y cognitivas, donde el objetivo ya no es controlar territorios ni infraestructuras, sino la interpretación misma de la realidad. Su utilidad reside en que permite trazar un *continuum* histórico y epistemológico de la guerra como fenómeno comunicativo, explicando cómo cada revolución tecnológica amplía los dominios de la mente y redefine las estrategias de sometimiento, persuasión y control.

Desde esta perspectiva, la lógica evolutiva del carácter y la conducción de la guerra no se aprecia solamente en los campos de batalla, sino también en la forma en

que los actores han disputado históricamente la formación de percepciones. Si el modelo generacional muestra cómo cambian los escenarios, actores, medios y mecanismos de derrota, el hilo de continuidad lo aporta la información como vector de influencia. Por eso, para comprender la fase persuasiva, resulta decisivo observar cuándo y cómo los medios de difusión ampliaron el radio de la propaganda y convirtieron la opinión pública en un objetivo estratégico. A continuación, se examina esa trayectoria desde la primera generación, cuando la palabra impresa comenzó a articular legitimidades, movilizar voluntades y reconfigurar identidades políticas en el marco de la guerra.

Información en guerras de primera generación

La llegada de la imprenta a mediados del siglo XV transformó de manera decisiva la dimensión cognitiva de la guerra, al permitir la circulación masiva de textos, imágenes y panfletos que podían moldear percepciones colectivas con una rapidez y un alcance inéditos. Desde entonces, los medios impresos modificaron las formas de legitimidad política y religiosa en Europa, inaugurando una etapa en la que la propaganda podía alcanzar audiencias mucho más amplias que las de la oralidad o el manuscrito. La Reforma protestante constituye el ejemplo más ilustrativo, pues Martín Lutero comprendió que el poder de sus tesis no residía únicamente en el debate teológico, sino en la capacidad de difundirlas mediante impresos baratos y en lengua vernácula.

Como han mostrado Febvre y Martin (2010), la traducción de la Biblia al alemán no solo facilitó el acceso directo a las Santas Escrituras, sino que se convirtió en un arma de subversión cultural que minaba la autoridad del Vaticano y empoderaba a comunidades enteras. Al mismo tiempo, panfletos satíricos y grabados xilográficos caricaturizaban al papa y a la jerarquía eclesiástica, reforzando la narrativa de corrupción y decadencia. Estos procesos demostraron que la palabra impresa era capaz de subvertir imperios espirituales y reconfigurar identidades colectivas, preparando el terreno para que en los siglos XVII y XVIII el panfleto político, el periódico y la literatura de opinión se consolidaran como instrumentos de movilización pública.

La Iglesia católica respondió con la misma lógica, desplegando en la Contrarreforma un aparato propagandístico que combinó sermones impresos, catecismos estandarizados y el uso del arte barroco como instrumento de persuasión visual y emocional. Burke (2009) ha señalado que la teatralidad barroca, con su énfasis en la luz, el color y la emoción, funcionaba como una forma de

comunicación política destinada a mover voluntades y transmitir dogmas. En este nuevo escenario, la propaganda dejó de ser episódica para convertirse en una práctica estructural de los Estados y de las iglesias, en la que la lucha por la legitimidad y la cohesión se libraba a través de la palabra impresa y de la imagen reproducible. La imprenta inauguró así un régimen de influencia que vinculaba guerra, religión y política en un mismo espacio de confrontación cognitiva, anticipando el uso moderno y sistemático de la propaganda en los conflictos de la Edad Moderna.

Las guerras de religión que asolaron Europa entre los siglos XVI y XVII consolidaron la propaganda como un recurso político de primer orden y sentaron las bases del Estado moderno. La confrontación entre católicos y protestantes no se limitó a los campos de batalla, sino que se extendió a los púlpitos, panfletos y plazas públicas, donde cada bando buscaba legitimar su causa y deslegitimar la del adversario. Francia fue un escenario paradigmático durante las Guerras de Religión, cuando los hugonotes difundieron tratados y libelos que defendían el derecho de resistencia frente a un monarca tiránico, mientras que la monarquía y la Liga Católica respondieron con sermones y publicaciones que apelaban al orden divino y a la obediencia. La Guerra de los Treinta Años llevó esta dinámica a una escala continental, con un flujo incesante de impresos que justificaban alianzas y atrocidades cometidas en nombre de la fe.

Fue en este contexto donde emergió la figura del cardenal Richelieu, artífice de la "razón de Estado", quien comprendió que la cohesión interna y la proyección externa de Francia dependían tanto de la fuerza militar como de la construcción de un relato político convincente (Richelieu, 1995). Sus escritos y políticas evidencian cómo la propaganda dejó de ser un instrumento ocasional de la guerra religiosa para convertirse en un mecanismo permanente de gobierno, orientado a moldear la opinión pública, fortalecer la legitimidad monárquica y consolidar la autoridad central. En este tránsito, la propaganda se secularizó parcialmente y dejó de servir únicamente a causas confesionales para orientarse también a la afirmación del poder estatal en un sistema internacional competitivo. Así, las guerras de religión y la doctrina de la razón de Estado marcaron un punto de inflexión, al mostrar que la batalla por la percepción era inseparable de la construcción del Estado soberano moderno.

La propaganda adquirió un nuevo carácter en la era de las revoluciones liberales y las guerras napoleónicas, cuando los Estados comprendieron que el control de la opinión pública era tan decisivo como la maniobra militar. Napoleón Bonaparte explotó la prensa y la iconografía con una sofisticación inédita, fundando periódicos

oficiales como el *Moniteur Universel*, diseñando boletines militares que convertían cada victoria en epopeya y utilizando pinturas y grabados para construir su imagen de héroe providencial. Según Ellis (1997), Napoleón entendía que una batalla perdida en la prensa podía ser más dañina que una batalla perdida en el campo, y por ello cuidó obsesivamente su representación, erigiéndose en símbolo de gloria nacional y de orden frente al caos revolucionario; por ende, su figura demuestra cómo la propaganda moderna ya no se limitaba a justificar el poder existente, sino a fabricarlo activamente en torno a la imagen del líder³¹.

Este repertorio de propaganda política halló un eco poderoso en América Latina, donde las guerras de independencia hispanoamericanas también dependieron del control de las narrativas. Los revolucionarios comprendieron que la pluma y la imprenta eran armas tan necesarias como las espadas, y fundaron periódicos destinados a movilizar a las poblaciones criollas en favor de la causa emancipadora. En Venezuela, Simón Bolívar impulsó el *Correo del Orinoco* (1818-1822), definido por él mismo como “el artillero de la opinión”³², con el propósito de contrarrestar la prensa realista y difundir un relato patriótico que exaltara la libertad y denunciara la tiranía colonial (Lynch, 2006). En la Nueva Granada circularon impresos como *La Bagatela*, dirigido por Antonio Nariño, que apelaban a la razón ilustrada y a la idea de la soberanía popular. Estos periódicos, muchas veces redactados en condiciones precarias, se convirtieron en instrumentos de GC, orientados a moldear percepciones, ganar apoyos y cohesionar a sociedades divididas.

Junto a la prensa, la iconografía patriótica también desempeñó un papel decisivo en la construcción de identidades políticas durante las independencias latinoamericanas. Las banderas tricolores, inspiradas en la Revolución Francesa y en los símbolos napoleónicos, sirvieron para diferenciar a los ejércitos insurgentes de

³¹ Como recuerda Sidebottom (2004), Napoleón comprendió que la guerra no solo se libraba en los campos de batalla, sino también en el terreno de la opinión pública; por ello, dedicó esfuerzos considerables a controlar los periódicos, difundir boletines oficiales y presentar cada campaña militar como una epopeya nacional. Los *Bulletins de la Grande Armée* cumplían una doble función: elevar la moral de las tropas y convencer a la población francesa de la inevitabilidad de la victoria, incluso tras derrotas costosas. Para Whately (2021), se trataba de una logística de las percepciones, en la que el relato de la batalla era tan decisivo como su desenlace material.

³² El *Correo del Orinoco*, fundado por Simón Bolívar en Angostura en 1818, circuló hasta 1822 como órgano oficial de la causa independentista venezolana. Bolívar lo definió como “el artillero de la opinión” porque concebía la prensa como un arma de combate político tan decisiva como los fusiles o los cañones (Lynch, 2006). Su propósito era contrarrestar la influencia de la *Gaceta de Caracas*, controlada por los realistas, y proyectar una narrativa patriótica que exaltara la libertad y denunciara la tiranía colonial. Según Eloy (2018), más que un simple periódico, funcionó como un instrumento de guerra psicológica al servicio de la revolución, orientado a moldear percepciones, cohesionar a la población y atraer apoyos internacionales. No solo informaba, sino que producía un marco cognitivo que convertía a los insurgentes en patriotas y a los realistas en opresores.

las tropas realistas y para dar cohesión a comunidades fragmentadas. Los himnos nacionales, compuestos en medio del conflicto, funcionaron como narrativas cantadas que exaltaban la libertad y el sacrificio colectivo, facilitando la apropiación popular del ideario emancipador. Los retratos de los libertadores, difundidos en grabados y litografías, convirtieron a figuras como Bolívar y San Martín en referentes visuales de la nueva legitimidad política. Lynch (2006) señala que este repertorio simbólico no era accesorio, sino parte esencial de la GC de las independencias, pues transformaba la lucha militar en un proyecto de identidad común que sobrevivía más allá de los campos de batalla. En este contexto, la propaganda cumplió la función de cimentar la legitimidad de los nuevos Estados en gestación, asegurando que la victoria militar se transformara en proyecto político.

Así, tanto en la Europa napoleónica como en las independencias latinoamericanas, la propaganda reveló su potencial para moldear la percepción pública y crear identidades políticas. Si en la Edad Media y la Reforma había operado principalmente en clave religiosa, en este nuevo escenario se configuraba como un arma revolucionaria y patriótica, capaz de fundar legitimidades e imaginar comunidades. Este repertorio patriótico y editorial consolidó el papel de la propaganda en el marco de la primera generación de la guerra, y dejó sembrado el terreno para que, con la irrupción de la segunda generación de la guerra, la propaganda estatal se convirtiera en un sistema masivo y tecnificado que acompañó a la guerra de desgaste.

Basado en el modelo de las cinco D de Álvarez (2024), en la primera generación de la guerra, el *dominio* de la influencia se situó principalmente en el plano social y político, donde la plaza pública, el púlpito y la imprenta constituían los escenarios centrales de la disputa simbólica. Las comunidades religiosas y las ciudadanías emergentes se convirtieron en los principales *destinatarios* de los mensajes, pues de su adhesión dependía la legitimidad de los poderes en pugna. Los *dispositivos* empleados (panfletos, catecismos, grabados y prensa temprana) funcionaron como tecnologías de persuasión colectiva, capaces de moldear percepciones y articular identidades políticas o espirituales. Los *decisores* de esta comunicación estratégica fueron las iglesias, monarquías y élites revolucionarias, que comprendieron el valor de la palabra impresa como herramienta de cohesión y movilización. En este contexto, el mecanismo de *derrota* ya no dependía exclusivamente de la destrucción física del adversario, sino de la capacidad para legitimar o deslegitimar su causa en el imaginario social. La comunicación, entendida como propaganda, se configuró así como un instrumento destinado a convertir la palabra en poder, y

la imprenta en un arma que inauguraba el largo *continuum* de militarización de la comunicación.

Información en guerras de segunda generación

La segunda generación de la guerra fue posible gracias a la primera revolución industrial, a la que se sumó también una revolución en las comunicaciones, pues el telégrafo, la radio y los cables submarinos permitieron transmitir órdenes, noticias y narrativas con una inmediatez sin precedentes (Álvarez et al., 2017). Estos medios no solo transformaron el mando y control en el campo de batalla, sino que también ampliaron el radio de acción de la propaganda, que podía llegar de manera más rápida y efectiva a la retaguardia, a las colonias y a la opinión pública internacional. En este marco de guerra industrializada, la propaganda se convirtió en un arma estratégica de primera magnitud, alcanzando un grado de sistematización sin precedentes, ya que los gobiernos comprendieron que la movilización total exigía no solo recursos materiales, sino también el control de la moral interna y de la percepción internacional.

Monger (2014) señala que la propaganda británica entre 1917 y 1918 trascendió los límites del patriotismo nacional al proyectar un discurso moral supranacional. La guerra fue presentada como una cruzada por la civilización frente a la barbarie, y el sacrificio individual se reinterpretó como un acto de virtud colectiva. Esta estrategia inauguró una forma de hegemonía simbólica basada en la pedagogía cívica de la emoción, donde la moral pública se convirtió en un recurso militar. En lugar de apelar únicamente a la obediencia, el Estado movilizaba sentimientos de culpa, orgullo y pertenencia, reconfigurando el patriotismo como un deber ético global.

En el caso alemán, Steuer (2014) señala que la propaganda dirigida a los prisioneros de guerra constituyó un experimento pionero de guerra psicológica institucionalizada. Las autoridades alemanas buscaron influir en la conciencia de los cautivos mediante periódicos, conferencias y programas culturales, combinando instrucción ideológica con persuasión emocional. Se trataba de desestructurar las lealtades previas y reeducar cognitivamente al enemigo, ensayando mecanismos de manipulación mental que anticipaban las operaciones psicológicas del siglo XX. En este sentido, la Gran Guerra no solo inauguró el control de masas, sino también el control individual mediante la sugestión, el adoctrinamiento y la saturación informativa.

A su vez, Ponce (2014) muestra que el conflicto se expandió más allá del campo de batalla europeo hacia la esfera de la opinión pública internacional. Alemania

desarrolló una sofisticada red de diplomacia cultural y mediática dirigida a países neutrales, en especial España, para influir en la percepción global del conflicto. A través de periódicos, revistas y subsidios a intelectuales afines, el Reich promovió la idea de que la guerra era una defensa legítima contra la hegemonía anglosajona. Esta dimensión transnacional de la propaganda marcó el nacimiento de la guerra de narrativas global, en la que las percepciones y los imaginarios extranjeros se convirtieron en objetivos estratégicos.

El desarrollo conceptual de la propaganda durante esta etapa permitió distinguir tres modalidades con relación a su grado de transparencia y manipulación. La *propaganda blanca* consistía en mensajes abiertamente atribuibles a su fuente oficial, como los carteles para el reclutamiento o discursos de estadistas. La *propaganda gris* circulaba sin atribución clara, valiéndose de los rumores, artículos periodísticos aparentemente independientes o informes académicos con sesgo político. Por su lado, la *propaganda negra* buscaba engañar al receptor haciéndose pasar por información proveniente del enemigo o de fuentes neutrales; según O'Shaughnessy (2018), esta fue una práctica que se expandió en la guerra con operaciones encubiertas destinadas a sembrar desconfianza en las filas alemanas. Estas modalidades coexistieron y se reforzaron mutuamente, consolidando un repertorio que sería retomado en conflictos posteriores.

A nivel epistemológico, las tres modalidades de propaganda expresan grados distintos de manipulación del conocimiento y del contrato comunicativo entre el emisor y el receptor. Como advierte Stanley (2015), lo que hace eficaz a la propaganda no es solo su contenido, sino su capacidad para presentarse como información legítima o incluso neutral, apelando a emociones compartidas y reforzando sesgos ya existentes en la audiencia. La propaganda blanca actúa dentro de un marco de transparencia relativa, en el que la autoridad del mensaje proviene de la legitimidad institucional del emisor. Su eficacia descansa en la confianza pública y en la capacidad de la fuente oficial para presentarse como depositaria de la verdad. La propaganda gris, en cambio, introduce ambigüedad, debido a que busca influir sin revelar su autoría, erosionando los criterios tradicionales de credibilidad mediante la apariencia de independencia o espontaneidad; esta zona "gris" inaugura una forma de manipulación más sofisticada en la que la verosimilitud sustituye a la verdad y la duda se convierte en herramienta política. Por último, la propaganda negra constituye la culminación de la falsificación estratégica, pues suplanta identidades informativas y se disfraza de voz enemiga o neutral para sembrar confusión y desconfianza en el receptor.

En términos cognitivos, las tres modalidades operan sobre diferentes capas del juicio: la blanca actúa por autoridad, la gris por ambigüedad y la negra por engaño. Su coexistencia durante la Gran Guerra muestra que la manipulación de la información no era accidental, sino un componente estructural de la estrategia, anticipando las dinámicas de desinformación propias de la era digital. Por consiguiente, la Primera Guerra Mundial inauguró una fase en la que la propaganda no solo transmitía mensajes, sino que también reconfiguraba el marco interpretativo de las sociedades, legitimando la violencia mediante narrativas de civilización contra barbarie y delimitando quiénes debían ser percibidos como enemigos absolutos.

El gobierno británico creó en 1914 el *War Propaganda Bureau*, conocido también como *Wellington House*, que coordinó afiches, panfletos y publicaciones destinadas a no solo sostener la moral de las tropas, sino también moldear la opinión pública internacional, en particular la estadounidense, con el fin de garantizar su entrada en el conflicto. Asimismo, la denominada *front propaganda* no se limitaba a levantar el ánimo en las trincheras³³, sino que producía narrativas destinadas a demonizar al adversario y a presentar la causa aliada como una cruzada moral. Los afiches, periódicos y discursos políticos que difundían supuestas atrocidades alemanas en Bélgica fueron diseñados para movilizar simpatías a la causa aliada (Figura 1), y transformar el conflicto en una lucha por la defensa de la civilización y en contra la barbarie germana (Fridman, 2022a).

Estados Unidos, tras su ingreso a la Gran Guerra en 1917, creó el *Committee on Public Information* (CPI) bajo la dirección de George Creel, que movilizó a periodistas, ilustradores y cineastas en lo que se conoció como la “guerra de las palabras”. Las ilustraciones del Tío Sam apuntando al espectador con el lema “I want you for the U.S. Army” se convirtieron en íconos de la propaganda blanca, mientras que los “Four Minute Men” (voluntarios que pronunciaban discursos de cuatro minutos en teatros y fábricas) ejemplificaron el uso de la oralidad para cohesionar el frente interno (Vaughn, 2011). Cabe señalar que el CPI también utilizó la propaganda gris, infiltrando mensajes en artículos periodísticos y en revistas de circulación masiva,

³³ El término *front propaganda* designa las campañas de comunicación desarrolladas por el gobierno británico durante la Primera Guerra Mundial para influir tanto en las tropas del frente como en la opinión pública de países neutrales, especialmente Estados Unidos. Según Fridman (2022a), estas operaciones combinaban boletines de guerra, cartas seleccionadas de soldados y reportajes periodísticos controlados por el *War Propaganda Bureau*, con el fin de construir un relato heroico y moralmente superior del esfuerzo aliado. Su eficacia radicó en conectar la experiencia del frente con la retaguardia, y transformar la guerra en un acontecimiento narrativo compartido más que en una mera confrontación militar.

Figura 1. Cartel británico en la Primera Guerra Mundial



Fuente: Bownes y Fleming (2014)

con el objetivo de naturalizar la necesidad del esfuerzo bélico en una población inicialmente reticente a involucrarse en la guerra europea.

Alemania, por su parte, desarrolló una maquinaria propagandística que combinaba censura estricta y exaltación nacionalista. Según Welsh (2014), el Estado alemán controló de manera férrea los periódicos y las editoriales para asegurar que la narrativa oficial se impusiera. La exaltación del káiser y la demonización de los aliados fueron los ejes de una propaganda que buscaba mantener la cohesión interna frente a un bloqueo naval devastador. Alemania también experimentó con propaganda negra, elaborando panfletos que aparentaban ser escritos por soldados aliados descontentos, con el fin de minar la moral en el frente enemigo³⁴. Sin

³⁴ Los afiches alemanes y estadounidenses de la Primera Guerra Mundial revelaron diferencias estructurales en su lenguaje visual y en los valores que proyectaban. Según Kazecki y Lieblang (2009), los diseñadores germanos privilegiaron la disciplina, la homogeneidad y los símbolos de fortaleza colectiva, mientras que los

embargo, a diferencia de Estados Unidos y de Gran Bretaña, su aparato propagandístico careció de la coordinación necesaria para influir de manera efectiva en la opinión pública internacional³⁵.

En Francia, la propaganda se entrelazó con el nacionalismo republicano. El gobierno recurrió a afiches patrióticos que exaltaban la defensa de la *patrie* y a una iconografía que recuperaba figuras como Juana de Arco como símbolos de resistencia moral. Como señala Becker (1986), la propaganda francesa apelaba de forma directa al sacrificio ciudadano, construyendo un relato en el que cada soldado y cada familia eran custodios de la nación frente a la invasión extranjera. Asimismo, caricaturas publicadas en la prensa satirizaban a los líderes alemanes, ridiculizando a Guillermo II y presentándolo como un monarca decadente y tiránico, lo que servía tanto para cohesionar la moral interna como para legitimar el esfuerzo bélico en el exterior.

La Primera Guerra Mundial evidenció así que la propaganda ya no era un simple accesorio de la guerra, sino un frente de combate en sí mismo. Los carteles icónicos, como el de Lord Kitchener señalando al espectador con la frase "Your country needs you" (Figura 2), o la versión estadounidense con el Tío Sam, ilustran cómo la imagen visual podía interpelar directamente a los ciudadanos y transformar su subjetividad en recurso bélico. La articulación entre medios impresos, nuevas tecnologías de comunicación y estrategias psicológicas convirtió a la Gran Guerra en el primer gran laboratorio moderno de lo que más tarde se conceptualizaría como OPSIC, pues se trataba de erosionar la moral enemiga, cohesionar a la propia sociedad y moldear la percepción internacional en un conflicto de desgaste.

estadounidenses exaltaron la acción, el dinamismo y la promesa democrática. Esta comparación muestra que la propaganda visual no solo servía a fines bélicos, sino que también expresaba modelos opuestos de nación y modernidad.

³⁵ La propaganda alemana en la Gran Guerra no logró igualar la eficacia británica para moldear la percepción internacional. La narrativa de la "barbarie alemana", reforzada por imágenes de destrucción en Bélgica, resultó más convincente para las audiencias neutrales que los intentos alemanes de presentarse como víctimas del cerco aliado. Este desequilibrio narrativo influyó en la decisión de Estados Unidos de entrar en la guerra en 1917 y confirmó que la información podía producir efectos estratégicos comparables a los de la diplomacia o la fuerza coercitiva.

Figura 2. Cartel "Your country needs you" de la Gran Guerra



Fuente: Bownes y Fleming (2014)

Siguiendo el modelo de las cinco D de Álvarez (2024), la segunda generación de la guerra puede interpretarse como una etapa en la que el *dominio* de la influencia se amplió del ámbito nacional al internacional, articulando un espacio comunicativo donde la guerra se libraba simultáneamente en el frente interno y en la opinión pública global. Las masas movilizadas al combate, los aliados potenciales y las tropas enemigas se convirtieron en los principales *destinatarios* de la acción persuasiva, en un esfuerzo por sostener la moral, justificar el sacrificio en vidas y desmoralizar al adversario. Los *dispositivos* empleados (propaganda blanca, gris y negra, combinadas con el telégrafo, la radio y la cartelística) consolidaron una infraestructura de comunicación estatal que convirtió la información en un recurso estratégico. Los *decisores* ya no fueron únicamente las élites religiosas o monárquicas, sino gabinetes gubernamentales y comités de propaganda como Wellington House o el CPI, que profesionalizaron la gestión del mensaje y la manipulación emocional de las audiencias.

En este contexto, la *derrota* dejó de medirse simplemente por la destrucción física y comenzó a evaluarse por la erosión moral y el consenso narrativo, pues la guerra industrial exigía tanto la producción de armamento como la administración de la voluntad colectiva. De esta manera, el *continuum* de militarización de la comunicación se profundizó, debido a que la propaganda ya no solo legitimaba la causa, sino que también administraba el conflicto militar mediante una logística emocional y narrativa destinada a sostener la cohesión interna y proyectar legitimidad internacional.

Información en guerras de tercera generación

La Segunda Guerra Mundial (1939-1945) representó no solo la culminación del paradigma industrial de la guerra, sino también la madurez de la comunicación como arma estratégica integral. Si la Primera Guerra Mundial había demostrado el poder de la propaganda para movilizar sociedades, el nuevo conflicto global institucionalizó su uso dentro de estructuras estatales totalitarias y democráticas por igual. La información pasó de ser un instrumento de legitimación a convertirse en un mecanismo de control social y psicológico, donde la manipulación de la percepción colectiva era tan decisiva como la destrucción material.

En este escenario, la propaganda y las OPSIC se convirtieron en componentes esenciales de la estrategia, pues garantizar la cohesión interna y erosionar la voluntad enemiga era tan importante como el uso de blindados y aeronaves. El régimen nazi construyó una maquinaria persuasiva totalitaria que buscaba controlar todos los aspectos de la vida cultural y mediática, bajo la dirección del ministro de Propaganda Joseph Goebbels. Como explica O'Shaughnessy (2018), la propaganda nazi no se limitaba a exaltar al *Führer*, sino que articulaba un relato de comunidad nacional basada en la pureza racial y la lucha existencial contra enemigos internos y externos. Películas como *El triunfo de la voluntad* de Leni Riefenstahl o la difusión sistemática de antisemitismo en prensa y radio no solo buscaban convencer, sino moldear un marco interpretativo cerrado en el que la persecución y el genocidio aparecían como actos de defensa legítima.

Como advierte Herf (2013), la eficacia de la propaganda nazi no residía únicamente en la magnitud de sus falsedades, sino en su coherencia emocional y narrativa. A través de un lenguaje mítico y simplificador, el nazismo construyó un universo moral binario donde cada mentira se integraba en una trama afectiva que ofrecía sentido, pertenencia y certidumbre. La mentira, lejos de ser percibida como tal, adquiriría el estatus de verdad vivida, pues se alineaba con las emociones

colectivas de miedo, orgullo y venganza. Goebbels comprendió que el poder de la propaganda no consistía en informar, sino en construir una realidad emocionalmente habitable, donde el pueblo alemán pudiera reconocerse como una víctima redentora.

Por ende, la propaganda nazi no fue simplemente un instrumento de manipulación política, sino una forma de ingeniería cognitiva y afectiva que transformó la mentira en principio de cohesión social. Su núcleo ideológico residía en el antisemitismo como narrativa totalizante, que ofrecía al régimen un enemigo absoluto capaz de unificar las ansiedades y resentimientos de la población bajo un mismo marco moral. Como explica Herf (2013), la propaganda del Tercer Reich no presentaba el odio racial como una doctrina marginal, sino como el eje interpretativo de la historia. Los judíos eran representados simultáneamente como conspiradores internacionales, corruptores morales y responsables de la derrota alemana en la Primera Guerra Mundial, de la crisis económica y de la decadencia cultural de Occidente.

Esta estructura discursiva combinaba mito y modernidad, ya que utilizaba los medios tecnológicos más avanzados (radio, cine, carteles masivos) para difundir una cosmovisión arcaica, en la que el antisemitismo operaba como un sistema de causalidad total. Según Herf (2013), la fuerza de esa retórica no residía en la verosimilitud de sus afirmaciones, sino en su capacidad para organizar el sentido del mundo a través del odio. Cada acto de violencia era presentado como una purificación necesaria; cada mentira, como una verdad moral que protegía la comunidad. En esa alquimia ideológica, la propaganda nazi convirtió la agresión en autodefensa y el exterminio en deber patriótico.

De este modo, la propaganda antisemita no solo legitimó el genocidio contra el pueblo hebreo, sino que fusionó identidad nacional y odio colectivo, transformando la destrucción del otro en fundamento del orden social. Esta lógica de construcción del enemigo, basada en la simplificación emocional y la manipulación del miedo, prefigura las actuales estrategias cognitivas que buscan moldear percepciones mediante narrativas polarizadoras y afectos extremos. Es decir, este fenómeno anticipó el paradigma contemporáneo de GC, en el que narrativas totalizantes y "verdades" emocionales suplantán la evidencia empírica. En ambos casos, la eficacia comunicativa no depende de la veracidad del mensaje, sino de su capacidad para generar sentido y movilizar la percepción colectiva hacia fines estratégicos.

No obstante, la propaganda trascendió el ámbito civil para integrarse en la máquina militar bajo la forma de operaciones psicológicas (OPSIC). Las OPSIC

emergen cuando la comunicación deja de ser un complemento político y se convierte en una capacidad táctica y operacional planificada para producir efectos concretos sobre audiencias determinadas. Rid y Hecker (2009) las definen como “acciones planificadas para influir en las percepciones, las emociones y los comportamientos de audiencias específicas, con el fin de lograr objetivos políticos o militares” (p. 12). Las OPSIC son, por lo tanto, la traducción militar de la retórica política, ya que transforman el discurso en maniobra.

Las OPSIC actúan en el dominio militar, dirigidas a audiencias específicas (tropas, población local o líderes), mediante dispositivos comunicativos tácticos como transmisiones radiales o folletos. El decisor es el mando militar, y el mecanismo de derrota radica en la erosión de la moral y la cohesión del adversario. Durante la Segunda Guerra Mundial, los Aliados utilizaron altavoces y emisoras para inducir rendiciones masivas; los soviéticos lanzaban folletos que combinaban amenaza y compasión; y la Alemania nazi consolidó una maquinaria de propaganda radiofónica sin precedentes, centrada en la *Weltanschauung* (visión del mundo) como instrumento de dominación psicológica (Kallis, 2008).

Tanto los Aliados como el Eje establecieron estaciones clandestinas que simulaban provenir de fuentes internas del enemigo, con el objetivo de influir en la moral y en la percepción de las tropas y las poblaciones civiles. En el caso alemán, la radio se convirtió en un arma decisiva, donde emisoras como *Lord Haw-Haw*, operadas por William Joyce desde Berlín, transmitían mensajes en inglés dirigidos a la población británica con el propósito de desmoralizarla y sembrar dudas sobre la conducción de la guerra. Estos programas mezclaban noticias verídicas con interpretaciones manipuladas, encarnando una especie de propaganda gris destinada a minar la confianza en los propios gobiernos sin aparecer abiertamente como propaganda enemiga (O’Shaughnessy, 2018).

En el Pacífico, Japón recurrió a figuras como *Tokyo Rose*, nombre genérico atribuido a varias locutoras que transmitían en idioma inglés desde el sistema de Radio Tokio. Estas emisiones buscaban desmoralizar a las tropas estadounidenses desplegadas en islas remotas del océano Pacífico, mediante la difusión de música popular combinada con comentarios insinuantes sobre la inutilidad de la guerra o la infidelidad de sus esposas en casa (Dower, 1986). Aunque el impacto fue limitado, el caso muestra cómo el poder del rumor y del entretenimiento se integró a las OPSIC, apuntando directamente a la moral individual del soldado.

En el bando de los Aliados, la sección secreta de la *Political Warfare Executive* (PWE) británica organizó operaciones emblemáticas como *Soldatensender Calais*

y *Gustav Siegfried Eins*, emisoras que transmitían en alemán combinando noticias verdaderas con rumores sobre derrotas inminentes, escándalos sexuales entre oficiales y críticas veladas al alto mando nazi (Cull, 1996)³⁶. Este uso deliberado de la verosimilitud convirtió a la radio en un instrumento de manipulación cognitiva, donde la mezcla de hechos y falsedades reforzaba la credibilidad del mensaje y maximizaba su impacto psicológico.

El Office of Strategic Services (OSS) estadounidense llevó estas prácticas a una nueva escala institucional, integrando por primera vez la psicología, la cultura y la empatía como armas estratégicas. Como documenta Rogak (2025), las mujeres reclutadas por el OSS en las divisiones de *Morale Operations* desempeñaron un papel central en esta transformación, al diseñar cartas falsas, boletines apócrifos y guiones radiofónicos destinados a confundir a las tropas enemigas, desmoralizar a las poblaciones ocupadas y sembrar discordia dentro del aparato nazi. Su aparente invisibilidad, producto de los estereotipos de género de la época, se convirtió en una ventaja operativa, permitiéndoles infiltrar redes, recopilar información y diseminar rumores con una eficacia que combinaba intuición emocional y cálculo estratégico.

Estas agentes no solo fueron precursoras del espionaje moderno, sino artífices de una nueva epistemología del engaño, donde la persuasión no dependía ya tanto del volumen de información transmitida, sino de su resonancia afectiva. Rogak (2025) subraya que su labor introdujo una dimensión inédita, conocida como la "propaganda empática", la cual buscaba comprender la mente del enemigo para modelar sus emociones, anticipar sus reacciones y dirigir su comportamiento sin recurrir a la fuerza. El OSS, al integrar esta perspectiva, sentó las bases de lo que décadas más tarde se conceptualizaría como GC, un campo donde la "verdad" se administra como un recurso psicológico y la comunicación se convierte en teatro de operaciones.

³⁶ Estas fueron dos de las emisoras clandestinas más notorias operadas por la PWE. Ambas estuvieron dirigidas por el periodista e ingeniero Sefton Delmer, quien diseñó un modelo de radiodifusión encubierta que imitaba el tono y la estética de la radio alemana para ganarse la confianza de los oyentes enemigos (Nelson, 1997). *Gustav Siegfried Eins* (Gustavo Sigfrido Uno), inaugurada en 1941, se presentaba como una estación disidente de la Wehrmacht, en la que un supuesto oficial patriota, "Der Chef", denunciaba la corrupción, el favoritismo y la incompetencia de los jefes nazis, y sembraba desconfianza en la cadena de mando (Cull, 1996). Por su parte, *Soldatensender Calais* (Emisora de los soldados de Calais) transmitía música popular, informes meteorológicos y boletines aparentemente neutrales, entremezclados con mensajes psicológicos destinados a debilitar la moral de las tropas y disuadirlas de seguir combatiendo. Así, estas emisoras combinaban información verídica obtenida de fuentes abiertas con rumores sensacionalistas cuidadosamente fabricados, y se convirtieron en un precedente directo de las operaciones de influencia basadas en manipulación narrativa y segmentación de audiencias que se desarrollarían durante la Guerra Fría (Boudreau, 2022).

Del mismo modo, los soviéticos desarrollaron un amplio sistema de radiodifusión clandestina en la Segunda Guerra Mundial, orientado tanto a la desmoralización de las tropas alemanas como al sostenimiento de la moral en los territorios ocupados. El Comité Soviético de Información organizó emisoras móviles que transmitían en alemán, húngaro, rumano y otros idiomas del Eje, difundiendo rumores sobre derrotas inminentes, corrupción en el mando nazi y traiciones internas. Estas transmisiones, muchas veces emitidas desde unidades del Ejército Rojo ubicadas cerca del frente, combinaban noticias reales con falsedades plausibles para sembrar paranoia y sospecha entre los soldados enemigos; algunas emisoras, como la Radio Nacional Alemana Libre (Freies Deutsches Radio), fingían ser estaciones disidentes dentro de Alemania, amplificando el efecto psicológico de la duda y la división (Kabernik, 2022). En conjunto, estas operaciones de propaganda radiofónica anticiparon las estrategias de desinformación transnacional que caracterizarían la Guerra Fría, demostrando que el control de la narrativa podía ser tan decisivo como el control del territorio (Nelson, 1997).

En la Unión Soviética (URSS), la iconografía también jugó un papel central en la Gran Guerra. Los carteles diseñados por artistas como Viktor Koretsky mostraban imágenes dramáticas de soldados defendiendo a la Madre Patria, reforzando un relato de resistencia existencial. Kabernik (2022) destaca cómo este doble uso, reforzar la cohesión interna y atacar el ánimo del adversario, convirtió a la propaganda soviética en un instrumento de guerra total. En Estados Unidos, la campaña *Loose Lips Sink Ships* se convirtió en emblema del esfuerzo propagandístico; estos carteles advertían a los ciudadanos sobre la importancia de la discreción para evitar filtraciones de inteligencia que pudieran beneficiar al enemigo (Figura 3). El eslogan era simple, pero altamente eficaz al vincular la indiscreción individual con la pérdida de vidas en el frente de combate (Cull, 1996). Junto a estos mensajes, la *Office of War Information* (OWI) produjo películas, noticieros y programas de radio que difundían la imagen de un país unido y moralmente superior frente a los totalitarismos.

Por su parte, Gran Bretaña aplicó las lecciones aprendidas de la Primera Guerra Mundial, estableciendo oficinas especializadas en contrarrestar la propaganda nazi y en mantener la moral de la población civil bajo los bombardeos de la *Luftwaffe*. El Ministerio de Información lanzó campañas como *Keep Calm and Carry On*, concebida inicialmente para sostener la moral civil frente a la amenaza de invasión alemana. Aunque el cartel no fue ampliamente distribuido en su momento, encarna la lógica de la propaganda blanca: mensajes oficiales, transparentes y abiertamente atribuibles al Estado, orientados a reforzar la resiliencia psicológica de la población.

Figura 3. Cartel de la campaña Loose Lips Sink Ships



Fuente: Darman (2011)

Estos ejemplos evidencian que, más allá de las diferencias ideológicas, todas las potencias reconocieron que la batalla por la mente era inseparable de la batalla física. En este sentido, Welsh (2014) señala que la propaganda no solo acompañó la guerra, sino que definió su atmósfera cultural; es decir, la guerra no podía imaginarse sin carteles, noticieros o transmisiones radiales que daban forma al conflicto en la mente de millones de personas. La consolidación de la OPSIC como campo doctrinal y práctico durante la Segunda Guerra Mundial marcó un punto de no retorno, ya que de allí en adelante, ninguna guerra moderna podría concebirse sin su dimensión cognitiva y psicológica.

A diferencia de la propaganda masiva, que busca legitimidad y movilización en el plano social amplio, las OPSIC persiguen efectos localizados y evaluables, orientadas a influir en la moral de tropas específicas y en poblaciones concretas

(Rid & Hecker, 2009). Por lo tanto, panfletos lanzados desde aeronaves, emisiones radiales dirigidas a soldados enemigos y mensajes de intimidación se convirtieron en prácticas estandarizadas que aplicaban conocimientos de psicología y comunicación con el objetivo de “convencer para vencer”. Empero, su eficacia dependía de mantener credibilidad y verosimilitud; además, la saturación de mensajes o el uso inapropiado de falsedades podían llegar a generar rechazo y resistencia, principio que Rid y Hecker (2009) subrayan al advertir los riesgos de la sobreexposición informacional. Este requisito de ajuste cultural y emocional prefigura la lógica de las operaciones contemporáneas en las redes sociales, donde la personalización algorítmica sustituye a la segmentación tradicional.

Siguiendo el modelo de las cinco D de Álvarez (2024), la tercera generación de la guerra marcó el momento en que la influencia alcanzó el *dominio* militar-operacional, incorporándose plenamente a la estrategia. Las audiencias o *destino* de la comunicación ya no fueron solo las tropas enemigas y las propias, sino también las poblaciones civiles cuyas emociones y percepciones se convirtieron en objetivos tácticos³⁷. Por ello, los *dispositivos* de persuasión se diversificaron; el uso de la radio dirigida, los panfletos lanzados desde el aire, los noticieros cinematográficos y las emisoras “grises” empleadas por ambos bandos transformaron la comunicación en un instrumento de guerra total. Los *decisores* de esta arquitectura informacional (ministerios de propaganda, oficinas de guerra política y mandos conjuntos) profesionalizaron la manipulación cognitiva mediante el uso planificado de la verosimilitud, el rumor y la emoción. En consecuencia, la *derrota* dejó de depender únicamente de la destrucción material para depender de la dislocación psicológica del adversario, en donde vencer significaba quebrar su cohesión, paralizar su juicio y fracturar su voluntad de combate. Con ello, la comunicación se militarizó por completo, pasando de la propaganda masiva a las OPSIC como herramienta doctrinal. Esta generación consolidó la idea de que la mente del soldado y de la sociedad que lo apoyaba era un teatro operativo tan decisivo como el frente físico, estableciendo las bases de la guerra informacional y cognitiva contemporánea.

³⁷ Durante la Segunda Guerra Mundial, la población civil se consolidó como objetivo militar y psicológico, no solo a través de la propaganda, sino también mediante la aplicación sistemática de las OPSIC y del bombardeo estratégico aéreo. Esta doctrina del bombardeo estratégico, desarrollada por Giulio Douhet (2019), sostenía que la moral de la población era el verdadero centro de gravedad de la guerra moderna y que su colapso podía precipitar la derrota del Estado enemigo. Los Aliados y el Eje aplicaron esta lógica tanto en la destrucción física de ciudades (como Londres, Dresde o Tokio), como en campañas de propaganda dirigidas a quebrar la voluntad de resistencia civil (Grayling, 2006; Overy, 2013). En este contexto, la guerra dejó de ser una confrontación exclusiva entre ejércitos para convertirse en una batalla total por la mente y el ánimo de las sociedades, e inauguró una fase en la que la distinción entre combatientes y no combatientes se volvió progresivamente difusa.

Información en guerras de cuarta generación

La Guerra Fría (1945-1991) marcó la transición de la guerra industrial a la guerra ideológica, ampliando a escala planetaria la dimensión psicológica del conflicto. Tras la experiencia de la Segunda Guerra Mundial (donde la propaganda y las OPSIC demostraron su eficacia estratégica), las superpotencias comprendieron que el poder ya no dependía únicamente de la superioridad militar o tecnológica, sino de la capacidad para controlar los significados, las narrativas y las emociones colectivas. En consecuencia, la competencia global entre los Estados Unidos y la URSS convirtió la información en un recurso geopolítico central y en un instrumento para moldear percepciones, legitimar modelos políticos y socavar la cohesión del adversario.

Como señala Wald (2013), el nuevo frente no solo se libraba en los medios o las embajadas, sino en la mente humana. La idea de un “tirano oculto” (capaz de dominar voluntades mediante la manipulación psicológica) se convirtió en una metáfora estructurante del imaginario político de la Guerra Fría. En Occidente, el temor al “lavado de cerebro” comunista se popularizó tras la Guerra de Corea, cuando los prisioneros estadounidenses que habían sido reeducados por sus captores fueron presentados como víctimas de un proceso de colonización mental. Este discurso, amplificado por el cine, la literatura y los medios, transformó la psicología en campo de batalla y a la conciencia individual en territorio estratégico.

En 1948, el Consejo de Seguridad Nacional de los Estados Unidos aprobó la directiva NSC-10/2, que autorizó la creación de la *Office of Policy Coordination* (OPC) dentro de la Agencia Central de Inteligencia (CIA). Su misión era ejecutar operaciones encubiertas de carácter político, económico y psicológico en Estados extranjeros, incluyendo propaganda negra y blanca, apoyo a movimientos anticomunistas y manipulación de medios (Scott-Smith, 2008). La OPC, con apoyo de fundaciones fachada como el *National Committee for a Free Europe* (NCFE), fue responsable del establecimiento de *Radio Free Europe*³⁸ y de *Radio Liberty*³⁹, ambas concebidas

³⁸ *Radio Free Europe* fue creada en 1949 como emisora financiada por Estados Unidos con el propósito de transmitir noticias y mensajes políticos hacia los países del bloque soviético. Aunque presentada públicamente como un proyecto independiente, en realidad estuvo bajo la dirección de la CIA durante sus primeras décadas, y se constituyó en un instrumento clave de las operaciones psicológicas de la Guerra Fría. Su objetivo no era solo ofrecer información alternativa a la propaganda comunista, sino también erosionar la legitimidad de los regímenes de Europa del Este mediante la construcción de narrativas sobre libertad, democracia y prosperidad occidental (Puddington, 2003).

³⁹ *Radio Liberty* fue creada en 1951 como emisora hermana de Radio Free Europe, pero con un público objetivo distinto: la propia URSS. Mientras Radio Free Europe se concentraba en los países satélites del bloque oriental, Radio Liberty transmitía en ruso y en otras lenguas de la URSS, con el fin de socavar la narrativa oficial del Partido Comunista desde dentro. Al igual que su contraparte, estuvo bajo la supervisión de la CIA en sus primeros años y constituyó una pieza central de la estrategia estadounidense de guerra psicológica y de información, para minar la cohesión ideológica soviética mediante la exposición constante a valores democráticos y relatos alternativos a los del Kremlin (Nelson, 1997).

como instrumentos de guerra psicológica para transmitir mensajes dirigidos a las poblaciones de Europa del Este con el objetivo de erosionar la legitimidad de los regímenes comunistas, amplificar los fracasos económicos y proyectar el modelo democrático-liberal como alternativa viable (Puddington, 2003). Las transmisiones combinaban información verificada con encuadres cuidadosamente diseñados para generar dudas sobre la estabilidad del bloque socialista. La estrategia buscaba afectar tanto la moral de las poblaciones como el cálculo político de las élites, integrando el frente comunicacional a la lógica de contención. Aunque presentadas como medios independientes, sus recursos y orientaciones editoriales eran definidos en coordinación con la inteligencia estadounidense (Cull, 2013).

Posteriormente, con la administración Eisenhower, se consolidó una estrategia de diplomacia pública psicopolítica, más abierta en 1953, con la creación de la *United States Information Agency* (USIA), bajo la égida del Departamento de Estado. La USIA asumió la vertiente pública de la comunicación estratégica, coordinando redes como la *Voice of America*⁴⁰ y complementando el trabajo encubierto de la OPC y de la CIA con campañas de información, intercambio cultural y propaganda blanca dirigida al público global (Cull, 2008). En síntesis, la OPC fue el brazo encubierto que fundó y dirigió las emisoras clandestinas, mientras que la USIA fue el órgano civil encargado de la propaganda abierta y diplomacia pública. Ambas instituciones, aunque formalmente separadas, articularon los pilares de guerra psicológica estadounidense, destinada a prevenir la “infección ideológica” mediante la producción masiva de confianza y adhesión simbólica.

Los soviéticos respondieron con un repertorio igualmente sofisticado. De acuerdo con Kabernik (2022), Moscú desarrolló campañas de información dirigidas al Tercer Mundo, en las que presentaba a la URSS como campeona del anti-colonialismo y la justicia social, explotando resentimientos históricos contra las potencias occidentales. La KGB, además, perfeccionó la tradición de las *medidas activas*⁴¹, que incluían desde la infiltración de rumores y noticias falsas en la prensa

⁴⁰ *Voice of America* fue creada en 1942 por la U.S. Office of War Information como parte del esfuerzo propagandístico estadounidense durante la Segunda Guerra Mundial. Su misión inicial era contrarrestar la desinformación nazi y transmitir noticias “veraces” desde una perspectiva estadounidense a audiencias internacionales. Tras la guerra, VOA se integró en el aparato de diplomacia pública de Estados Unidos y, a partir de 1953, pasó a la jurisdicción de USIA. Durante la Guerra Fría, la emisora transmitió en más de 40 idiomas, con mensajes sobre libertad, democracia y prosperidad económica frente al comunismo, y se convirtió en el instrumento emblemático de la propaganda blanca estadounidense, es decir, abiertamente atribuida a su fuente oficial (Scott-Smith, 2008).

⁴¹ El término *medidas activas* (*aktivnyye meropriyatiya*) designaba un conjunto de operaciones encubiertas planificadas y ejecutadas por el Komitet Gosudarstvennoy Bezopasnosti (KGB), el principal órgano de inteligencia y

internacional hasta operaciones de desinformación diseñadas para explotar divisiones raciales y sociales en Occidente (Andrew & Mitrokhin, 1999). El uso soviético de periódicos en África, subsidios a editoriales en Asia y emisiones radiales multilingües en otras partes buscaban forjar un “imaginario antiimperialista” que debilitara la influencia estadounidense⁴².

En América Latina, la URSS adaptó una estrategia de influencia a través de varias publicaciones como *Sputnik* y *Novedades de Moscú*⁴³, las cuales promovían una visión del socialismo como alternativa moral y modernizadora frente al “imperialismo yanqui”. De igual modo, *Radio Moscow* transmitía en español desde 1953 con una programación que mezclaba música latinoamericana, análisis de política internacional y mensajes sobre la solidaridad entre los pueblos del Sur global. Su narrativa insistía en presentar a la URSS como defensora de los movimientos de liberación nacional y promotora de un orden mundial multipolar, intentando así captar simpatías entre las élites intelectuales y los sectores populares de la región (Scott-Smith, 2008). En última instancia, la Guerra Fría consolidó una auténtica psicopolítica del miedo, en la que el control de la mente y de las emociones sustituyó a la confrontación directa (Wald, 2013). El enemigo ya no era únicamente el otro Estado, sino también el pensamiento ajeno. Esta mutación epistemológica del poder anticipó la era de la GC contemporánea, en la que la persuasión y la

seguridad de la URSS, creado en 1954 tras la disolución del NKVD. A diferencia del espionaje tradicional, orientado a la obtención de información, las medidas activas buscaban influir activamente en el entorno político, mediático y psicológico de los adversarios mediante la manipulación de percepciones y narrativas (Andrew & Mitrokhin, 1999). Estas operaciones incluían la diseminación de desinformación (*dezinformatsiya*), la creación de organizaciones de fachada, la infiltración en medios de comunicación y movimientos sociales, la difusión de rumores en embajadas o círculos diplomáticos, y el uso de intelectuales o periodistas occidentales como “agentes de influencia” para amplificar mensajes favorables al bloque soviético.

⁴² Durante la Guerra Fría, las medidas activas operaron como una forma temprana de guerra cognitiva, orientada a erosionar la confianza en los gobiernos democráticos y a fomentar la división social en los países de la OTAN. Un ejemplo emblemático fue la campaña *Infekcion* de la década de 1980, en la que el KGB difundió el rumor de que el virus del sida había sido creado en laboratorios militares estadounidenses, y utilizó periódicos indios y africanos como intermediarios para otorgar verosimilitud al relato (Boghardt, 2009). Estas tácticas, basadas en la siembra de desconfianza y la manipulación del consenso social, prefiguran los principios contemporáneos de la guerra cognitiva en el dominio informacional.

⁴³ *Sputnik*, lanzada en 1967 por la Agencia de Prensa Novosti, se editaba en más de 30 idiomas y circulaba ampliamente en América Latina con tirajes de cientos de miles de ejemplares. Su contenido combinaba artículos sobre ciencia, cultura y vida cotidiana soviética con reportajes de tono moralizante sobre las desigualdades sociales en Occidente, para construir una imagen del socialismo como modelo civilizatorio alternativo. *Novedades de Moscú*, de distribución gratuita en universidades, sindicatos y círculos intelectuales, funcionaba como órgano oficial de noticias y análisis político, diseñado para influir en la formación de la opinión pública en los países no alineados. Ambas publicaciones constituyen ejemplos paradigmáticos de medidas activas impresas, en tanto perseguían modificar percepciones y actitudes hacia la URSS mediante narrativas culturales y seudoperiodísticas (Andrew & Mitrokhin, 1999).

manipulación perceptiva constituyen los medios primordiales de la dominación estratégica.

En Europa Occidental también se institucionalizaron las operaciones de información. En el Reino Unido, el Comité de Moral Nacional había sido creado ya en 1939 para medir y sostener la resiliencia de la población, y sus lecciones se integraron en la posguerra a una política más amplia de comunicación estratégica. Francia, por su parte, experimentó con la *diplomatie culturelle*, utilizando la lengua y la cultura como instrumentos de influencia, en paralelo a sus operaciones militares en Indochina y Argelia, donde la propaganda era crucial para ganar “los corazones y las mentes”. Como explica Scott-Smith (2008), la Guerra Fría transformó el campo de la propaganda en una auténtica guerra de ideas en la que cada bloque buscaba demostrar no solo la superioridad de su sistema político, sino también su capacidad para conquistar imaginarios colectivos.

La experiencia mediática de Vietnam marcó un punto de inflexión en la relación entre la guerra, la información y la opinión pública. En este contexto, la percepción comenzó a adquirir un peso equivalente al poder de fuego, ya que los actores no estatales desplazaron el centro de gravedad del enfrentamiento desde los frentes convencionales de guerra hacia la población civil. Krepinevich (1988) afirma que la estrategia estadounidense fracasó porque trató la guerra en Vietnam como una guerra de segunda y tercera generación, centrada en la potencia de fuego y la movilidad mecanizada, cuando en realidad se trataba de una guerra de cuarta generación, en la que el objetivo del Viet Cong no era destruir al ejército enemigo, sino erosionar la voluntad política de lucha de la sociedad del adversario. Según Rid y Hecker (2009), los panfletos lanzados sobre aldeas, las campañas radiales y los programas de pacificación se convirtieron en parte integral de la estrategia militar de los Estados Unidos, pero el impacto decisivo vino de la capacidad del Viet Cong para apropiarse de la narrativa anticolonial y proyectarla como una causa justa. Ho Chi Minh enmarcó la lucha como una continuación de la resistencia histórica frente a los invasores extranjeros (chinos, franceses, estadounidenses), generando un relato que resonaba tanto en la población local como en la comunidad internacional.

Por consiguiente, si bien las OPSIC estadounidenses lograron algunos éxitos tácticos, resultaron insuficientes frente al poder de las narrativas insurgentes⁴⁴.

⁴⁴ La campaña *Chieu Hoi* (“Brazos Abiertos”) fue un programa de OPSIC implementado por Estados Unidos y el gobierno de Vietnam del Sur entre 1963 y 1971. Su objetivo era fomentar la desertión de combatientes del Viet Cong mediante incentivos materiales, amnistías parciales y mensajes de reintegración social. Las fuerzas

Como señala Hammes (2006), el problema no fue la falta de recursos, sino la incapacidad de comprender que la guerra era fundamentalmente política y psicológica. Mientras el Pentágono medía avances en número de bajas enemigas y kilómetros controlados, el Viet Cong medía el éxito en términos de influencia sobre la población y desgaste de la voluntad política estadounidense (Álvarez, 2023). El resultado estratégico fue que, pese a la abrumadora superioridad militar, tecnológica e industrial de Estados Unidos, el mecanismo de derrota operó en el escenario político, especialmente aquella mediada por la opinión pública. La erosión de la confianza ciudadana en la guerra, amplificada por movimientos de protesta, periodistas críticos y narrativas insurgentes, llevó a un retiro progresivo de las tropas.

La televisión y la prensa amplificaron esta batalla por las percepciones. Las imágenes icónicas de la guerra, como la fotografía de Eddie Adams que muestra la ejecución de un prisionero del Viet Cong en una calle de Saigón (1968) y la tomada por Nick Ut de la niña Phan Thị Kim Phúc corriendo desnuda tras un ataque de napalm (1972), se convirtieron en símbolos globales de la “deshumanización” del conflicto. Ambas circularon masivamente en noticieros y la prensa occidental, alimentando el rechazo de la opinión pública hacia la guerra de Vietnam y debilitando el respaldo político al esfuerzo militar estadounidense (Hallin, 1986). Aunque las transmisiones de televisión no eran en tiempo real, la cobertura televisiva diferida transformó la percepción del conflicto al introducir por primera vez imágenes casi inmediatas del frente en los hogares estadounidenses⁴⁵.

La posibilidad de editar las secuencias antes de su emisión aún permitía cierto control narrativo, pero la acumulación de escenas de sufrimiento y caos erosionó progresivamente la legitimidad del discurso oficial y desbordó los marcos tradicionales de censura⁴⁶; la guerra de Vietnam se convirtió así en un laboratorio

estadounidenses distribuyeron millones de panfletos, transmisiones radiales y altavoces en el frente, con la promesa de seguridad y beneficios para quienes se rindieran. Aunque su eficacia militar fue limitada, el programa representó uno de los primeros intentos sistemáticos de emplear la comunicación persuasiva como arma estratégica orientada a modificar la voluntad del enemigo, y anticipó las OPSIC contemporáneas.

⁴⁵ Vietnam fue el primer conflicto televisado masivamente, pero no en tiempo real. La tecnología satelital para transmisiones en directo aún no estaba generalizada: las imágenes eran grabadas en el terreno por corresponsales (CBS, NBC, ABC, etc.) y luego enviadas por avión a Estados Unidos o por microondas y satélite en algunos casos aislados; el retraso solía ser de 24 a 48 horas, a veces más. Por eso, se habla de una “televisión diferida”, pero que igualmente rompió el monopolio informativo del Estado. Hallin (1986) explica que Vietnam fue el primer conflicto en el que la televisión actuó como espejo de la guerra, no como portavoz del gobierno. Aunque no en vivo, la velocidad de difusión era inédita y generó una sensación de inmediatez emocional, ya que nunca antes el público había visto imágenes tan crudas y recientes del campo de batalla.

⁴⁶ Las grandes cadenas de noticias de la época seleccionaban fragmentos, añadían narración y podían enmarcar los hechos (*framing*) dentro de un relato más o menos favorable. Sin embargo, la presión ética del periodismo de guerra y la acumulación de imágenes brutales (por ejemplo, My Lai o Saigón) terminó socavando el

de GC primitiva, donde el dominio de la percepción comenzó a pesar tanto como el poder de fuego. Dos décadas más tarde, la Operación Tormenta del Desierto (1991) consolidaría este viraje al inaugurar la era de la guerra televisada en directo. La cobertura de CNN, transmitida desde Bagdad en tiempo real, eliminó los filtros temporales y narrativos, transformando la información en un vector estratégico autónomo capaz de influir sobre decisiones políticas y militares. Este paso de la televisión diferida a la inmediatez global marcó la transición del conflicto mediático de cuarta generación hacia el entorno perceptivo y cognitivo característico de las guerras de quinta generación.

En paralelo, otros regímenes comprendieron que la supervivencia política en la era mediática dependía de dominar no solo los flujos de información, sino también los estados emocionales de la sociedad. Como explica Rawnsley (2013), tras los acontecimientos de la plaza de Tiananmen, el Partido Comunista Chino reformuló su aparato propagandístico bajo la noción del “trabajo del pensamiento” (*sixiang gongzuo*): un esfuerzo sistemático para reconstruir la confianza pública mediante la gestión emocional, la diplomacia cultural y la reconfiguración simbólica del nacionalismo. Este modelo de comunicación, que combina persuasión ideológica con relaciones públicas, anticipó la lógica contemporánea de la GC, donde la legitimidad no se impone por la fuerza ni se compra con información, sino que se fabrica emocionalmente a través de narrativas afectivas que aseguran la estabilidad del régimen. En la práctica, la estrategia china trasladó la guerra por la percepción desde el ámbito militar hacia la esfera civil, demostrando que la gobernanza del pensamiento es, en sí misma, una forma de poder estratégico.

Sin embargo, la Guerra Fría no solo transformó el campo de batalla informacional, sino también el sensorial. Como explica Mrozek (2024), el enfrentamiento entre Estados Unidos y la URSS fue también una “guerra de los sentidos”, en la que la vista, el oído y el cuerpo se convirtieron en instrumentos de poder. La competencia ideológica se tradujo en una pugna por moldear la percepción: desde la iluminación de las ciudades y las exposiciones internacionales hasta la música y el cine, los estímulos sensoriales fueron diseñados para proyectar prosperidad, libertad o disciplina, según el bando. En este contexto, el control de la atención y la emoción no era un efecto secundario, sino un componente estructural de la estrategia.

control narrativo del Pentágono. El resultado fue un fenómeno híbrido: todavía mediado y editorializado, pero con una autonomía periodística sin precedentes, que erosionó la legitimidad del discurso oficial.

Grunden (2024) demuestra que, en el ámbito encubierto, la obsesión por dominar la mente se materializó en los experimentos psicotrópicos y de privación sensorial de la CIA, donde la alteración química y perceptiva del individuo era concebida como una vía de control político. Tales programas, como el célebre MK-Ultra, reflejan una temprana convergencia entre neurociencia, guerra psicológica y biopolítica, revelando que el control cognitivo nació mucho antes de la era digital. De manera paralela, Richter (2024) documenta cómo la propaganda militar alemana de la Guerra Fría utilizó enfoques multisensoriales (simuladores, música marcial, cine tridimensional, arquitectura simbólica), para inducir emociones de obediencia, orgullo o miedo. Estas técnicas de condicionamiento afectivo anticiparon la actual estetización algorítmica de la información, donde las interfaces digitales reproducen los mismos mecanismos de inmersión y sugestión.

Por su parte, Spackman (2024) muestra que durante la guerra de Vietnam el ejército estadounidense llevó la dimensión sensorial al terreno operacional: la creación de sensores químicos y olfativos para "oler al enemigo" buscaba extender la percepción militar a todos los niveles, en un intento de construir una epistemología sensorial del control total. En conjunto, estos estudios demuestran que la guerra sensorial fue el preludeo directo de la GC contemporánea. Antes de que la mente se convirtiera en el teatro principal del conflicto, los sentidos ya habían sido militarizados: primero como medios de persuasión estética y psicológica, luego como instrumentos de vigilancia y dominación perceptiva.

En síntesis, la Guerra Fría temprana consolidó la transición hacia una guerra de cuarta generación en la que el campo de batalla principal se desplazó al terreno de la narrativa, la legitimidad y la voluntad política de luchar. La propaganda dejó de ser episódica para convertirse en una estructura permanente del ejercicio del poder, mientras que las OPSIC se transformaron en operaciones de información (OI) de alcance global. Este legado allanó el camino para el giro digital de finales de la década de los noventa, donde la revolución de las telecomunicaciones multiplicaría las posibilidades de influencia y prepararía el terreno para la emergencia de la GC en el siglo XXI.

La expansión de redes de comunicación, digitalización y convergencia tecnológica transformó profundamente la arquitectura del poder militar a finales del siglo XX. Con la llegada de la era de la información, la influencia dejó de depender únicamente del mensaje y su contenido para concentrarse en el control de los flujos y la gestión de los sistemas de comunicación. De esta transición emergieron las OI, que integran dimensiones técnicas, psicológicas y estratégicas dentro de un

marco multidominio. Whyte et al. (2021) definen las OI como “el empleo coordinado de capacidades ofensivas y defensivas destinadas a controlar o degradar los sistemas informacionales del adversario y a salvaguardar los propios” (p. 33). Su propósito principal es afectar el ciclo de mando, control y decisión (C2) del enemigo mediante acciones que interrumpen, manipulan o niegan información crítica; y a diferencia de las OPSIC, que operan sobre la mente del receptor, las OI se centran en el ecosistema informativo que posibilita la decisión, ya sea de carácter tecnológico (redes, sensores, satélites), político (flujos mediáticos) o social (plataformas digitales)⁴⁷.

Por consiguiente, las guerras de cuarta generación surgen a partir de la segunda mitad del siglo XX como una respuesta adaptativa de los actores no estatales frente a la superioridad militar convencional de los Estados. En este tipo de conflictos, la guerra deja de ser un monopolio estatal para convertirse en una actividad descentralizada y asimétrica, donde insurgencias, grupos terroristas y movimientos ideológicos utilizan tácticas irregulares y operaciones psicológicas para erosionar la voluntad política y moral del adversario más que su capacidad bélica. Como explican Lind et al. (1989), la guerra de cuarta generación se desarrolla en un entorno político y mediático donde los límites entre combatientes y civiles se difuminan, y la victoria depende cada vez menos del control territorial que del control de la percepción. En consecuencia, acciones no cinéticas como las OPSIC y las OI adquieren un papel central, ya que el teatro de combate se desplaza de los dominios físicos de la guerra (tierra, mar y aire) al escenario político y comunicacional.

En este contexto, actores no estatales adoptan la lógica de guerra popular prolongada, buscando desgastar al Estado a través de campañas prolongadas de influencia, propaganda y desinformación que socavan la legitimidad del poder y fragmentan el consenso social (Álvarez et al., 2017). La población civil se convierte,

⁴⁷ Esta dimensión se amplifica en la doctrina contemporánea. Para el Departamento de Defensa de los Estados Unidos (JP 3-13, 2016), las OI constituyen una capacidad conjunta que abarca la guerra electrónica, las operaciones cibernéticas, la seguridad de las operaciones (OPSEC), la gestión de redes de información y las operaciones psicológicas como subsistema. Desde esta perspectiva, la información se convierte en un recurso estratégico comparable al fuego o la maniobra, cuya manipulación puede decidir una guerra sin disparar un tiro. En la doctrina de la Armada Nacional de Colombia, las OI se conciben como un esfuerzo integral y coordinado que combina acciones cinéticas y no cinéticas a lo largo del espectro de las operaciones militares, para alcanzar y mantener la superioridad en el entorno informacional. Su finalidad es influir, afectar o controlar la percepción de actores relevantes y audiencias objetivo, y orientar sus actitudes y comportamientos hacia la consecución de objetivos estratégicos propios. Estas operaciones integran capacidades de inteligencia, contrainteligencia, guerra electrónica, engaño militar y operaciones en el ciberespacio, y generan efectos sinérgicos destinados a proteger la libertad de acción informacional, contrarrestar las acciones del adversario y preservar la integridad de los sistemas y procesos comunicacionales propios (Armada Nacional de Colombia, 2024).

simultáneamente, en objetivo y medio de la estrategia, pues su adhesión o rechazo determina la sostenibilidad del conflicto. De esta manera, la guerra de cuarta generación marca el tránsito de la guerra industrial a la guerra política-informacional, donde la comunicación estratégica, la narrativa ideológica y la gestión de percepciones se vuelven tan decisivas como la fuerza militar.

Siguiendo el modelo de las cinco D de Álvarez (2024), la cuarta generación de la guerra representó un punto de inflexión en la historia del conflicto moderno, al trasladar la influencia al *dominio* global-informacional, donde la comunicación se integró plenamente a la estrategia de guerra política y a la confrontación ideológica planetaria. En esta etapa, la guerra dejó de ser un monopolio exclusivo de los Estados y de sus fuerzas militares, debido a que los actores no estatales (movimientos insurgentes, grupos terroristas y organizaciones transnacionales) adquirieron la capacidad de disputar el poder mediante la combinación de acciones militares irregulares y operaciones psicológicas orientadas a erosionar la voluntad política del adversario.

El *destino* de la acción persuasiva ya no fueron únicamente los ejércitos rivales, sino también las audiencias políticas y sociales, es decir, las opiniones públicas, los gobiernos aliados, las poblaciones neutrales y las comunidades internacionales cuya percepción podía inclinar el curso del conflicto. Por ende, las acciones no cinéticas como las OPSIC y las OI adquirieron un papel central, al extender el teatro de combate más allá de los dominios físicos de la guerra (tierra, mar y aire) hacia el escenario político y mediático, donde se definía la legitimidad del poder. Los *dispositivos* de influencia combinaron propaganda blanca, gris y negra con las nuevas tecnologías mediáticas de la época (radio internacional, televisión, cine, prensa), lo que permitió modelar narrativas a escala transnacional y sostener campañas de largo alcance en torno a ideas, valores o ideologías. Los *decisores* pasaron a ser estructuras estatales y paraestatales especializadas (agencias de inteligencia, ministerios de información, oficinas de diplomacia pública), que profesionalizaron la gestión del mensaje y coordinaron simultáneamente frentes abiertos y encubiertos. Finalmente, el mecanismo de *derrota* se desplazó del campo de batalla físico hacia la erosión moral, la deslegitimación política y la fractura interna del adversario. Vencer significaba quebrar su narrativa, socavar su cohesión y agotar su voluntad de lucha, más que destruir su capacidad material. Así, la guerra de cuarta generación articuló la militarización de la comunicación con la lógica de la guerra popular prolongada, inaugurando un tipo de conflicto donde el control del significado se convirtió en el verdadero instrumento de poder estratégico.

En este punto del *continuum* de militarización de la comunicación, la información se volvió el teatro principal de la Guerra Fría: un campo de batalla mediático y simbólico en el que la victoria se medía por la adhesión ideológica, la credibilidad internacional y la capacidad para imponer diferentes interpretaciones del mundo. La guerra de cuarta generación, por lo tanto, es una guerra informacional en red de alcance planetario, pero todavía bajo control de los Estados y de los grandes medios de comunicación de masas.

La evolución desde la propaganda hacia las OI representa un punto de inflexión en la historia estratégica contemporánea. Si la propaganda había operado sobre las creencias y las OPSIC sobre las emociones, las OI introdujeron una dimensión estructural: el control de los flujos que configuran el entorno informativo y, por tanto, el proceso mismo de decisión. Este tránsito marcó el paso del poder narrativo al poder algorítmico, en el que la gestión de datos, redes y sistemas reemplazó gradualmente a la persuasión directa como instrumento de dominio. No obstante, el avance de la digitalización y la convergencia entre tecnología, comunicación y cognición transformó nuevamente el campo de batalla. A partir del siglo XXI, el objetivo estratégico ya no sería únicamente alterar los canales de información, sino intervenir los procesos mentales y sociales que le otorgan sentido, como la interpretación, la atención y las emociones humanas. En este nuevo escenario, la guerra ingresó en su fase cognitiva.

Fase cognitiva: la información como control

La fase cognitiva representa el punto del proceso histórico en el cual la información deja de ser un instrumento auxiliar para convertirse en el eje estructurante del poder. Si las guerras informacionales de la segunda mitad del siglo XX se libraron por el control de los flujos de datos y la narrativa mediática, las guerras del siglo XXI buscan controlar los procesos mentales y emocionales que determinan cómo esos datos son percibidos, interpretados y utilizados. En esta etapa, el conocimiento y la cognición sustituyen a la fuerza y la materia como fundamentos de la supremacía estratégica. La guerra se redefine así como una competencia por el control de la atención, la emoción y el significado, donde el dominio cognitivo se convierte en el nuevo territorio de conquista.

Hosmer (1999) fue uno de los primeros analistas en advertir que el impacto más profundo de la revolución informacional no se encontraba en los sistemas

de armas ni en las tecnologías de comunicación, sino en los efectos psicológicos y morales que estas generaban. Su estudio sobre las consecuencias cognitivas y emocionales de la información global anticipó la lógica actual de la GC, en la cual la manipulación perceptiva y la desorganización de la conciencia se convierten en objetivos estratégicos. Hosmer argumentó que los medios de comunicación y la conectividad digital ampliaban el teatro de operaciones hacia la mente del adversario, permitiendo influir sobre emociones, valores y creencias con la misma eficacia con que antes se destruían infraestructuras. En esta perspectiva, el conflicto deja de ser una confrontación de fuerzas físicas para convertirse en una lucha por el control del significado y la percepción colectiva.

Guerras de quinta generación

La Tercera Revolución Industrial, caracterizada por la automatización, la microelectrónica y la expansión de las telecomunicaciones, introdujo un conjunto de transformaciones que modificaron significativamente la conducción de la guerra y la gestión de la información, al integrar tecnologías digitales y sistemas en red como factores decisivos en la planificación y ejecución militar (Whyte et al., 2021). Durante la década de 1980, la convergencia entre la informática personal, los satélites de comunicación y la televisión por cable dio origen a una infraestructura global de transmisión instantánea, capaz de conectar, en tiempo casi real, los centros de poder político, militar y mediático. Este nuevo entramado tecnológico marcó la transición desde la era industrial de la guerra hacia la era digital, en la que los flujos de datos, más que el movimiento de tropas o la producción de armamento, comenzaron a definir la superioridad estratégica.

En este contexto emergió el ciberespacio, un dominio intangible pero real, formado por redes interconectadas que permitían el intercambio continuo de información a escala global. La aparición de internet (y particularmente de la World Wide Web en 1989)⁴⁸ expandió exponencialmente las fronteras de la comunicación

⁴⁸ La World Wide Web (WWW) fue concebida en 1989 por Tim Berners-Lee, físico e informático del Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire (CERN), para crear un sistema universal de intercambio de información entre científicos a través de documentos interconectados mediante *hyperlinks*. El proyecto, formalizado en su propuesta *Information management: A proposal* (Berners-Lee, 1989), dio origen a la arquitectura básica del espacio digital contemporáneo: el protocolo HTTP (*HyperText Transfer Protocol*), el formato HTML (*HyperText Markup Language*) y el sistema de URL (*Uniform Resource Locators*). A diferencia de las redes informáticas previas (cerradas, jerárquicas y de acceso restringido), la web introdujo un paradigma de comunicación abierta, descentralizada y de hiperconectividad, que permitió la integración de texto, imagen y sonido en un mismo entorno informacional. Esta innovación transformó Internet de una infraestructura técnica de transmisión de datos en un espacio cultural, político y cognitivo, y marcó el inicio de la sociedad global de la información al sentar las bases del dominio ciberespacial como nuevo teatro de la guerra y la influencia en el siglo XXI (Berners-Lee & Fischetti, 2000; Castells, 2003).

y del control informacional. Durante los noventa, la *Web 1.0* consolidó un nuevo ecosistema de visibilidad global que rompió los límites tradicionales entre los frentes interno y externo de los Estados⁴⁹. La información dejó de ser patrimonio exclusivo de los aparatos gubernamentales o militares para convertirse en un bien estratégico descentralizado, susceptible de ser utilizado tanto por actores estatales como no estatales para moldear percepciones, influir en decisiones y disputar legitimidades.

De este modo, el ciberespacio se configuró como una esfera de interacción humana, tecnológica y política que trascendía las fronteras físicas, inaugurando un escenario en el que la percepción mediática de los hechos comenzó a influir directamente sobre la estrategia y la diplomacia. La guerra ya no se libraba únicamente en los territorios materiales del aire, la tierra o el mar, sino también en la red, donde la imagen, la narrativa y la atención pública se convertían en armas decisivas para ganar sin combatir.

La Primera Guerra del Golfo (1990-1991) marcó un punto de inflexión simultáneo en dos dimensiones cruciales de la guerra moderna. Por un lado, transformó la forma en que los conflictos militares serían conducidos mediante tecnologías de información y armamento de precisión; por otro, modificó la manera en que la guerra sería percibida por la opinión pública global. En efecto, la combinación de cobertura mediática en tiempo real con sistemas digitales de mando y control, observación satelital y guiado por GPS, transformó tanto el teatro de operaciones como su representación ante el mundo.

Desde la perspectiva de la filosofía de la información, este conflicto no solo introdujo una nueva tecnología bélica, sino una nueva ontología del combate. Como señala Floridi (2014), la infosfera constituye el entorno en el que interactúan

⁴⁹ La *Web 1.0* designa la primera etapa evolutiva de la World Wide Web, caracterizada por su estructura estática, unidireccional y basada en la publicación de contenidos. En esta fase, la red funcionaba principalmente como un repositorio documental interconectado mediante hipervínculos (HTML), en el que los usuarios eran receptores pasivos de información y los sitios web operaban bajo un modelo de comunicación "uno a muchos" (Berners-Lee & Fischetti, 2000). El contenido era centralizado, no interactivo y controlado por administradores o instituciones, sin mecanismos de participación social ni herramientas colaborativas. Tecnológicamente, la *Web 1.0* se sustentaba en navegadores de primera generación (como Mosaic y Netscape Navigator) y en protocolos abiertos (HTTP, HTML, URL) diseñados para la interoperabilidad global (Castells, 2003). Desde una perspectiva histórica, esta etapa consolidó el ciberespacio como dominio informacional y sentó las bases de la economía digital, la comunicación transnacional y la interconectividad civil y militar (Whyte et al., 2021). En términos estratégicos, su impacto trascendió el ámbito técnico al posibilitar la emergencia de una infosfera (Floridi, 2014), en la que la información comenzó a circular fuera de los canales estatales tradicionales, e inauguró el escenario sociotecnológico que daría origen a las guerras de quinta generación, centradas en la manipulación de la percepción, la emoción y la cognición (Álvarez et al., 2017).

agentes humanos y artificiales, en un proceso continuo de generación, intercambio y control de datos. La Guerra del Golfo hizo visible este cambio, ya que el campo de batalla se convirtió en un sistema informacional total, un ecosistema cognitivo interconectado donde la percepción, la orientación y la acción estaban mediadas por redes de sensores y flujos de datos en tiempo real. Los combatientes ya no operaban únicamente en el espacio físico, sino en una dimensión informacional que definía qué se veía, cómo se interpretaba y cuándo se actuaba.

En el plano operacional, la Guerra del Golfo evidenció la transición hacia una forma de conducción de los conflictos militares sustentada en la superioridad informacional, es decir, en la capacidad de observar, decidir y actuar más rápido que el adversario. Por primera vez, la arquitectura integrada de satélites espaciales, sistemas GPS, radares, bases de datos y centros de mando computarizados creó una infosfera militar, donde la velocidad del flujo de información determinaba la eficacia estratégica. En este contexto, la guerra dejó de ser una lucha de fuerzas materiales y se transformó en una competencia entre sistemas cognitivos.

Esta integración tecnológica materializó, en la práctica, el principio formulado por el coronel de la Fuerza Aérea estadounidense John Boyd (1987), en su teoría del ciclo OODA (Observar-Orientar-Decidir-Actuar). Según Boyd (1987), la victoria depende de la capacidad de procesar información, orientarse en la incertidumbre y actuar antes de que el adversario logre hacerlo. En la operación *Tormenta del Desierto*, esta lógica se tradujo en una guerra de alta conectividad y sincronización, en la que los sistemas aliados lograron “entrar dentro del ciclo de decisión del enemigo”, modulando el ritmo de la guerra para acelerar su propio tiempo de acción y dilatar el del adversario, generando con ello confusión, desorganización y parálisis decisional; Boyd (1987) sostenía que el tiempo y la orientación eran armas cognitivas más que logísticas, recursos destinados a quebrar la coherencia mental y moral del enemigo. Durante la Guerra del Golfo, esa premisa adquirió dimensión tecnológica, ya que los flujos de datos provenientes de sensores, radares y satélites comprimieron el tiempo de observación y decisión, convirtiendo la velocidad informacional en un multiplicador de poder.

Desde la perspectiva de Floridi (2015a), este proceso refleja la consolidación de una epistemología operacional basada en la manipulación de información como forma de control del entorno. La coalición liderada por Estados Unidos no solo alcanzó una superioridad de fuego, sino también una ventaja cognitiva basada en el dominio del ciclo OODA y, con él, la capacidad de redefinir el espacio y el tiempo de la guerra. La orientación (que Boyd concibe como el núcleo cognitivo de

la decisión) se convirtió en un proceso distribuido entre humanos y máquinas, anticipando la noción de los inforgs o agentes híbridos descritos por Floridi (2015a). En consecuencia, la Guerra del Golfo no fue únicamente una victoria tecnológica, sino una victoria ontológica en la consagración de la información como nuevo principio organizador del poder militar, inaugurando el paradigma de la GC, es decir, una forma de confrontación en la que la decisión es un acto de conocimiento y la información, el terreno decisivo del combate.

Con respecto al ámbito mediático y a diferencia de la guerra de Vietnam (cuya cobertura televisiva era diferida y susceptible de edición), la operación Tormenta del Desierto introdujo por primera vez la transmisión en tiempo real de un conflicto armado. La cadena CNN, con sus reportes en vivo desde Bagdad durante los bombardeos iniciales, convirtió la guerra en un espectáculo global accesible a millones de espectadores. Este fenómeno, conocido como el “efecto CNN”, transformó el ciclo de decisión política y militar al situar la percepción pública como una variable inmediata del moderno campo de batalla (Livingston, 1997). Desde la perspectiva de la filosofía de la información, este episodio evidencia la expansión de la infosfera como entorno donde lo bélico, lo mediático y lo emocional convergen. Los gobiernos comprendieron que la gestión mediática ya no consistía únicamente en controlar los datos, sino en modelar el flujo afectivo e interpretativo que definía la legitimidad de la acción militar⁵⁰.

Como señalan Robinson (2002) y Hoskins y O’Loughlin (2010), el efecto CNN impuso una nueva ecuación estratégica en la que la inmediatez mediática podía tanto movilizar apoyo como precipitar la deslegitimación de una intervención militar. La guerra se desarrollaba simultáneamente en el desierto de Kuwait y en las pantallas de televisión, donde la precisión de las bombas guiadas por láser y las imágenes nocturnas de misiles creaban una estética de la guerra quirúrgica. Este tratamiento visual contribuyó a forjar la ilusión de un conflicto limpio, tecnológico y moralmente justificado, pero también inauguró un nuevo tipo de vulnerabilidad, el de la dependencia estratégica de la narrativa mediática. Las operaciones militares

⁵⁰ Según Livingston (1997), el efecto CNN describe tres funciones posibles de los medios de comunicación en la política exterior y en la toma de decisiones estratégicas: 1) Acelerante (*accelerant*): los medios actúan como catalizadores que precipitan o aceleran las respuestas gubernamentales ante crisis humanitarias o conflictos, al generar presión pública inmediata para intervenir. 2) Impedimento (*inhibitor*): la exposición constante de los costos humanos y materiales del conflicto puede frenar o revertir la voluntad política de sostener operaciones militares prolongadas, al erosionar el respaldo ciudadano. 3) De agenda (*agenda-setting*): los medios definen qué conflictos o temas reciben atención internacional y cuáles permanecen invisibles, configurando así las prioridades del debate político y diplomático. En conjunto, estas funciones muestran que la cobertura mediática no solo informa sobre la guerra, sino que interviene activamente en su conducción y legitimación.

comenzaron a planificarse no solo para obtener ventajas tácticas, sino para producir imágenes coherentes con un relato político favorable. En este sentido, la Guerra del Golfo no solo fue una victoria militar de la coalición, sino también un triunfo simbólico, donde el control de la percepción global se convirtió en un objetivo operacional de primer orden.

Sin embargo, el efecto CNN posee también una contracara estructural que limita su aparente poder transformador. Robinson (2017) subraya que la cobertura en tiempo real tiende a generar selectividad temática, priorizando aquellas crisis que ofrecen imágenes dramáticas y narrativas moralmente simples, mientras otras quedan invisibilizadas por carecer de atractivo visual o encuadres emocionales compatibles con la agenda mediática. Este sesgo conduce a un cortoplacismo estratégico, donde la atención pública fluctúa según la intensidad emocional del momento, dificultando la formulación de políticas sostenidas o el entendimiento profundo de los conflictos. Además, la lógica del encuadre mediático (*media framing*) simplifica la complejidad geopolítica, reduciendo las causas estructurales de la guerra a dilemas morales binarios entre víctimas y perpetradores. De este modo, el efecto CNN no solamente moviliza la acción, sino que también enmascara la estrategia, sustituyendo la deliberación racional por la urgencia emocional y la reacción política inmediata.

Esta doble dimensión (movilizadora y distorsionadora) revela que la mediación de la guerra, lejos de democratizar la información, amplificó el poder performativo de la imagen y sentó las bases para la posterior instrumentalización cognitiva del discurso bélico. Desde la perspectiva de la filosofía de la información, esta estetización del conflicto representa el paso de la fuerza física a la forma informacional de la guerra. Como sugiere Floridi (2015b), en la era hiperhistórica la realidad se produce y se disputa en el plano de la información, donde imágenes y datos no solo describen el mundo, sino que lo constituyen. La Guerra del Golfo encarnó este giro ontológico, ya que la información dejó de representar la guerra para convertirse en su sustancia operativa.

Esta transformación preluvió la transición de las OI hacia la GC. Las tecnologías de la información (satélites, redes de transmisión global y, posteriormente, internet) ampliaron exponencialmente la capacidad de influir sobre la mente y las emociones de audiencias civiles y militares. Por consiguiente, a partir de la década de 1990, las fuerzas militares comenzaron a desarrollar doctrinas explícitas sobre OI integradas a la planificación táctica, operacional y estratégica, reconociendo que el dominio de la información y de la percepción era tan decisivo como la

superioridad en fuego o movilidad. Como sintetizan Arquilla y Ronfeldt (1993), la nueva lógica del conflicto ya no consistía en destruir al enemigo, sino en interrumpir, desorganizar o reconfigurar sus sistemas de información y decisión. El campo de batalla físico se desplazaba hacia el dominio informacional, y de ahí, progresivamente, al dominio cognitivo.

La Guerra de Kosovo en 1999 profundizó la lógica mediática inaugurada en el Golfo Pérsico, consolidando el dominio de la información como campo de batalla estratégico. La operación *Allied Force* de la OTAN se libró simultáneamente en el aire y en las pantallas, en un entorno donde la narrativa de “intervención humanitaria” debía sostener la legitimidad política frente a la opinión pública internacional (Hoskins & O’Loughlin, 2010). En este contexto, el bombardeo del edificio de la Radio Televisión Serbia simbolizó la transición del poder militar hacia la gestión estratégica de las percepciones, ya que destruir una emisora se justificó como neutralización de un “arma de propaganda”⁵¹. Este hecho marcó un punto de inflexión en el cual los medios de comunicación dejaron de ser observadores para convertirse en objetivos militares y agentes operacionales, confirmando así que la información había adquirido valor táctico dentro de la guerra contemporánea.

⁵¹ En la madrugada del 23 de abril de 1999, aeronaves de la OTAN bombardearon la sede central de la Radio Televisión de Serbia (RTS) en Belgrado y causaron la muerte de al menos 16 trabajadores civiles y heridas a otros 16. En el momento del ataque se encontraban en el edificio más de un centenar de empleados, y la transmisión informativa fue interrumpida durante varias horas. El episodio fue ampliamente condenado por organizaciones periodísticas y de derechos humanos, que advirtieron sobre la ampliación del rango de objetivos considerados “legítimos” en el marco de la campaña aérea de la OTAN. El Comité de Revisión del Tribunal Penal Internacional para la ex Yugoslavia (ICTY) reconoció en su informe que, si el ataque se justificaba únicamente por el propósito propagandístico del medio, su legalidad “podría ser cuestionada por algunos expertos en derecho internacional humanitario” (ICTY, 2000, párr. 76). No obstante, el comité concluyó que la destrucción de la RTS tuvo como objetivo principal “debilitar el sistema de mando y control militar serbio y dismantelar el aparato nervioso que mantenía a Milosevic en el poder”, al considerar la función propagandística como propósito “complementario”. El propio informe admitía que “los medios influyen en la moral civil, pero solo se convierten en objetivos militares legítimos cuando incitan directamente a cometer crímenes o cuando constituyen el sistema nervioso que mantiene un esfuerzo bélico” (ICTY, 2000, párr. 55). Diversos portavoces políticos de la OTAN (entre ellos Tony Blair y Clare Short), defendieron públicamente el bombardeo al considerar que la televisión estatal formaba parte del “aparato de dictadura y poder de Milosevic”. Sin embargo, para organizaciones como Amnistía Internacional, el ataque constituyó una violación del principio de distinción entre objetivos militares y civiles, además de un precedente peligroso que abría la puerta a la destrucción deliberada de medios de comunicación bajo el pretexto de la guerra psicológica (Amnesty International, 2000). Más allá de la controversia jurídica, el episodio ilustró una mutación doctrinal: el reconocimiento implícito de los sistemas de comunicación como infraestructuras estratégicas del poder narrativo. Destruir la RTS equivalía no solo a neutralizar una red de transmisión, sino a desarticular el relato enemigo y disputar el control del significado del conflicto ante la comunidad internacional. Desde entonces, la guerra informacional asumió explícitamente la dimensión cognitiva de la comunicación como objetivo militar, y preludeó el tránsito hacia la guerra de la percepción y la GC del siglo XXI.

Como subraya Rid (2007), esta acción reflejó la asimilación del principio según el cual controlar la información equivale a controlar la guerra, reconociendo que la supremacía tecnológica y mediática podía traducirse en poder cognitivo. En este contexto doctrinal emergió la noción de la *guerra de información*, entendida como la capacidad de obtener ventajas estratégicas mediante la manipulación, la protección o la destrucción de los flujos informativos del adversario (Libicki, 1995). A su vez, Arquilla y Ronfeldt (1996) propusieron el concepto de *netwar* para describir los conflictos librados por redes de actores estatales y no estatales en el dominio informacional, donde la interconectividad digital actúa como multiplicador de poder. Esta visión anticipó la arquitectura de los conflictos del siglo XXI (distribuidos, no lineales y esencialmente cognitivos), en los que la información deja de ser un recurso para convertirse en el propio teatro de operaciones⁵².

En el plano doctrinal, el Departamento de Defensa de Estados Unidos (DoD) formalizó esta visión bajo el concepto de OI, definiéndose en la *Joint Publication 3-13* como el empleo integrado de operaciones psicológicas, guerra electrónica, seguridad de las operaciones y engaño militar, complementadas por operaciones de redes informáticas (JCS, 1998). Esta definición reflejaba que la información dejaba de concebirse como un simple insumo de la guerra para convertirse en un dominio operacional con entidad propia. En la práctica, esto implicaba reconocer que el control de los flujos informacionales equivalía al control del tiempo, de la percepción y, por ende, del poder. El objetivo último de las OI (afectar los procesos de decisión del adversario mientras se protegían los propios) anticipaba la posterior emergencia de la GC, donde la mente y el juicio se convertirían en el verdadero centro de gravedad del conflicto.

Las intervenciones de Estados Unidos y de la OTAN en Afganistán (2001) e Irak (2003) constituyeron los primeros laboratorios de esta convergencia doctrinal entre tecnología, comunicación y cognición. No obstante, como anticiparon Zanini y Edwards (2001), los conflictos del siglo XXI no solo enfrentarían a los Estados

⁵² En una lógica análoga de control informacional, aunque dirigida hacia la propia población, el régimen iraní ha recurrido de manera sistemática a apagones de internet como instrumento de control político y gestión del entorno cognitivo interno. Durante los ataques conjuntos de Estados Unidos e Israel en 2026, Irán impuso cortes casi totales de conectividad, restringiendo la circulación de información, dificultando la coordinación social y limitando la visibilidad internacional de los acontecimientos. Si bien algunas interrupciones pueden atribuirse a daños en infraestructura, diversos análisis coinciden en que estos apagones responden principalmente a una estrategia deliberada de control del régimen, orientada a aislar a la población, reducir la capacidad de movilización y mantener el monopolio narrativo en contextos de crisis. Este tipo de medidas evidencia que, en los conflictos contemporáneos, el control de la información no solo se proyecta hacia el adversario externo, sino que también se ejerce sobre el propio cuerpo social, configurando un espacio doméstico de GC donde la conectividad se convierte en un recurso estratégico susceptible de ser negado.

entre sí, sino a redes distribuidas de actores no estatales que operan con la lógica descentralizada de la era informacional. Estos autores describieron cómo el terrorismo contemporáneo (de Al-Qaeda a las insurgencias transnacionales) adoptó estructuras reticulares basadas en la comunicación horizontal, donde la cohesión no dependía del mando jerárquico sino del intercambio constante de información, símbolos e ideologías compartidas. En tales redes, la información se convirtió en el principal vector de coordinación y legitimidad, y la acción violenta en un lenguaje político con proyección global. Cada ataque o mensaje buscaba producir un efecto cognitivo más que un daño físico: alterar la percepción, desestabilizar la confianza y dominar la narrativa.

De acuerdo con Boudreau (2022), las campañas de comunicación estratégica de los Estados Unidos y la OTAN buscaban neutralizar la propaganda insurgente, mantener la cohesión de la coalición y sostener el apoyo internacional a las operaciones. La guerra dejó de ser únicamente una cuestión de territorio y se transformó en una disputa por la narrativa, ya que ganar la historia se volvió tan significativo como ganar la propia batalla. Empero, la saturación informativa, la falta de coordinación interinstitucional y la irrupción de nuevos actores mediáticos (blogs, portales de filtración y cadenas transnacionales como Al Jazeera) minaron la capacidad de control narrativo por parte de las fuerzas occidentales. El flujo informacional se descentralizó y globalizó, desplazando la legitimidad estratégica hacia la percepción emocional y simbólica de los acontecimientos.

Paralelamente, los adversarios no estatales comprendieron rápidamente el potencial de este nuevo entorno. Grupos insurgentes y terroristas como Al Qaeda y el Estado Islámico (ISIS) transformaron las redes digitales en teatros de operaciones cognitivos, donde cada ataque físico era diseñado también como mensaje político. Los videos de decapitaciones, cuidadosamente producidos para maximizar su impacto emocional, funcionaban como armas simbólicas que extendían el efecto del terror más allá del campo de batalla (Winter, 2015). Así, la guerra ingresaba plenamente en la era de la interconectividad cognitiva, donde la influencia, la emoción y la percepción reemplazaban al dominio del territorio como criterios de victoria.

Mientras los grupos yihadistas globales demostraban el potencial de instrumentalizar las redes digitales en su forma más violenta, el movimiento zapatista en México ya había inaugurado una versión civil y política de guerra informacional. La insurrección del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) en 1994 representó, como señalan Ronfeldt et al. (1998), el primer caso documentado de *social netwar*, una modalidad de conflicto basada en redes descentralizadas que privilegian la comunicación, la legitimidad moral y la articulación narrativa sobre

la confrontación armada. Su eficacia no residió en la fuerza de las armas, sino en la capacidad de tejer una red transnacional de apoyo (compuesta por ONG, activistas, medios alternativos y comunidades digitales), convirtiendo una insurgencia local en un movimiento de alcance internacional, capaz de presionar al Estado mexicano mediante la GC más que mediante la guerra convencional.

El caso zapatista reveló el desplazamiento del poder desde la coerción física hacia la influencia simbólica. Según Ronfeldt y Arquilla (2001), esta insurgencia "posmoderna" transformó la red en un arma cognitiva y la comunicación en un campo de batalla moral, ya que la eficacia de los zapatistas no se midió en territorios conquistados, sino en mentes convencidas. Es decir, a través del lenguaje ético de la dignidad, los derechos indígenas y la resistencia frente al neoliberalismo, el EZLN logró movilizar simpatías internacionales y redefinir la narrativa sobre la legitimidad del poder. Por lo tanto, este fenómeno demostró que la revolución informacional podía empoderar a actores no estatales, erosionar jerarquías tradicionales y reconfigurar la relación entre el Estado y la sociedad civil mediante la circulación de significados en red.

De este tipo de conflictos emergió el concepto de *noopolitik* (Arquilla & Ronfeldt, 1999), entendido como la evolución natural de la *realpolitik* hacia una política global basada en el conocimiento, la información y los valores. Mientras la *realpolitik* busca imponer la voluntad mediante la fuerza material, la *noopolitik* busca influir a través de la verdad, la credibilidad y la cooperación en red. Su escenario operativo no es la geosfera ni la biosfera, sino la *noosfera* (la esfera del pensamiento planetario), un dominio conceptual formulado por Pierre Teilhard de Chardin y Vladimir Vernadsky y reinterpretado por Arquilla y Ronfeldt (1999) como el "circuito global de la mente" que emerge de la interconexión digital y de la conciencia colectiva de la humanidad.

En esta perspectiva, la noosfera constituye la culminación del proceso evolutivo del planeta: tras la geosfera (materia) y la biosfera (vida), surge la esfera del pensamiento (*noos*), donde la información, los valores y las ideas adquieren capacidad causal. Según Ronfeldt y Arquilla (2020), la expansión de esta esfera cognitiva redefine la política internacional, debido a que los conflictos ya no se libran solo por el control del territorio, sino por el control del significado. Entonces, en la era de la noosfera, la pregunta decisiva no es *¿quién domina?*, sino *¿cuál historia prevalece?* Así, la guerra de narrativas (las batallas por la verdad, la confianza y la interpretación) se convierte en la forma predominante de competencia estratégica en el siglo XXI.

La *noopolitik* implica un giro epistemológico en el arte de gobernar, ya que sustituye la lógica de la coerción por la lógica de la comunicación, y en

consecuencia, el interés nacional por la construcción de un sentido común global sustentado en valores éticos y cooperativos. Este tránsito anuncia, en el plano filosófico, la convergencia entre la *noosfera* de Ronfeldt y Arquilla (2020) y la *infosfera* de Floridi (2014), entendida como el entorno informacional donde se desarrolla la existencia humana contemporánea. Ambas nociones coinciden en concebir la información como el nuevo sustrato ontológico del poder y la mente colectiva como el teatro donde se disputa la soberanía cognitiva de las sociedades. En este entorno, las guerras ya no buscan destruir al enemigo, sino conquistar su interpretación del mundo.

Las guerras contra grupos terroristas en Afganistán (2001-2021) e Irak (2003-2011) ofrecen ejemplos paradigmáticos de este nuevo enfoque. Mientras las fuerzas de los Estados Unidos y la OTAN buscaban contrarrestar la propaganda insurgente mediante estrategias de comunicación estratégica (*strategic communication*), los talibanes demostraron que las redes sociales podían operar como multiplicadores asimétricos, difundiendo mensajes virales capaces de erosionar el apoyo político y la percepción de legitimidad (Boudreau, 2022). En estos escenarios, las OI revelaron una tensión esencial, basada en la dificultad de controlar las narrativas en un entorno informacional descentralizado. La guerra híbrida rusa en Ucrania desde 2014 también mostró la integración de las OI, desinformación, ciberataques y propaganda coordinada para manipular percepciones globales y fragmentar la voluntad política occidental (Helmus et al., 2018).

Aquí se observa la emergencia del ciberespacio como dominio de guerra, donde los datos son munición, y la opinión pública, un frente operativo. Sin embargo, el paso decisivo hacia la GC ocurre cuando el objetivo deja de ser el flujo y pasa a ser la interpretación misma de la información, inaugurando así la fase cognitiva del conflicto contemporáneo. La progresiva digitalización del conflicto a comienzos del siglo XXI llevó a reconocer que la información, por sí sola, ya no era suficiente para explicar nuevas formas de confrontación. La experiencia acumulada en las OI de la Guerra del Golfo, Kosovo, Irak y Afganistán evidenció que dominar el flujo de los datos no garantizaba la victoria si no se controlaban los procesos de interpretación, emoción y decisión de las audiencias implicadas. Este cambio se vio amplificado por el surgimiento de la Web 2.0, una fase de internet que transformó de nuevo el ecosistema comunicativo⁵³. Plataformas como Facebook, YouTube o

⁵³ El término Web 2.0 fue popularizado a mediados de la década de 2000 para describir la transición desde una web estática centrada en la publicación de contenidos (Web 1.0) hacia una web dinámica basada en la interacción, la participación del usuario y la producción colaborativa de información. Según Hinton y Hjorth (2013), la

X (antes Twitter) convirtieron a los ciudadanos en emisores y multiplicadores de mensajes, diluyendo la frontera entre la comunicación civil y militar, así como entre la propaganda institucional y la desinformación espontánea.

Como señala Barberá (2020), esta arquitectura participativa dio lugar a un espacio informativo distribuido, donde la viralidad reemplazó al control centralizado y la percepción colectiva se volvió un objetivo estratégico. En este entorno interconectado, la guerra dejó de librarse únicamente por el control de la información para centrarse en la disputa por el significado, la emoción y la confianza, prelujiendo la emergencia de la GC como nueva dimensión del conflicto. En este contexto emergió el concepto de GC, entendido como la evolución natural de la guerra de la información y de la *netwar*. Según Henschke (2025), mientras las OI buscaban alterar sistemas comunicativos, la GC pretende intervenir en los procesos mentales que definen cómo los individuos y las sociedades perciben, razonan y actúan.

En Afganistán, las campañas de Estados Unidos y la OTAN entre 2003 y 2020 buscaron contrarrestar la propaganda talibán, sostener la cohesión entre aliados y preservar el respaldo internacional, combinando instrumentos civiles y militares que iban de medios locales y redes sociales a esfuerzos de comunicación pública, pero su eficacia quedó limitada por la saturación informativa, las contradicciones entre mensajes y problemas de sincronización estratégica, síntomas de una batalla narrativa crecientemente compleja (Boudreau, 2022). En el caso de Israel y Hamás, el teatro digital evidenció el paso de la propaganda tradicional a operaciones de influencia en plataformas interactivas. Israel invirtió en campañas orientadas a disputar la legitimidad en la noosfera, mientras Hamás convirtió las redes y formatos audiovisuales en palancas para movilizar audiencias internacionales y presionar a decisores, demostrando así que la narrativa digital opera como un multiplicador del poder asimétrico (Schulman & Siman-Tov, 2022; Milstein, 2022).

Esta trayectoria empalma con un patrón histórico en el que propaganda, OPSIC y OI ampliaron su alcance y profundidad psicológica, pero la GC da un paso más al colocar el objetivo en los procesos de cognición y emoción que sostienen la interpretación y la decisión colectiva. Henschke (2025) afirma que la novedad no radica solamente en nuevos medios, sino en la ambición de convertir el efecto

Web 2.0 introdujo tres transformaciones decisivas: la interactividad en tiempo real, la generación de contenido por los propios usuarios (*user-generated content*) y la formación de redes sociales digitales que permitieron la circulación horizontal de información sin mediadores institucionales. Estas características crearon un entorno comunicativo más imprevisible y descentralizado, en el que la manipulación de percepciones y emociones se volvió un componente estructural de la política, el comercio y, finalmente, de la guerra.

cognitivo en objetivo estratégico y no en subproducto de otras operaciones. Por ende, la GC constituye el estadio más avanzado de esta evolución, el punto en el que la información deja de ser un medio y se convierte en el propio campo de batalla. Su objetivo no es controlar la información, sino controlar cómo se piensa la información. Según Henschke (2025), la GC es “el empleo de medios informativos, psicológicos y tecnológicos para manipular procesos cognitivos y emocionales de individuos y sociedades, con el fin de modificar su conducta o su percepción de la realidad” (p. 41).

A diferencia de las OI, la GC no busca interrumpir los flujos comunicativos ni destruir infraestructuras, sino que ataca la arquitectura del pensamiento⁵⁴. Nikoula y McMahon (2024) sostienen que este tipo de guerra “explota los sesgos, vulnerabilidades y emociones para alterar la orientación cognitiva de los individuos, generando desconfianza y desorganización social” (p. 17); en consecuencia, la mente humana se convierte así en un espacio operativo, donde la percepción y la emoción reemplazan al terreno físico de combate y al uso cinético de la fuerza militar. Esta visión coincide con la conceptualización desarrollada por el *Allied Command Transformation* de la OTAN, que define la GC como una extensión de las operaciones multidominio orientada a la “protección y explotación de la mente humana como entorno operacional” (Deppe & Schaal, 2024, p. 2). En este marco, la cognición deja de ser un recurso pasivo y pasa a ser considerada un dominio estratégico cuya defensa resulta tan esencial como la del espacio o el ciberespacio.

Ahora bien, el sustento teórico de la GC proviene de la psicología cognitiva y las ciencias del comportamiento. Tversky y Kahneman (1974) demostraron que los individuos procesan información mediante heurísticas, atajos mentales que simplifican decisiones bajo incertidumbre, pero que los vuelven propensos a errores sistemáticos. Kahneman (2011) complementó esta idea al distinguir entre el pensamiento rápido o Sistema 1 (intuitivo, emocional y automático), y el pensamiento lento o Sistema 2 (racional y deliberativo). La mayoría de las decisiones humanas, incluyendo las políticas, operan bajo el primero, lo que explica su vulnerabilidad a la manipulación narrativa.

En la GC, los actores en conflicto aprovechan estos mecanismos para reconfigurar marcos interpretativos colectivos, mediante el uso de una variedad de técnicas como el diseño de mensajes emocionales, la personalización algorítmica o

⁵⁴ La distinción entre OI y GC es funcional, no taxonómica. Las OI se enfocan en los inputs (los flujos y canales informacionales), mientras que la GC interviene en los outputs (los procesos mentales y decisionales resultantes). Ambas coexisten en la práctica y se solapan en entornos híbridos (Henschke, 2025).

la creación de cámaras de eco digitales. Haselton et al. (2016) añadieron que muchos sesgos no son fallos, sino adaptaciones evolutivas que favorecen la cohesión del grupo o la detección del peligro; sin embargo, en entornos informacionales saturados, esas mismas adaptaciones pueden inducir polarización y radicalización. Manipular tales mecanismos equivale a intervenir en la ecología cognitiva de una sociedad.

Por consiguiente, las guerras de quinta generación emergen en el marco de la Tercera Revolución Industrial, cuando la automatización, la microelectrónica y la revolución de la información transformaron de manera estructural la conducción del conflicto. En este nuevo contexto, el ciberespacio se constituyó en un dominio de guerra autónomo, interconectando los sistemas militares, económicos y sociales dentro de una misma infraestructura global de datos. Así, junto a los dominios tradicionales de tierra, mar y aire, se volvieron críticos tres escenarios estratégicos: el informativo, el social y el cognitivo (Álvarez et al., 2017).

El escenario informativo es aquel donde se produce, manipula y circula la información; el social, donde los individuos interactúan, comparten conocimiento y coordinan acciones colectivas; y el cognitivo, donde se generan los conceptos decisivos, se orienta la percepción y se toman las decisiones. Estos tres escenarios, hoy predominantemente convergentes en el ciberespacio, redefinen la guerra contemporánea como un fenómeno multidimensional, en el que las operaciones se desarrollan tanto en planos físicos (tierra, mar, aire, espacio) como en planos virtuales (informativo, social y cognitivo). En consecuencia, la guerra de información se ha convertido en la forma preferida de confrontación en el siglo XXI, ya que el control de los flujos informacionales equivale al control del tiempo, del juicio y, en última instancia, del poder.

El uso generalizado de las redes sociales, la mensajería instantánea y los dispositivos móviles ha posibilitado el surgimiento de la GC, en la que cada individuo puede convertirse en un actor informacional capaz de producir, editar y difundir mensajes a escala global. La democratización tecnológica otorga a los ciudadanos un poder comunicativo sin precedentes, pero también los convierte en objetivos dentro de un ecosistema de manipulación masiva. Cabe señalar que los gobiernos, las fuerzas militares y los medios tradicionales ya no son los únicos protagonistas del espacio informacional, ya que deben competir con una multiplicidad de actores (estatales, corporativos y civiles) que buscan moldear la infósfera, movilizar simpatizantes, coordinar acciones o desestabilizar instituciones.

En este escenario, las redes sociales se han instrumentalizado como armas cognitivas de las guerras de quinta generación. Plataformas digitales como Twitter, Facebook o TikTok operan como vectores de influencia capaces de alterar la percepción de legitimidad, polarizar comunidades o inducir comportamientos colectivos. La información deja de ser un medio y se convierte en un campo de operaciones, donde la verdad, la emoción y la atención se disputan como recursos estratégicos. El objetivo ya no es destruir al enemigo físicamente, sino implosionar su sistema cognitivo, desorganizando su coherencia interna y su capacidad de tomar decisiones.

Este mecanismo de derrota por medio de la implosión del adversario se produce a través del *ciberchoque*, entendido como la desintegración de un sistema complejo mediante la disrupción de los flujos de información que conectan sus partes. El ciberchoque conduce a la desorganización del enemigo al privarlo de información confiable, mediante operaciones psicológicas, desinformación y engaño. Al negar la integridad informacional del sistema adversario, se produce confusión, parálisis y pánico, anulando la voluntad de lucha y provocando su colapso desde dentro. En términos del modelo de las cinco D, la derrota se alcanza no por aniquilación física, sino por desarticulación cognitiva.

La eficacia de la GC ha quedado demostrada en múltiples escenarios contemporáneos. Durante la Primavera Árabe (2011), plataformas como Facebook y Twitter funcionaron como multiplicadores cognitivos que permitieron coordinar protestas y difundir marcos morales de indignación sin estructuras centralizadas⁵⁵ (Howard & Hussain, 2013). El asalto al Capitolio en Estados Unidos en 2021 reveló cómo las narrativas conspirativas pueden erosionar la confianza institucional y convertir la desinformación en acción colectiva⁵⁶ (Wang, 2022). En la pandemia de COVID-19, la infodemia global mostró que la manipulación del miedo y la desconfianza hacia la ciencia puede afectar la gobernabilidad incluso

⁵⁵ Greenberg (2019) ha demostrado cómo en Túnez y Egipto el control narrativo fue tan decisivo como la capacidad de los manifestantes para ocupar las calles. Las plataformas digitales permitieron construir marcos de indignación compartida, y aceleraron el colapso de regímenes que, aunque militarmente fuertes, eran cognitivamente vulnerables.

⁵⁶ QAnon surgió en 2017 como un movimiento conspirativo en línea, originado en foros como 4chan y 8kun, en el que un supuesto informante anónimo ("Q") afirmaba revelar secretos de una élite global dedicada a la corrupción y la explotación infantil. Aunque carecía de evidencia verificable, sus narrativas se difundieron masivamente en redes sociales, y se convirtió en un ecosistema de desinformación que combinaba teorías conspirativas previas con un fuerte componente mesiánico y nacionalista. Estudios recientes muestran que QAnon funcionó como un auténtico dispositivo de guerra cognitiva, capaz de erosionar la confianza en las instituciones democráticas de Estados Unidos y movilizar acciones colectivas violentas, como el asalto al Capitolio en enero de 2021 (Amarasingam & Argentino, 2020).

sin un enemigo militar (Ferreira et al., 2022; Aruguete, 2024). En América Latina, las protestas en Chile y Colombia (2019-2021) evidenciaron cómo la viralización de imágenes de represión y marcos de victimización reconfiguraron el sentido político del descontento, presionando la legitimidad de los gobiernos (Lupien, 2024; Jordá & Holbert, 2024).

Estas experiencias demuestran que la GC no requiere la confrontación armada, ya que su teatro de operaciones es el espacio informacional y emocional en donde se define la legitimidad; por lo tanto, su mecanismo de derrota no es la destrucción material ni la desmoralización militar, sino la implosión cognitiva, entendida como la desorganización de la voluntad colectiva⁵⁷. La victoria se alcanza cuando el adversario pierde confianza en sus instituciones, en su conocimiento o en su propio juicio. Todos estos episodios evidencian que la batalla decisiva del siglo XXI se libra primero en las redes y luego en las calles. En consecuencia, sufrir la derrota en la GC significa perder la legitimidad y la credibilidad en el espacio digital, pues en el ecosistema hiperconectado de la era informacional, el control de la narrativa equivale al control del poder.

Siguiendo el modelo de las cinco D de Álvarez (2024), las guerras de quinta generación representan el punto culminante del *continuum* de militarización de la comunicación, donde la información deja de ser un recurso auxiliar para convertirse en el teatro central del conflicto. En este nuevo estadio, el enfrentamiento ya no se desarrolla solo en los espacios físicos o mediáticos, sino en el entorno informacional-cognitivo, donde la percepción, la emoción y la interpretación constituyen los verdaderos campos de maniobra. El *dominio* de la guerra se traslada al espacio digital interconectado (el ciberespacio), y a su dimensión cognitiva, la infosfera, donde el flujo de datos, imágenes y significados define la arquitectura del poder. Allí, la batalla no se libra por territorios, sino por la atención, la confianza y la verdad compartida.

El *destino* de la acción estratégica ya no son los ejércitos rivales ni las audiencias masivas de la era de los medios tradicionales, sino las audiencias distribuidas, segmentadas y autorreferenciales que habitan el ecosistema digital: ciudadanos, comunidades virtuales, líderes de opinión y algoritmos de recomendación que median la visibilidad del discurso. La guerra de quinta generación, por tanto, se orienta a moldear mentalidades, polarizar identidades y reconfigurar realidades a través

⁵⁷ El concepto de *implosión cognitiva* se refiere al colapso interno de la cohesión y la confianza colectiva, producido no por coerción física, sino por manipulación de percepciones y emociones que fragmentan la orientación común de una sociedad (Nikoula & McMahon, 2024).

de la manipulación microdirigida de la información. El *dispositivo* de combate combina sistemas híbridos de comunicación y control: redes sociales, *big data*, IA, *bots*, influencers, memes, *deepfakes* y plataformas de recomendación algorítmica. Estos instrumentos permiten producir, amplificar y personalizar narrativas con una precisión psicológica sin precedentes. El armamento ya no se lanza, se comparte; y la munición ya no destruye cuerpos, sino coherencias cognitivas.

El *decisor* se convierte así en un entramado híbrido donde convergen los Estados, corporaciones tecnológicas, agencias de inteligencia, comunidades digitales, actores insurgentes y usuarios empoderados que pueden ejecutar operaciones informacionales descentralizadas. La autoridad estratégica se distribuye entre nodos interconectados que actúan sin jerarquía, reflejando la estructura en red de la sociedad contemporánea. Por último, la *derrota* se redefine como implosión cognitiva, es decir, la desintegración interna de un sistema social o político mediante la pérdida de coherencia narrativa, confianza institucional y sentido compartido. Vencer no implica ya ocupar territorio ni destruir infraestructuras, sino lograr que el adversario se desoriente, se fragmente y se autodestruya desde dentro.

En suma, las guerras de quinta generación trasladan el arte del conflicto al plano de la mente y de la red, donde el control semántico y emocional del entorno informacional constituye la forma suprema de poder. Si la cuarta generación fue la guerra política de las masas y los medios, la quinta generación es la GC de las redes y los algoritmos, donde la verdad se convierte en el terreno disputado y la percepción, en el objetivo decisivo de la estrategia (Tabla 4).

Tabla 4. Evolución del modelo de las cinco D en las generaciones de la guerra

Dimensión (5D)	1.ª generación (guerra política y simbólica)	2.ª generación (guerra industrial y propagandística)	3.ª generación (guerra total y psicológica)	4.ª generación (guerra política-informacional)	5.ª generación (guerra cognitiva y algorítmica)
Dominio	Social-político. La influencia se ejerce en el espacio público, el púlpito y la imprenta; la palabra y la fe se convierten en armas simbólicas.	Global-industrial. La comunicación se articula estatal y arma de legitimación moral e ideológica en la guerra total.	Militar-operacional. La comunicación se integra a la estrategia bélica como instrumento de manipulación psicológica y cognitiva.	Global-informacional. La comunicación se convierte en eje de la confrontación ideológica y política planetaria; emerge la guerra mediática.	Informacional-cognitivo. La infósfera y el ciberespacio se constituyen en el campo decisivo del conflicto, donde se disputa la percepción, la verdad y la atención.

Continúa tabla...

Dimensión (5D)	1.ª generación (guerra política y simbólica)	2.ª generación (guerra industrial y propagandística)	3.ª generación (guerra total y psicológica)	4.ª generación (guerra política-informacional)	5.ª generación (guerra cognitiva y algorítmica)
Destino	Comunidades religiosas y ciudadanías emergentes. La adhesión define la legitimidad de los poderes en pugna.	Masas movilizadas y opinión pública global. El objetivo es sostener la moral y desmoralizar al enemigo.	Poblaciones civiles y tropas. La emoción, la percepción y la moral se vuelven objetivos tácticos.	Audiencias políticas y sociales. Opinión pública, gobiernos aliados, comunidades internacionales y medios de comunicación.	Audiencias distribuidas y microsegmentadas. Ciudadanos, comunidades digitales, líderes de opinión y algoritmos de recomendación.
Dispositivo	Imprenta, panfletos, catecismos, grabados. La palabra impresa como tecnología de cohesión simbólica.	Radio, telégrafo, cartelística, propaganda blanca, gris y negra. Profesionalización del aparato comunicacional estatal.	Radio dirigida, noticieros cinematográficos, emisoras "grises", panfletos aéreos. Comunicación como instrumento de guerra total.	Televisión, cine, prensa internacional, agencias de información, satélites. Campañas de influencia global y propaganda política.	Redes sociales, <i>big data</i> , IA, <i>bots</i> , <i>deepfakes</i> , memes, plataformas digitales. Producción y personalización algorítmica de narrativas.
Decisor	Iglesias, monarquías, élites revolucionarias. Uso político de la palabra impresa.	Gobiernos, comités de propaganda, gabinetes de guerra. Coordinación institucional del mensaje.	Ministerios de propaganda y guerra psicológica. Profesionalización de la manipulación cognitiva.	Agencias de inteligencia, ministerios de información, oficinas de diplomacia pública. Control estratégico de la narrativa global.	Estados, corporaciones tecnológicas, agencias de inteligencia y comunidades digitales. Poder distribuido y descentralizado en red.
Derrota	Deslegitimación moral. Ganar implica imponer la causa justa y socavar la fe del adversario.	Erosión moral y consenso narrativo. La victoria depende del control emocional y simbólico de las masas.	Dislocación psicológica. Quebrar la cohesión y voluntad del enemigo mediante propaganda y rumor.	Erosión moral, fractura política e implosión social. Vencer es quebrar la narrativa y agotar la legitimidad del adversario.	Implosión cognitiva. Desintegración interna del sistema enemigo por pérdida de coherencia, confianza y sentido compartido.

Fuente: Elaboración propia con base en Álvarez et al. (2017) y Álvarez (2024)

El modelo de las cinco D de Álvarez (2024) revela un proceso histórico continuo de militarización de la comunicación, mediante el cual la información deja de ser un simple instrumento auxiliar para convertirse en el núcleo estructurante del poder. A lo largo de las distintas generaciones de la guerra, la comunicación evoluciona desde la palabra como medio de legitimación política hasta la información como entorno de confrontación cognitiva. En las primeras dos generaciones de la

guerra, la comunicación cumple una función de cohesión y legitimación, sirviendo para consolidar identidades colectivas y justificar las causas políticas o religiosas en disputa. En las tercera y cuarta generaciones, se transforma en arma psicológica y política de alcance global, articulando estrategias de propaganda, operaciones de información y guerra mediática orientadas a influir en la voluntad y la percepción de los pueblos. Finalmente, en la quinta generación, la comunicación alcanza su punto culminante al convertirse en el entorno mismo del conflicto, donde la mente humana (mediada por algoritmos, redes digitales y flujos de datos) se erige como el campo de batalla decisivo, y la lucha por el poder adopta la forma de una guerra por el control del sentido, la verdad y la realidad compartida.

Este proceso evolutivo puede representarse de manera sintética a través del *continuum* de militarización de la comunicación, que muestra cómo cada generación de la guerra traslada progresivamente el centro de gravedad del conflicto desde el espacio físico hacia el cognitivo. La Tabla 5 expone esta trayectoria histórica, en la que el poder comunicacional se desplaza desde la palabra impresa y la propaganda de masas hasta la información digital y el algoritmo como nuevas formas de dominio. En este recorrido, la comunicación deja de ser un medio subordinado a la acción militar para convertirse en su fundamento estratégico, articulando la legitimidad, la percepción y la interpretación del mundo como dimensiones esenciales de la guerra contemporánea.

Tabla 5. *Continuum de militarización de la comunicación: de la palabra al algoritmo*

Etapa histórica	Periodo aproximado	Rasgo comunicacional dominante	Forma de influencia	Evolución del poder informacional
1. La palabra como poder (guerra simbólica)	Siglos XVII-XVIII	Imprenta y discurso político-religioso. La palabra escrita organiza la legitimidad del poder.	Persuasión moral y doctrinal.	Inicio del <i>continuum</i> . La comunicación legitima la autoridad y se convierte en instrumento de cohesión.
2. La propaganda de masas (guerra industrial)	1914-1945	Radio, cartelismo y cine. El Estado controla la comunicación como parte de la maquinaria bélica.	Propaganda emocional y movilización de masas.	Institucionalización. Nace la propaganda estatal moderna y la guerra psicológica.

Continúa tabla...

Etapa histórica	Periodo aproximado	Rasgo comunicacional dominante	Forma de influencia	Evolución del poder informacional
3. La mente como campo de batalla (guerra total y psicológica)	1939-1975	OPSIC y medios globales. Las percepciones son tan importantes como las armas.	Manipulación de la moral y el juicio.	Militarización plena. La información se convierte en arma táctica y cognitiva.
4. La ideología como arma global (guerra política-informacional)	1975-1990	Televisión satelital, diplomacia pública, propaganda transnacional.	Guerra narrativa y mediática.	Globalización. La información estructura la geopolítica y legitima el poder.
5. El algoritmo como arma cognitiva (guerra cognitiva y algorítmica)	1990-presente	Redes sociales, IA, <i>big data</i> , <i>deepfakes</i> , <i>bots</i> .	Ingeniería de la percepción y control semántico.	Culminación del <i>continuum</i> . La información deja de representar la guerra: se convierte en su sustancia.

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la Tabla 5, el *continuum* no solo describe un avance tecnológico, sino una mutación epistemológica del poder, en la que la guerra se redefine como una competencia por el control del significado. Desde la imprenta hasta los algoritmos, cada revolución comunicacional ha ampliado la capacidad de los actores (estatales y no estatales) para moldear percepciones, manipular emociones y reconfigurar realidades. Así, la evolución de la palabra al dato y del dato al código sintetiza el tránsito de la guerra de las armas a la guerra de las mentes, en la que la supremacía estratégica depende menos de la fuerza material que de la capacidad para dominar los flujos informacionales y cognitivos que sostienen el orden social.

La evolución histórica descrita en el *continuum* de militarización de la comunicación encuentra su correlato operativo en la transformación de las prácticas de influencia. A medida que la información ascendió de instrumento táctico a entorno estratégico, los métodos de persuasión, manipulación y control del conocimiento se diversificaron y especializaron. Así, cada generación de la guerra no solo redefinió el dominio de la confrontación (de lo físico a lo informacional y cognitivo), sino que también desarrolló instrumentos diferenciados para ejercer el poder sobre

la percepción: la propaganda como herramienta de movilización emocional; las OPSIC como mecanismo de desmoralización y control conductual; las OI como estrategia para dominar los flujos y arquitecturas comunicacionales; y, finalmente, la GC como forma avanzada de manipulación de los procesos mentales y emocionales. La siguiente tabla sistematiza esta progresión doctrinal a partir del modelo de las cinco D de Álvarez (2024).

Como se observa en la Tabla 6, la evolución de las prácticas de influencia describe una trayectoria ascendente en complejidad cognitiva. La propaganda actúa sobre la emoción colectiva; las OPSIC, sobre la moral táctica; las OI, sobre la arquitectura de decisión; y la GC, sobre los procesos mentales que definen la percepción misma de la realidad. Este desplazamiento epistemológico transforma también la noción clásica de victoria. En las guerras tradicionales, vencer era ocupar territorio o destruir la fuerza del enemigo; en la era informacional, vencer es convencer, o más precisamente, implosionar cognitivamente al adversario hasta que pierda cohesión y voluntad. La derrota se internaliza, ya que no proviene de la imposición de fuerza, sino de la pérdida del sentido compartido.

Este tránsito refleja un cambio epistemológico fundamental: la información deja de entenderse como mera transmisión eficiente de señales para convertirse en un objeto de intervención estratégica; al mismo tiempo, dicha transformación expresa una auténtica reconfiguración ontológica del conflicto, donde el poder reside en la capacidad de moldear los procesos interpretativos que producen significado y orientan la decisión.

En la medida en que la influencia deja de limitarse al control de los mensajes y se orienta al control de los procesos mentales que otorgan sentido a la realidad, la guerra se traslada desde los campos físicos hacia los dominios perceptuales y simbólicos. Este desplazamiento del poder desde la fuerza hacia la cognición inaugura lo que diversos autores han denominado el dominio cognitivo, un espacio donde las operaciones dejan de centrarse en la destrucción de capacidades materiales para enfocarse en la manipulación de percepciones, emociones y juicios (Le Guyader, 2022; Henschke, 2025). Comprender esta transición exige examinar, desde la teoría militar contemporánea, qué significa considerar la mente humana como un nuevo dominio de guerra.

Tabla 6. De la propaganda a la guerra cognitiva: análisis comparado con base en el modelo de cinco D⁵⁸

Concepto	¿Cómo se define?	Dominio (espacio de acción)	Destino (audiencia objetivo)	Dispositivo (medios e instrumentos)	Decisor (nivel de conducción)	Derrota (mecanismo de logro estratégico)	Ejemplo histórico	Efectos cognitivos esperados
Propaganda	Difusión sistemática de mensajes persuasivos para orientar actitudes o creencias (O'Shaughnessy, 2018)	Político, social y cultural	Poblaciones amplias, ciudadanos, creyentes, opinión pública	Medios de comunicación, carteles, cine, radio, publicidad	Élites políticas, religiosas o ideológicas	Construir legitimidad, cohesión y obediencia mediante identificación emocional	Propaganda aliada durante la Primera Guerra Mundial	Adhesión, identificación, orgullo colectivo
Operaciones psicológicas (OPSI)	Acciones planificadas para influir en percepciones, emociones y conductas de audiencias específicas (Rid & Hecker, 2009)	Militar y operacional	Tropas enemigas, población local, líderes políticos o religiosos	Folletos, altavoces, radio, mensajes dirigidos, rumores controlados.	Mando militar táctico u operacional	Erosionar moral, cohesión y voluntad de combate del adversario	Campañas soviéticas en la Segunda Guerra Mundial para debilitar la moral alemana	Desmoralización, confusión, rendición o apatía
Operaciones de información (OI)	Empleo ofensivo y defensivo de la información para controlar, manipular o proteger flujos y sistemas comunicativos (Whyte et al., 2021)	Estratégico y multidominio (ciberespacio, política, economía)	Sistemas de mando, decisores, instituciones, redes informativas	Ciberataques, inteligencia de señales, guerra electrónica, propaganda digital	Estado Mayor, comando estratégico o conjunto	Interrumpir o distorsionar el ciclo de mando y control; degradar la capacidad de decisión	Campañas híbridas rusas en Ucrania (2014-2022)	Saturación informativa, desorientación decisional, pérdida de confianza institucional
Guerra cognitiva (GC)	Empleo de medios informativos, psicológicos y tecnológicos para manipular procesos cognitivos y emocionales, moldeando marcos interpretativos individuales y colectivos (Henschke, 2025; Nikoula & McMahon, 2024)	Cognitivo y social (mente individual y colectiva)	Individuos, grupos, comunidades digitales y sociedades enteras	Narrativas personalizadas, IA, big data, deepfakes, microsegmentación algorítmica	Actores estatales, híbridos y no estatales	Desorganizar la cohesión, destigmatizar instituciones, inducir implosión interna	Infodemia durante la pandemia COVID-19; asalto al Capitolio (2021)	Disonancia cognitiva, polarización, implosión social, pérdida de realidad compartida

Fuente: Elaboración propia

⁵⁸ La tabla 6 no pretende establecer jerarquías normativas entre categorías, sino ofrecer una comparación heurística que evidencie su progresiva militarización y su desplazamiento desde la comunicación persuasiva hacia la manipulación cognitiva. Cabe resaltar que cada práctica puede coexistir con las otras en conflictos híbridos contemporáneos.

El dominio cognitivo de la guerra

Allen y Gilbert (2009) definen un *dominio de guerra* como una esfera de interés e influencia en la que se realizan actividades, funciones y operaciones para cumplir misiones y ejercer control sobre un oponente con el fin de lograr los efectos deseados. Según estos autores, cada uno de los cinco dominios reconocidos (tierra, mar, aire, espacio y ciberespacio) comparte cuatro propiedades esenciales: 1) constituyen una esfera de interés estratégica; 2) permiten el despliegue de funciones y operaciones específicas; 3) implican la presencia de actores adversarios; y 4) posibilitan el ejercicio de control sobre ellos. En esa misma línea, Álvarez y Correcha (2022) señalan que los dominios no son meras categorías físicas, sino marcos de interacción donde confluyen tecnología, doctrina y cognición, y donde las fuerzas buscan generar efectos decisivos sobre el adversario.

Desde esta perspectiva, el dominio cognitivo cumple con los criterios que definen un dominio estratégico de guerra. En primer lugar, constituye una esfera de interés, dado que en él se concentran los procesos mentales, emocionales y perceptivos que orientan la toma de decisiones políticas, militares, económicas y sociales. En segundo lugar, representa una esfera de influencia y de acción, ya que en ella pueden llevarse a cabo operaciones (como campañas de desinformación, manipulación emocional o ingeniería narrativa), con efectos medibles sobre el comportamiento individual y colectivo. En tercer lugar, admite la presencia simultánea de fuerzas aliadas y adversarias, puesto que en los entornos informacionales y mediáticos donde se desarrolla la competencia cognitiva son inherentemente compartidos y no pueden ser monopolizados. En cuarto lugar, permite ejercer control sobre el oponente, en tanto influir sobre sus percepciones o emociones equivale a condicionar sus decisiones y, por ende, su capacidad de acción. Finalmente, el dominio cognitivo posee sinergia con los demás dominios, ya que las operaciones en cualquiera de ellos dependen, en última instancia, de la interpretación que los actores hagan de la realidad y de la legitimidad de sus propios objetivos.

No obstante, algunos críticos sostienen que el dominio cognitivo no puede considerarse un dominio autónomo, dado que la información (su principal insumo) es transversal a los dominios tradicionales de tierra, mar, aire, espacio y ciberespacio. Desde esta perspectiva, Hofstetter y Jossen (2023) argumentan que, en el marco de las *Multi-Domain Operations* (MDO), la inclusión de un dominio cognitivo incrementaría innecesariamente la complejidad del modelo operativo, ya que los efectos cognitivos se encontrarían demasiado entrelazados con los demás dominios como para constituir un “modelo parcial” independiente. En su análisis,

basado en la teoría general de modelos, los autores sostienen que la cognición opera más adecuadamente como una dimensión transversal o incluso como un conjunto de efectos distribuidos dentro de los dominios existentes, y no como un dominio autónomo con valor pragmático para el planeamiento operacional.

Empero, esta objeción (aunque conceptualmente rigurosa en términos de parsimonia doctrinal) parte de una confusión analítica entre el medio de operación y el objeto estratégico de control. La información, en efecto, atraviesa todos los dominios; pero el dominio cognitivo no se define por la información en sí misma, sino por el lugar donde dicha información adquiere significado, orienta la decisión y produce conducta. Mientras los dominios físicos y digitales buscan controlar espacios, plataformas o sistemas, el dominio cognitivo se orienta al control de los procesos interpretativos mediante los cuales los actores comprenden la realidad, evalúan opciones y deciden cursos de acción. En este sentido, la información constituye un vector transversal, pero la cognición representa un ámbito específico de confrontación, en el que se disputa la percepción, la legitimidad y la voluntad.

Asimismo, la crítica de Hofstetter y Jossen (2023) se apoya en una concepción de MDO como modelo estrictamente operacional, orientado a facilitar la planificación cinética y la sincronización de efectos físicos. Pero desde una perspectiva más amplia (estratégica y ontológica), dicha limitación resulta insuficiente para capturar el carácter contemporáneo del conflicto, en el que los efectos decisivos no siempre se producen en el plano material, sino en la degradación de la cohesión social, la confianza institucional y la voluntad política. Entonces, negar la existencia del dominio cognitivo por la transversalidad de la información equivaldría, en términos analógicos, a negar el dominio aéreo por el hecho de que el aire atraviesa todos los espacios físicos, o el dominio cibernético por su dependencia de infraestructuras materiales.

Por lo tanto, el dominio cognitivo no compete con los dominios tradicionales ni los reemplaza, sino que los reconfigura desde un nivel superior de decisión, al actuar sobre el único elemento verdaderamente común a todos ellos: la mente humana que los concibe, los emplea y les otorga sentido estratégico. Desde esta perspectiva, la utilidad del dominio cognitivo no reside únicamente en su conveniencia para el planeamiento operacional inmediato, sino en su capacidad para explicar cómo se producen hoy los efectos estratégicos más profundos del poder: no mediante la destrucción física del adversario, sino mediante la alteración de los marcos cognitivos que sostienen su acción colectiva.

Asimismo, Allen y Gilbert (2009) establecen seis características adicionales para determinar la existencia de un dominio de guerra: 1) requiere capacidades

únicas para operar en él; 2) no está completamente abarcado por ningún otro dominio; 3) permite la coexistencia de capacidades amigas y enemigas; 4) admite el ejercicio de control o influencia; 5) genera sinergias con otros dominios; y 6) posibilita acciones asimétricas de amplio alcance.

Pues bien, el dominio cognitivo satisface cada uno de estos criterios. En primer lugar, el dominio cognitivo demanda capacidades singulares en psicología, neurociencia, ingeniería social y comunicación. En segundo lugar, aunque se relaciona estrechamente con el ciberespacio, no se limita a él, pues sus operaciones buscan afectar los procesos mentales humanos más allá de los medios digitales. En tercer lugar, tanto actores estatales como no estatales pueden coexistir e influir simultáneamente en este dominio. En cuarto lugar, es posible ejercer control mediante la manipulación de percepciones, narrativas y emociones. Finalmente, el dominio cognitivo también ofrece un campo privilegiado para la sinergia multidominio, al vincular la información, el espacio y el entorno social, y para la ejecución de acciones asimétricas capaces de desestabilizar a Estados o sociedades enteras sin recurrir a la violencia física.

Por consiguiente, toda operación informativa que logre modificar las percepciones, emociones o decisiones tiene lugar, en última instancia, en el dominio cognitivo⁵⁹. Hansen (2021) propone, por lo tanto, visualizar el arte de la guerra moderna a partir de tres dominios interconectados: el físico, el cibernético y el cognitivo. Este modelo complementa la tipología militar convencional de cinco dominios (tierra, mar, aire, espacio y ciberespacio) y amplía su base ontológica, al incorporar la mente del ser humano como escenario operacional y como objetivo estratégico. El dominio cognitivo constituye la esfera donde ocurre el pensamiento y la toma de decisiones; es el ámbito en el que los individuos procesan información, evalúan opciones y definen cursos de acción en actividades tan disímiles como el consumo, el ocio o el voto.

En síntesis y a la luz de estas consideraciones teóricas, es posible afirmar que el dominio cognitivo cumple con todos los criterios doctrinales que permiten reconocer un ámbito operativo como dominio de guerra. Tal como lo establecieron Allen y Gilbert (2009), los dominios militares deben poseer una esfera de interés

⁵⁹ En este marco, el dominio cognitivo puede entenderse como el punto de encuentro entre lo estratégico y lo psicológico, es decir, un espacio en el que los procesos mentales individuales se convierten en variables operacionales del conflicto. La mente no es solo el escenario en el que se procesan los flujos de información, sino también el terreno en el que se libran las batallas contemporáneas por la atención, la emoción y la interpretación. De ahí que comprender los mecanismos cognitivos y afectivos que gobiernan la decisión humana resulte esencial para explicar cómo los actores pueden influir o distorsionar la conducta a gran escala.

estratégica, posibilitar operaciones específicas, admitir la presencia de adversarios, permitir el ejercicio de control o influencia, generar sinergias con otros dominios y facilitar acciones asimétricas de amplio alcance. La incorporación de la cognición a la teoría militar contemporánea amplía estos principios, al desplazar el foco del control físico o digital hacia el control de la percepción y la decisión humana. En la Tabla 7 se sintetizan los criterios doctrinales clásicos junto con su correspondencia en el dominio cognitivo, evidenciando cómo este cumple, amplía y redefine la estructura conceptual de los dominios de guerra tradicionales.

Tabla 7. *El dominio cognitivo frente a los criterios clásicos de los dominios de guerra*

Criterio de un dominio de guerra	Descripción general	Manifestación en el dominio cognitivo	Referencias clave
1. Esfera de interacción estratégica	Define un entorno donde se busca ejercer control y lograr efectos decisivos	Se centra en los procesos mentales, emocionales y perceptivos que orientan la toma de decisiones políticas, militares y sociales	Álvarez y Correcha (2022); Le Guyader (2022)
2. Funciones y operaciones específicas	Permite ejecutar misiones propias que lo diferencian de otros dominios	Incluye operaciones de desinformación, manipulación emocional, ingeniería narrativa y control de percepciones	Hansen (2021); Henschke (2025).
3. Presencia de fuerzas adversarias	Admite la coexistencia de actores amigos y enemigos en el mismo entorno	Actores estatales, híbridos y no estatales compiten simultáneamente en el espacio mediático y digital	Nikoula y McMahon (2024)
4. Posibilidad de ejercer control o influencia	Un dominio es tal si permite ejercer poder sobre el oponente	El control se ejerce mediante la influencia en percepciones, narrativas y emociones, que determinan decisiones y acciones	Allen y Gilbert (2009); Álvarez et al. (2017)
5. Sinergia con otros dominios	Todo dominio genera efectos combinados con los demás	Se vincula con el ciberespacio, el entorno social y el informacional, amplificando efectos multidominio	Le Guyader (2022); Hansen (2021)
6. Acciones asimétricas de amplio alcance	Permite emplear capacidades de bajo costo con alto impacto	Posibilita operaciones de influencia capaces de desestabilizar Estados o sociedades sin violencia física	Henschke (2025); Álvarez y Correcha (2022)

Fuente: Elaboración propia

La comparación de la Tabla 7 demuestra que el dominio cognitivo no es una simple extensión del ciberespacio, sino una dimensión autónoma de la confrontación en la que los procesos mentales y emocionales se convierten en objetivos

estratégicos. Su particularidad radica en que el control no se ejerce sobre un terreno físico, sino sobre los modelos mentales que orientan la acción. De este modo, las operaciones cognitivas se apoyan en las ciencias del comportamiento, la neurociencia y la comunicación estratégica para intervenir en la arquitectura de la interpretación y de la voluntad. En consecuencia, el poder militar del siglo XXI ya no depende exclusivamente de la capacidad de destruir o bloquear, sino de la habilidad para influir, condicionar y modelar la percepción de la realidad.

Por estas razones, autores como Álvarez et al. (2017) y Le Guyader (2022) sostienen que el dominio cognitivo debe considerarse un sexto dominio de guerra, en el cual el control no se ejerce sobre el terreno físico ni sobre infraestructuras digitales, sino sobre las mentes que deciden cómo emplearlos. En el ámbito estratégico, Blatny y Søndergaard (2025), en el marco de los estudios promovidos por la OTAN, reconocen que la mente humana se ha convertido en un nuevo espacio de confrontación, subrayando que la GC no se limita a influir en percepciones, sino que busca alterar procesos de pensamiento, modelar comportamientos colectivos y erosionar la cohesión social de los Estados. Desde esta perspectiva, la “superioridad cognitiva” no constituye una metáfora, sino una condición estratégica emergente, equiparable en relevancia a la superioridad aérea, espacial o cibernética, en tanto incide directamente en la arquitectura decisional que articula todos los demás dominios.

La noción de *superioridad cognitiva* alude a la capacidad estratégica de un actor para obtener ventaja decisional mediante el dominio de los procesos de percepción, interpretación y juicio que orientan la conducta individual y colectiva. A diferencia de la mera superioridad informativa (que se limita al acceso privilegiado a datos o a la capacidad de procesarlos con mayor velocidad), la superioridad cognitiva implica intervenir en el plano donde la información adquiere significado y se transforma en decisión. No se trata únicamente de saber más, sino de comprender mejor y de influir más eficazmente en los marcos interpretativos que estructuran la realidad social y política.

En este sentido, la superioridad cognitiva puede entenderse como una ventaja en tres dimensiones interrelacionadas (Blatny & Søndergaard, 2025): comprensión, protección e intervención. En primer lugar, comprensión, entendida como la capacidad de leer con precisión el entorno informacional, identificar vulnerabilidades narrativas y anticipar reacciones sociales. En segundo lugar, protección, que supone la resiliencia institucional y cultural frente a operaciones de manipulación, desinformación o ingeniería social. Finalmente, intervención, que consiste en la

habilidad para modelar percepciones, emociones y decisiones del adversario mediante acciones coordinadas en el espacio informacional y digital. Estas tres dimensiones configuran una arquitectura estratégica que trasciende la propaganda tradicional.

En consecuencia, la superioridad cognitiva se presenta como un requisito de seguridad nacional comparable a la superioridad aérea o cibernética: quien logra preservar la coherencia interpretativa interna y, al mismo tiempo, alterar la del adversario, adquiere una ventaja estructural en el conflicto. La disputa ya no se limita al control del espacio físico o digital, sino que se desplaza hacia el control de la arquitectura decisional. Este desplazamiento también redefine el concepto mismo de victoria, ya que en un entorno donde la cohesión social, la legitimidad institucional y la voluntad política pueden erosionarse mediante intervenciones informacionales persistentes, la derrota puede producirse sin necesidad de destrucción material significativa. La superioridad cognitiva, por tanto, no busca necesariamente la aniquilación del adversario, sino su desorganización interna, es decir, la fragmentación de los consensos que sostienen su sistema político y su capacidad de acción estratégica. Se trata de inducir una implosión decisional antes que una derrota cinética.

Finalmente, la superioridad cognitiva debe comprenderse como una propiedad sistémica y no como una capacidad aislada. No depende exclusivamente de herramientas tecnológicas, sino de la interacción entre cultura estratégica, alfabetización mediática, inteligencia adaptativa, arquitectura algorítmica y coordinación institucional. En un entorno caracterizado por la automatización de la influencia y la aceleración de los ciclos de información, la ventaja no reside únicamente en producir narrativas más eficaces, sino en integrar sensores sociales, análisis de datos, aprendizaje algorítmico y retroalimentación constante en una estrategia coherente. En este marco, la superioridad cognitiva constituye la forma más avanzada de poder en la guerra contemporánea.

Esta transformación da cuenta de que la GC no representa simplemente una nueva táctica ni una extensión operacional de conflictos previos, sino una forma de guerra cualitativamente distinta, que supone una mutación ontológica de la guerra moderna. Dicha transformación es coherente con la revolución epistémica que Luciano Floridi (2010a; 2014) denomina "Cuarta Revolución", en la cual la información se erige como el nuevo fundamento de la realidad y del poder. En este marco, la confrontación ya no se define por la disputa sobre los recursos materiales o el control territorial, sino por la capacidad de intervenir en los procesos

informacionales que configuran la percepción, la emoción y el pensamiento. La guerra se traslada, así, del ámbito de la materia al de la información, donde la victoria no depende de la destrucción física del adversario, sino de la reprogramación de su sistema cognitivo y simbólico. En consecuencia, el dominio cognitivo se convierte en el espacio privilegiado donde el poder actúa sobre la mente, y la GC, en la manifestación más avanzada de esta lógica informacional del conflicto.

En la medida en que la *infosfera* se convierte en el entorno donde se produce, circula y valida el conocimiento, la lucha por su control equivale a una lucha por dominar la realidad misma. La GC aparece así como la expresión militar de la era informacional, en la que el *poder*⁶⁰ se define por la capacidad de manipular la información y, con ella, la cognición y la identidad del sujeto. Desde esta perspectiva, el análisis del dominio cognitivo desemboca inevitablemente en una reflexión filosófica sobre la naturaleza de la información y su papel en la construcción del ser y del saber. Por consiguiente, comprender la GC exige indagar qué es la información, cómo se define su valor, cómo se estructura su flujo y qué consecuencias tiene su manipulación para la constitución del sujeto político y cognitivo.

Deppe y Schaal (2024) precisan que el dominio cognitivo implica tres niveles de acción: 1) el cerebral, orientado a los procesos neurológicos y psicológicos; 2) el informacional, donde se estructuran narrativas y flujos mediáticos; y 3) el social, en el que se busca alterar los vínculos de confianza y legitimidad. Desde esta perspectiva, el mecanismo de derrota de la guerra de quinta generación se sustenta en la implosión endógena del adversario, ya que cuando las narrativas enemigas logran fragmentar el consenso interno, el sistema colapsa sin necesidad de una victoria militar convencional. Henschke (2025) denomina este proceso *cognitive collapse*, es decir, el colapso cognitivo de la voluntad colectiva a partir de la desinformación, la fatiga emocional y la pérdida de confianza en las instituciones. El adversario más fuerte puede ser derrotado si su población deja de creer en la legitimidad de su causa o en la veracidad de sus propios líderes.

En esta lógica, el mecanismo de derrota propio de la quinta generación no se produce por colisión directa de fuerzas, sino por la erosión de la confianza y la manipulación de los marcos interpretativos colectivos. Hoffman (2021) explica que

⁶⁰ Según Álvarez et al. (2018), el *poder* debe entenderse como la capacidad de un actor para modificar o condicionar el comportamiento, las decisiones o las percepciones de otro mediante el uso integrado de recursos tangibles e intangibles. No se limita al empleo de la coerción o la fuerza física, sino que abarca dimensiones cognitivas, simbólicas y narrativas que buscan influir sobre la voluntad y la interpretación del entorno. En este sentido, el poder se expresa como un fenómeno relacional y adaptativo que combina instrumentos de persuasión, cooperación y coerción dentro de una estrategia general orientada al logro de objetivos políticos

en los conflictos actuales “las percepciones se convierten en un multiplicador de poder, y las creencias erróneas pueden ser tan letales como los misiles” (p. 45). Por su parte, Whyte et al. (2021) destacan que la capacidad de alterar el flujo y la interpretación de la información equivale hoy a controlar el propio ciclo de decisión del adversario, lo que convierte la mente en el terreno decisivo del enfrentamiento. La guerra de quinta generación, por tanto, supone un salto cualitativo respecto de las generaciones anteriores: mientras la primera y la segunda buscaban la aniquilación física o el desgaste industrial, y la tercera y la cuarta apuntaban a la maniobra y a la moral de combate, la quinta dirige sus esfuerzos a socavar la cognición, la emoción y la percepción.

Por ende, la guerra de quinta generación y la GC no deben entenderse como fenómenos separados, sino como una relación de modelo y mecanismo; es decir, la guerra de quinta generación describe la arquitectura estratégica del conflicto contemporáneo, mientras que la GC proporciona las herramientas y técnicas con las que se libra. Whyte et al. (2020) describen esta convergencia como la transición de la *information warfare* a la *cognitive warfare*, donde la victoria depende de la capacidad de capturar narrativas, moldear percepciones y gestionar emociones. Álvarez y Jiménez (2021) subrayan, en el mismo sentido, que la GC combina propaganda, diplomacia pública, subversión cultural y engaño político para alterar lo que una audiencia cree saber sobre sí misma, debilitando así la cohesión social y la legitimidad estatal.

Ahora bien, el dominio ciberespacial ha operado como vector privilegiado de acceso al dominio cognitivo, al permitir escalar el alcance, granular la segmentación e intensificar la personalización de los mensajes, narrativas y estímulos informativos dirigidos a perfiles psicológicos y emocionales específicos. y con la expansión global de internet, que ya superó el umbral del 50 % de penetración mundial, el ciberespacio se consolidó como un terreno universal de interacción, influencia y conflicto. En este sentido, la interdependencia entre los dominios cibernético y cognitivo constituye la transformación más profunda del carácter y la conducción de la guerra en el siglo XXI. Por un lado, los avances tecnológicos en el análisis de datos y la automatización permiten manipular información a una escala inédita; por otro, los descubrimientos sobre la mente humana y sus sesgos ofrecen la guía para hacerlo con precisión quirúrgica (Hansen, 2021).

La combinación entre IA, *big data* y psicología cognitiva abre, por consiguiente, la posibilidad de una influencia persistente y personalizada, en la que la frontera

entre la información y la manipulación se difumina. Como señala Hansen (2021), es precisamente el uso del dominio cibernético como llave de acceso al cognitivo lo que define la nueva naturaleza de la guerra híbrida: la posibilidad de alterar el pensamiento sin recurrir a la fuerza física. Empero, esta creciente interpenetración entre lo digital y lo mental plantea un desafío conceptual y doctrinal. Aunque ambas se desarrollan en un mismo entorno informacional, *ciberguerra* y *guerra cognitiva* no son equivalentes.

El ciberespacio actúa como vector tecnológico que posibilita la acción, mientras que la cognición constituye el objetivo estratégico de dicha acción. En términos operativos, puede afirmarse que la ciberguerra afecta los sistemas, mientras que la GC afecta las mentes que los operan. Así, aunque ambas pueden desplegarse en el ciberespacio, difieren radicalmente en su naturaleza, objetivos y mecanismos de logro estratégico.

La ciberguerra, como lo señalan Applegate (2015), Colarik y Janczewski (2015) y Couretas (2024), consiste en la conducción de operaciones cibernéticas contra los sistemas informáticos militares o gubernamentales del adversario, así como contra sus infraestructuras críticas, con el fin de negar, degradar o destruir su funcionamiento. Su impacto se mide en la interrupción de las capacidades de C3I⁶¹ y en los daños funcionales a la infraestructura digital del oponente. La GC, en contraste, opera en la capa de los procesos decisionales humanos; y aunque puede valerse de las mismas redes digitales, sus objetivos no son técnicos, sino psicológicos, culturales y sociales: manipular percepciones, sembrar desconfianza, polarizar comunidades, fomentar divisiones internas y erosionar la legitimidad institucional. En otras palabras, mientras la ciberguerra interrumpe los flujos de información, la GC corrompe los marcos de interpretación que les dan sentido.

Esta distinción se hace más clara al analizar las capas de actuación que estructuran el conflicto digital contemporáneo. Según Álvarez y Jiménez (2021), la ciberguerra golpea los sistemas de información y de gestión de información,

⁶¹ El acrónimo C3I (*Command, Control, Communications and Intelligence*) fue introducido por el DoD durante la Guerra Fría para describir el sistema integrado que permite a los mandos militares ejercer control operacional sobre las fuerzas militares. Con el avance de las tecnologías de la información y la incorporación de sensores, vigilancia satelital y sistemas computacionales, el concepto evolucionó hacia C4ISR (*Command, Control, Communications, Computers, Intelligence, Surveillance and Reconnaissance*), y reflejó una estructura más compleja y digitalizada de mando y control. Esta evolución evidencia cómo la infraestructura informacional se ha convertido en el eje operativo de la guerra moderna y, simultáneamente, en un blanco prioritario de las operaciones cibernéticas y cognitivas (Libicki, 1995).

mientras que la GC ataca directamente los sistemas de decisión. En los ataques cibernéticos, independientemente de su objetivo final, la acción suele iniciarse en la capa técnica, donde el blanco son los sistemas físicos o electrónicos, con efectos medibles como la sobrecarga de servidores, la corrupción o borrado de datos, y la interrupción de redes. En una segunda capa funcional, el propósito ya no es destruir, sino alterar los procesos de transferencia, almacenamiento, enrutamiento o fusión de información, afectando la coherencia y sincronización del sistema. Finalmente, en la capa decisional, propia de la GC, el objetivo es influir en el uso e interpretación de la información, moldeando percepciones, emociones, opiniones o comportamientos de los individuos y colectivos que toman decisiones.

Esta arquitectura escalonada permite comprender cómo los efectos de una capa pueden propagarse hacia las siguientes; es decir, un ataque técnico (por ejemplo, interferencia de comunicaciones) puede generar un efecto funcional (pérdida o retraso en la transferencia de información) y, a su vez, un efecto decisional (error o demora en la toma de decisiones). Sin embargo, esta relación no siempre es lineal. Un ataque puede dirigirse directamente a la capa decisional sin producir efectos técnicos o funcionales, como sucede en una campaña de propaganda o desinformación, donde el sistema de información actúa solo como vehículo y el verdadero objetivo es el decisor. En estos casos, los efectos materiales son nulos, pero las consecuencias cognitivas pueden ser devastadoras: confusión, desconfianza o parálisis en el liderazgo del adversario.

En consecuencia, la diferencia estratégica entre la ciberguerra y la GC radica en el nivel donde se busca producir el efecto decisivo, ya que la primera degrada los sistemas, la segunda manipula las mentes. y cuando la sociedad del rival pierde confianza en sus instituciones, su cohesión social se fractura y su legitimidad se erosiona de forma persistente, el colapso puede producirse incluso sin una derrota militar convencional. En ello reside la singularidad del dominio cognitivo en guerras de quinta generación, donde el éxito no se mide por objetivos destruidos o redes neutralizadas, sino por la captura de creencias, emociones y decisiones que inclinan el curso del conflicto (Tabla 8).

Tabla 8. Capas del conflicto informacional y cognitivo: de lo técnico a lo decisional

Capa	Definición operacional	Objetivo estratégico del ataque	Tipo de efectos generados	Ejemplo típico	Vínculo con la guerra cognitiva
1. Capa técnica	Nivel físico o electrónico donde se alojan los sistemas de información y comunicación (<i>hardware</i> , redes, sensores, servidores).	Negar, degradar o destruir el funcionamiento de sistemas y redes mediante acciones directas sobre la infraestructura.	Efectos técnicos: interrupción, sobrecarga, corrupción o pérdida de datos.	Ataque DDoS a sistemas de defensa o sabotaje de infraestructura crítica (p. ej., <i>Stuxnet</i> , 2010).	Proporciona el <i>soporte material</i> desde el cual se ejecutan las operaciones de influencia.
2. Capa funcional	Nivel lógico y procesual encargado de la gestión, transferencia, almacenamiento y fusión de información.	Alterar la coherencia y sincronización de los flujos informativos; distorsionar la arquitectura de mando y control.	Efectos funcionales: retrasos, errores de enrutamiento, pérdida de coherencia en la información disponible.	Manipulación de señales o <i>spoofing</i> de sistemas de navegación y comunicación.	Actúa como <i>puente operativo</i> entre la infraestructura técnica y el plano cognitivo.
3. Capa decisional	Nivel donde la información se interpreta, evalúa y traduce en decisiones políticas, militares o sociales.	Moldear percepciones, emociones y juicios; inducir errores, apatía o fractura moral.	Efectos decisionales: desconfianza, polarización, parálisis o colapso cognitivo.	Campañas de desinformación, propaganda o influencia algorítmica (p. ej., <i>Cambridge Analytica</i> , 2016).	Constituye el <i>núcleo de la guerra cognitiva</i> , donde el control se ejerce sobre las mentes y no sobre los sistemas.

Fuente: Elaboración propia con base en Álvarez y Jiménez (2021)

Como se observa en la Tabla 8, las capas no son compartimentos estancos, sino niveles dinámicamente interconectados que pueden ser atacados de forma secuencial o directa. La evolución de la guerra digital demuestra que el dominio cognitivo emerge como la síntesis de estos tres niveles, es decir, el punto donde las operaciones técnicas y funcionales alcanzan su propósito estratégico al influir en la mente humana. Así, la supremacía en el siglo XXI no depende de la superioridad tecnológica *per se*, sino de la capacidad para traducir la información en control cognitivo.

Esta convergencia entre niveles operativos revela que ningún dominio actúa de forma independiente. Los efectos técnicos o funcionales pueden amplificarse a través de narrativas que operan en el plano cognitivo, del mismo modo que las acciones físicas pueden generar impactos perceptuales cuando son mediatizadas.

Así, la guerra moderna debe entenderse como un sistema multidominio, en el que las líneas entre lo físico, informacional y mental se difuminan en un solo teatro de operaciones interconectado. En efecto, los dominios físicos de la guerra (históricamente asociados con la guerra convencional), mantiene su relevancia, pero también se ha integrado en este entramado tripartito. Las operaciones en tierra, mar, aire o espacio pueden convertirse en estímulos visuales que desencadenan efectos cognitivos a través de su transmisión mediática. Por ejemplo, las protestas sociales (sean espontáneas o inducidas), constituyen acciones en el dominio físico que, al ser difundidas por medios y redes digitales, se transforman en operaciones informacionales con impacto cognitivo. Las manifestaciones en Colombia entre 2020 y 2021 ilustran este proceso, en donde imágenes de enfrentamientos, difundidas masivamente en plataformas sociales, moldearon percepciones nacionales e internacionales sobre legitimidad, represión y protesta, produciendo efectos políticos que trascendieron los hechos materiales.

Esta interconexión entre los dominios físico, cibernético y cognitivo explica por qué la guerra contemporánea debe entenderse como un sistema multidominio. Los eventos en el terreno generan imágenes y narrativas que circulan en el ciberespacio y que, finalmente, inciden sobre la mente colectiva (Domke et al., 2002). Estudios en comunicación política han demostrado que las fotografías y videos incrementan la respuesta emocional y fijación de preferencias políticas (Soroka et al., 2016). En consecuencia, los actores estratégicos pueden orquestar operaciones físicas diseñadas para producir material mediático o incluso generar *deep-fakes* (imágenes y videos falsificados), con el fin de obtener el mismo efecto.

Según Hansen (2021), los Estados están invirtiendo crecientes recursos en el estudio y la integración de estos tres dominios, conscientes de que su interdependencia define tanto las oportunidades como las amenazas de la guerra contemporánea. En el pensamiento militar ruso, por ejemplo, la noción de guerra híbrida se interpreta como la coordinación sistemática de operaciones simultáneas en los ámbitos físico, cibernético y cognitivo, ejecutadas por debajo del umbral del conflicto armado directo, pero capaces de debilitar progresivamente al adversario. Desde esta perspectiva, la mente humana ya no es el espectador pasivo de la guerra, sino su campo de batalla más disputado.

De este modo, el dominio cognitivo se consolida como el sexto dominio de la guerra contemporánea. Varios miembros de la OTAN, como Polonia y España, han reconocido formalmente la existencia del dominio cognitivo dentro de sus marcos

operacionales⁶². China y Rusia han avanzado en la conceptualización y práctica de la GC como núcleo de sus estrategias de influencia. Según Yun y Luna (2023), el Ejército Popular de Liberación de China considera el dominio cognitivo como “el campo de batalla principal del siglo XXI, donde la victoria se logra en la mente del enemigo antes de que empiece la guerra” (p. 2). Este enfoque combina el uso de redes sociales, IA y campañas de información para erosionar la cohesión social de los adversarios y reforzar la narrativa global del ascenso pacífico de China. Asimismo, Rusia ha incorporado el dominio cognitivo dentro de su doctrina de *informatsionnoye protivoborstvo* o confrontación informativa. Como explica Fridman (2022b), la Federación Rusa entiende la GC como “la capacidad de afectar las estructuras mentales del adversario, su cultura estratégica y su sistema de valores” (p. 118).

En el caso estadounidense, la discusión se ha centrado en torno a la noción del “dominio humano”, una categoría propuesta por el U.S. Army Training and Doctrine Command (TRADOC) para integrar los factores cognitivos, culturales y sociales que influyen en la guerra moderna. TRADOC (2014) define este ámbito humano como “el entorno en el que se manifiestan las dimensiones físicas, informacionales, sociales y cognitivas de la conducta humana, y donde los actores compiten por influir y ejercer control” (p. 3). A diferencia del dominio cognitivo, centrado en los procesos mentales y emocionales, el dominio humano tiene un alcance más amplio, al incluir factores demográficos, culturales, lingüísticos y religiosos. En términos doctrinales, el *human domain* pretende unificar capacidades dispersas (como inteligencia humana (HUMINT), operaciones psicológicas, asuntos civiles y diplomacia pública), bajo un marco común de influencia integral⁶³ (Herbert, 2014).

En contraste, la doctrina militar colombiana, particularmente el Manual Fundamental Conjunto MFC-1.0 (Centro de Doctrina Conjunta, 2018), no reconoce

⁶² La doctrina militar conjunta española evita emplear el término dominio y utiliza en su lugar la categoría de ámbitos de operación, definidos como “los espacios físicos y no físicos, con características propias y diferenciadas, que condicionan las actitudes y procedimientos de los medios, fuerzas y capacidades que deben operar en ellos” (Ministerio de Defensa, 2018, p. 78). En este marco, España reconoce cinco ámbitos: terrestre, marítimo, aeroespacial, cognitivo y ciberespacial. El ámbito cognitivo se describe como “un ámbito intangible inherente al ser humano, considerado de forma individual, socializada u organizada, y consustancial a su capacidad de juicio y toma de decisiones” (Ministerio de Defensa, 2018, p. 81), lo que evidencia un reconocimiento explícito del pensamiento y la percepción como espacios operativos de confrontación.

⁶³ No obstante, la delimitación conceptual entre ambos sigue siendo objeto de debate. Mientras que el dominio cognitivo busca modelar los procesos internos de pensamiento, emoción y decisión, el dominio humano se orienta a comprender y operar sobre el conjunto de sistemas sociales en los que esas cogniciones se producen y amplifican. La OTAN, consciente de esta interdependencia, ha preferido referirse a la *cognitive dimension* dentro del *human domain*, en lugar de consagrar un nuevo dominio formal (NATO STO, 2023).

aún el dominio cognitivo dentro de su marco de referencia operacional, manteniendo la estructura clásica de cinco dominios (cuatro físicos y uno virtual). Esta omisión doctrinal plantea implicaciones estratégicas relevantes, ya que mientras no se conceptualice el dominio cognitivo como un espacio autónomo (o, al menos, como una dimensión transversal), no se desarrollarán los manuales, programas de entrenamiento ni las capacidades operativas necesarias para afrontarlo. En consecuencia, Colombia corre el riesgo de quedar rezagada frente a este nuevo carácter y conducción de la guerra moderna que define la guerra de quinta generación, donde la mente humana se ha convertido en el terreno decisivo de la confrontación estratégica.

En resumen, la guerra de quinta generación constituye una nueva categoría tipológica⁶⁴ destinada a capturar la transformación contemporánea del conflicto, donde la información, la emoción y la percepción reemplazan al territorio como centro de gravedad estratégico. Su objetivo ya no es la destrucción física del adversario, sino la implosión interna de su cohesión social, legitimidad y voluntad política. Álvarez et al. (2017) sostienen que la guerra de quinta generación se define por un mecanismo de derrota inédito, que no busca aniquilar al enemigo ni desgastarlo materialmente, sino desorganizar sus procesos mentales y decisionales hasta inducir la descomposición de su sistema político desde dentro. Este desplazamiento del poder hacia el plano inmaterial refleja, según Henschke (2025), una tendencia global en la que la guerra se libra en la mente humana antes que en el campo de batalla.

Este desplazamiento del centro de gravedad estratégico (desde la destrucción material hacia la implosión cognitiva del adversario) no se produjo de manera abrupta, sino a través de un proceso histórico acumulativo en el que las prácticas de influencia fueron ganando profundidad psicológica y alcance estratégico. A lo largo de este *continuum*, la información pasó de ser un instrumento auxiliar de la guerra a convertirse en su entorno estructurante, y finalmente en el propio objeto

⁶⁴ Algunos académicos (Echevarría, 2005; Gray, 2006) sostienen que la guerra de quinta generación es más un recurso retórico que un modelo operativo, ya que se solaparía con categorías conceptuales como la guerra híbrida (Hoffman, 2007) o la guerra irrestricta (Liang & Xiangsui, 1999). No obstante, lo híbrido y lo cognitivo no deben entenderse como categorías excluyentes, ya que mientras la primera describe la fusión de medios convencionales e irregulares en un mismo teatro de operaciones, la segunda apunta a un desplazamiento del centro de gravedad de la guerra hacia la mente, la percepción y la legitimidad social. En este sentido, la guerra de quinta generación no sustituye al concepto de guerra híbrida, sino que lo reubica en una lógica más amplia en la cual lo cognitivo se convierte en el objetivo decisivo. Asimismo, la noción de "guerra irrestricta" puede entenderse como un marco teórico precursor, en la medida en que ya anticipaba la superación de las fronteras entre lo militar, lo económico, lo informacional y lo cultural, y preparó el terreno conceptual para la centralidad de lo cognitivo en los conflictos contemporáneos.

de control. Con el fin de sistematizar esta evolución y clarificar las diferencias cualitativas entre propaganda, OPSIC, OI y GC, la Tabla 9 presenta una comparación analítica articulada a partir de los criterios del modelo de las cinco D, que permite observar cómo cada etapa redefine el dominio, el decisor y el mecanismo de derrota.

Tabla 9. Fases de la influencia estratégica: de la instrumentalidad a la cognición

Fase	Concepción de la información	Objeto principal de control	Mecanismo de influencia	Nivel de acción predominante	Efecto estratégico buscado
Instrumental	Insumo técnico y operativo para la conducción de la acción	Sistemas, procesos y flujos de datos	Optimización, transmisión eficiente, interrupción o protección de información	Técnico-operacional	Incrementar la eficiencia, reducir fricción, mejorar coordinación y velocidad
Persuasiva	Mensaje orientado a moldear actitudes y conductas	Emociones, creencias y moral de audiencias específicas	Propaganda, OPSIC, comunicación estratégica, encuadre narrativo	Psicológico-operacional	Influir en la voluntad, desmoralizar al adversario, legitimar la propia acción
Cognitiva	Entorno de control estratégico que produce significado	Procesos interpretativos, percepción de la realidad y toma de decisiones	Ingeniería narrativa, manipulación emocional, segmentación algorítmica, explotación de sesgos cognitivos	Cognitivo-estratégico	Implosión cognitiva: pérdida de coherencia, confianza y sentido compartido

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la Tabla 9, la evolución de las prácticas de influencia describe una trayectoria ascendente tanto en complejidad cognitiva como en ambición estratégica; en efecto, mientras la propaganda y las OPSIC operaban principalmente sobre la emoción colectiva y la moral táctica, y las OI sobre la arquitectura de decisión, la GC desplaza el foco hacia los procesos mentales que producen significado, orientan la interpretación de la realidad y sostienen la acción colectiva. Este tránsito expresa un cambio epistemológico fundamental (la información deja de entenderse como mera transmisión de señales para convertirse en objeto de intervención estratégica) y, al mismo tiempo, una reconfiguración ontológica del

conflicto, en la que la mente humana emerge como el terreno decisivo de la guerra contemporánea.

Por ende, el reconocimiento de la mente humana como nuevo campo de batalla ha impulsado a varias potencias a institucionalizar la dimensión cognitiva dentro de su arquitectura de defensa. Rusia y China han sido los actores que más lejos han llevado esta conceptualización, al incorporar la GC como núcleo de su pensamiento estratégico. Ambos Estados han pasado de considerar la información como un instrumento de apoyo a entenderla como el propio teatro de operaciones, desarrollando doctrinas donde la percepción, la emoción y la narrativa se conciben como armas de poder estatal.

Rusia y China: hegemonías cognitivas en la competencia global del siglo XXI

En la etapa cognitiva de la competencia estratégica, Rusia y China convergen en un patrón común: la integración orgánica de capacidades técnicas y psicológicas en fuerzas y conceptos operativos que actúan de forma continua en paz, crisis y guerra. Desde mediados de la década de 2010, ambas reorganizaron sus arquitecturas para fusionar ciber guerra, guerra electrónica e influencia con objetivos de desmoralización y dislocación decisional del adversario; en Rusia, ello cristalizó en tropas formalmente dedicadas a "operaciones de información", mientras que en China se reforzó el papel de unidades especializadas y se reubicaron funciones bajo estructuras de apoyo estratégico con énfasis en operaciones en línea y públicas. Esta reingeniería operacional bebe de corrientes doctrinales previas ("confrontación informacional" en el caso ruso y "Tres Guerras" en el chino), pero empuja el centro de gravedad hacia la "desintegración interna" del enemigo, un proceso de erosión sistémica que sustituye la destrucción física por la implosión cognitiva.

En el marco de las guerras de quinta generación, la victoria ya no depende de aniquilar al oponente en el campo de batalla, sino de inducir su colapso desde dentro, mediante la manipulación de sus percepciones, valores y cohesión social. El adversario ideal no es vencido, sino que se autodesintegra al perder la confianza en sus instituciones, su narrativa nacional y su capacidad de distinguir la verdad del artificio. Este mecanismo de derrota, basado en la saturación informacional y en el control de la atención, constituye la forma contemporánea de la guerra política

total: un conflicto sin umbral, donde la información actúa como vector de disolución y la mente se convierte en el nuevo teatro de operaciones.

Rusia: del control reflexivo al ecosistema híbrido de desinformación

Desde sus orígenes soviéticos, la concepción rusa del poder informacional se edificó sobre dos pilares doctrinales: la *dezinformatsiya* (desinformación) y las *aktivnye meropriyatiya* (medidas activas). Estos conceptos definieron una forma singular de entender la información, no como un simple medio neutro de transmisión, sino como una herramienta de manipulación cognitiva y dominio psicológico; en efecto, su propósito era modelar percepciones, inducir comportamientos y, sobre todo, condicionar el modo en que el adversario comprendía la realidad.

Las *medidas activas* constituían un conjunto coordinado de operaciones clandestinas que combinaban acciones de propaganda, espionaje, diplomacia encubierta, desinformación, falsificación de documentos y apoyo a movimientos o partidos extranjeros, con el fin de influir en los acontecimientos políticos sin recurrir a la fuerza militar. En ellas se consolidó la convicción de que la guerra podía librarse en la mente antes que en el campo de batalla. Ladislav Bittman (1985, 2017), quien participó en estas operaciones desde la inteligencia checoslovaca subordinada al KGB, describe cómo se institucionalizó una auténtica ciencia del engaño, articulada entre la psicología de masas, la inteligencia estratégica y el principio del *control reflexivo*, cuyo propósito era inducir al enemigo a tomar decisiones que favorecieran los intereses soviéticos mediante información cuidadosamente estructurada.

El término *dezinformatsiya*, que el propio Bittman (1985) identifica como invención del aparato soviético en los años veinte, no se limitaba simplemente a difundir falsedades. Su eficacia dependía de una fórmula más sofisticada, basada en la combinación calculada de verdad y mentira para producir una ilusión de coherencia, de modo que el receptor asumiera como propio el marco de interpretación diseñado por el emisor. Por ende, la desinformación era una forma de ingeniería perceptiva sustentada en el conocimiento de las vulnerabilidades culturales y cognitivas del adversario.

Magnúsdóttir (2019) demuestra que esta estructura no operaba en el vacío, sino sobre una ideología que transformó la información en una categoría moral. En el discurso soviético, la verdad política no derivaba de los hechos, sino de la dirección histórica del socialismo. Así, cualquier narrativa que favoreciera la causa comunista se consideraba verdadera por definición. En este contexto, el

antiamericanismo se convirtió en el eje moral del relato, otorgando a la *dezinformatsiya* un propósito existencial, orientado a deslegitimar a Estados Unidos como encarnación del capitalismo y fuente universal de corrupción ideológica.

Vladimir Lefebvre (1977) profundizó ese giro cognitivo al proponer una lógica algebraica de la conciencia, concebida como un sistema formal de toma de decisiones en el que la percepción, la ética y la acción se encuentran interrelacionadas. Lefebvre planteó que todo individuo, al enfrentarse a una situación, no actúa únicamente en función de los hechos objetivos, sino también de las representaciones mentales que elabora sobre sí mismo, sobre los demás y sobre cómo los demás lo perciben. En este modelo reflexivo, los actores no solo interpretan la realidad, sino que imaginan cómo el adversario la interpreta, y a su vez cómo el adversario imagina que ellos la interpretan. Surge así una cadena recursiva de percepciones de segundo y tercer orden ("yo pienso que él piensa que yo pienso"), que constituye la base cognitiva de la manipulación estratégica.

Desde esta perspectiva, el control de la información deja de ser una simple cuestión técnica y se convierte en un problema moral y psicológico, pues influir en las creencias de un sistema humano equivale a modificar su comportamiento. Posteriormente, Lefebvre (2001) formalizó la relación entre información, ética y conducta estratégica mediante modelos matemáticos que describen cómo los valores morales y los flujos informativos interactúan para determinar las decisiones individuales y colectivas. Alterar la información, en consecuencia, no solo cambia la percepción del entorno, sino que reconfigura el equilibrio interno de un sistema cognitivo, desplazando sus criterios de verdad, justicia o legitimidad. Este planteamiento sentó las bases teóricas del llamado *reflexivnoe upravlenie* (control reflexivo), que influenciaría significativamente el pensamiento estratégico soviético y, luego, ruso sobre la GC.

El concepto militar de *control reflexivo* derivó de estas premisas teóricas. Se definió como la capacidad de inducir al adversario a tomar decisiones ventajosas para el emisor mediante la transmisión selectiva de información verosímil (Thomas, 2004). A diferencia de la *perception management* occidental, el enfoque soviético no buscaba influir en la opinión pública, sino dirigir el proceso de decisión del enemigo alterando su marco interpretativo desde dentro. La gestión de la percepción, desarrollada en el ámbito estadounidense durante la Guerra Fría y formalizada por el Departamento de Defensa en los años ochenta, se entiende como el conjunto de acciones destinadas a transmitir o negar información con el fin de influir en las emociones, motivaciones y razonamientos de audiencias específicas,

tanto enemigas como neutrales o aliadas. Su objetivo principal no es manipular directamente las decisiones estratégicas del adversario, sino configurar su percepción global del entorno, de la intención y de la capacidad del propio actor. En la práctica, combina elementos de propaganda, OPSIC, desinformación, diplomacia pública y relaciones estratégicas con los medios, constituyendo un instrumento de persuasión más que de engaño operativo.

Mientras la gestión de la percepción se basaba en la comunicación estratégica y la gestión narrativa (buscando moldear la interpretación que el adversario o la audiencia hace de la realidad), el control reflexivo apuntaba a un nivel más profundo: modificar el propio proceso cognitivo y decisional del oponente. En términos contemporáneos, podría decirse que el primero actúa sobre el "qué se piensa", y el segundo sobre el "cómo se piensa". Pues bien, Thomas (2004) demuestra que el control reflexivo se incorporó en la doctrina militar soviética desde 1960, integrando *maskirovka* (engaño militar), propaganda y OPSIC en un mismo sistema de interferencia cognitiva. Desde entonces, la información dejó de ser un insumo para el mando y se convirtió en un vector de mando en sí misma, capaz de reconfigurar la mente enemiga. Lefebvre (2001) sostenía que toda influencia eficaz se apoya en una estructura lógica de la verdad y en una justificación moral del engaño, idea que el aparato soviético convirtió en principio operativo. La *dezinformatsiya* y el control reflexivo se fusionaron así en una estrategia de ingeniería cognitiva cuyo objetivo no era solo controlar el flujo de información, sino reconstruir la arquitectura de la conciencia para que el adversario pensara dentro de los límites impuestos por el manipulador.

Así, este sistema no se aplicó solo hacia el exterior; en el interior del bloque soviético, las medidas activas se transformaron en una pedagogía política de masas destinada a reforzar la sensación de asedio ideológico y moral y a consolidar la hegemonía cognitiva del Partido. La propaganda, la censura y la vigilancia informativa convergieron en un dispositivo único de control del pensamiento, mediante el cual el Estado definía los límites de lo decible y lo pensable. En este sentido, la URSS desarrolló una auténtica ingeniería de la percepción, donde el arte, la literatura y la educación operaban como tecnologías de legibilidad social.

Como explica Papazian (2013), el realismo socialista no fue meramente una estética doctrinal, sino una técnica de visibilidad y de control cognitivo que buscaba hacer legible la sociedad a los ojos del Partido. La propaganda soviética no se limitaba a difundir mensajes, sino que pretendía formatear la subjetividad, eliminar la ambigüedad interpretativa y codificar las emociones dentro de un marco moral

binario: heroísmo o traición, progreso o desviación. La obra artística (el cartel, la novela, la película), funcionaba como una gramática perceptiva que enseñaba a ver, sentir y comprender el mundo bajo la lógica de la ideología comunista. En consecuencia, la propaganda soviética puede entenderse como una forma de alfabetización emocional dirigida desde el poder, cuyo objetivo no era solo informar, sino estructurar la sensibilidad colectiva y convertir el pensamiento en una práctica disciplinada.

De este modo, la URSS convirtió la percepción del enemigo externo en un principio organizador de la conciencia colectiva, sentando las bases de un paradigma que aún pervive en la Federación Rusa contemporánea, basado en la convicción de que la información no solo comunica hechos, sino que configura la realidad y determina quién ejerce el poder⁶⁵. Este legado explica por qué la actual doctrina rusa de GC representa la continuación natural de las medidas activas; por consiguiente, la manipulación mediática y ciberataques no constituyen innovaciones radicales, sino la actualización tecnológica de una tradición histórica que convirtió el engaño en método de gobierno y la percepción en territorio estratégico (Darczewska, 2014; Giles, 2016; Jasper, 2020).

Tras el colapso de la URSS, la Federación Rusa heredó no solo los instrumentos técnicos de propaganda, sino también una epistemología del control que concebía la información como fundamento del poder. La crisis económica y política de los años noventa no desarticuló ese paradigma; por el contrario, lo reorientó hacia la preservación del Estado en un contexto de vulnerabilidad interna y expansión mediática global. La apertura al modelo capitalista y a los medios occidentales generó una profunda sensación de exposición cultural. Para la élite rusa, la nueva guerra ya no se libraba entre sistemas ideológicos cerrados, sino entre ecosistemas de información donde el dominio narrativo equivalía a la soberanía.

En ese marco surgió el concepto de *informatsionnoye protivoborstvo*, traducido como “confrontación informacional”. Este término, empleado desde la década de 1990 en manuales militares y académicos rusos, definía la información como un dominio operativo permanente, comparable a la tierra, el mar o el aire. Giles

⁶⁵ La “percepción de asedio” constituyó uno de los pilares del discurso propagandístico soviético. Magnúsdóttir (2019) muestra que, desde la posguerra, la propaganda estatal retrató a Estados Unidos y al capitalismo occidental como una amenaza permanente, no solo militar sino moral, destinada a corromper el espíritu socialista. Bittman (1985) describe cómo los órganos de inteligencia y propaganda amplificaron esa narrativa de vulnerabilidad colectiva para justificar la vigilancia interna y fortalecer la obediencia ideológica. Darczewska (2014) señala que esta construcción discursiva sobrevivió a la URSS y reaparece en la retórica estratégica contemporánea de la Federación Rusa, bajo la idea de “asedio informacional” de Occidente.

(2016) explica que la doctrina rusa entiende la confrontación informacional como un estado continuo de competencia, en el cual los medios, la cultura y la tecnología funcionan como armas de largo alcance capaces de modelar percepciones nacionales e internacionales. No se trata únicamente del uso de la propaganda, sino de una estrategia multidimensional que integra guerra cibernética, OPSIC y diplomacia mediática en un solo campo cognitivo.

Jasper (2020) señala que la doctrina rusa distingue entre dos niveles complementarios. El primero es el nivel informacional-técnico, asociado a los diferentes sistemas digitales, redes de comunicaciones y capacidades cibernéticas ofensivas y defensivas. El segundo es el nivel informacional-psicológico, orientado a influir en las emociones, las creencias y la toma de decisiones del adversario. En conjunto, ambos niveles reproducen la lógica del control reflexivo de Lefebvre (1977) en un entorno tecnológico más complejo, donde los algoritmos reemplazan a los agentes humanos en la gestión de la percepción. Durante la presidencia de Vladímir Putin, esta visión se consolidó en el discurso oficial y en la estructura del poder estatal. La información fue reconocida como un recurso estratégico equiparable al gas, al petróleo o al armamento nuclear, y el ciberespacio pasó a ser considerado un campo de maniobra política y militar. Como señala Darczewska (2014), el Kremlin adoptó un modelo centralizado de planificación informacional que unifica seguridad nacional, diplomacia y comunicación estratégica. Este proceso transformó los antiguos métodos de *maskirovka* y de medidas activas en políticas de Estado orientadas a controlar tanto la narrativa interna como la percepción internacional de Rusia.

Lilly (2022) y Matthews et al. (2021) observan que esta evolución coincidió con la expansión de internet y el auge de los medios digitales, brindándole a Moscú nuevas herramientas para aplicar su doctrina. La red global, concebida en Occidente como un espacio abierto, se convirtió en un entorno ideal para las estrategias rusas de manipulación y desinformación, debido a su naturaleza descentralizada, su exceso de información y la dificultad de atribuir responsabilidades. En este nuevo escenario, el control reflexivo se automatizó, ya que los *bots*, granjas de troles y medios estatales coordinados reprodujeron la antigua lógica soviética, pero a escala global y con alcance inmediato.

Así, la doctrina de la confrontación informacional estableció la continuidad entre la herencia soviética y la GC contemporánea. Es decir, lo que en el siglo XX fue una práctica de propaganda estructurada se convirtió, en el XXI, en un sistema digital de control perceptivo. Rusia redefinió la información como un dominio de poder

total, donde las fronteras entre guerra y paz, verdad y ficción, interno y externo se desdibujan. En este nuevo teatro de operaciones, la mente colectiva reemplaza al territorio físico como objetivo estratégico, y la victoria ya no se mide en conquistas materiales, sino en la capacidad de imponer una interpretación dominante del mundo.

La invasión y anexión de la península de Crimea en 2014 representó el punto de inflexión que transformó la confrontación informacional rusa en una doctrina operacional integrada. Darczewska (2014) describe la campaña de Crimea como el primer caso contemporáneo en el que Rusia utilizó de manera sincronizada operaciones militares limitadas, manipulación mediática, ciberataques y desinformación estratégica para obtener resultados políticos decisivos sin desencadenar una guerra abierta. La operación rusa fue concebida como un teatro cognitivo en el que la narrativa precedía a la acción, ya que mientras las tropas sin insignias ocupaban el territorio, una ofensiva mediática negaba la intervención, presentaba la anexión como un acto de autodeterminación y explotaba los marcos históricos del pan-russianismo y la protección de las minorías. De acuerdo con Giles (2016), el Kremlin logró dominar el campo semántico antes que el mismo campo de batalla, inaugurando así la fase moderna de la guerra híbrida rusa. En clave teórica, Allegri (2023) interpreta la operación como un sistema adaptativo complejo de espectro completo, donde pequeñas intervenciones informacionales desencadenan efectos no lineales en legitimidad y comportamiento colectivo.

Entre 2014 y 2021, Moscú institucionalizó este modelo mediante una red de medios globales, plataformas digitales y actores paraestatales que extendieron la GC más allá del espacio postsoviético. El Global Engagement Center (2020, 2022) identifica a RT y Sputnik como los principales vectores de ese ecosistema⁶⁶, diseñados para operar bajo la apariencia de periodismo internacional pero orientados a amplificar narrativas de división, desconfianza y relativismo moral en las democracias occidentales. Lilly (2022) define esta estructura como una "constelación de influencia" compuesta por medios estatales, empresas tecnológicas y comunidades

⁶⁶ RT (Russia Today) y Sputnik News son medios de comunicación internacionales financiados y controlados por el Estado ruso a través de la agencia Rossiya Segodnya. Ambos fueron creados para proyectar la narrativa del Kremlin hacia audiencias extranjeras bajo el formato de periodismo global. Según el Global Engagement Center (2020, 2022), cumplen un papel central en el ecosistema de propaganda del Estado ruso, y actúan como "vectores de influencia" que mezclan información factual con contenido ideológico, promueven el relativismo moral y amplifican divisiones sociales en las democracias occidentales. RT fue fundado en 2005 como canal de televisión multilingüe, mientras que Sputnik se lanzó en 2014 como plataforma digital y radio internacional, ambos con misiones explícitas de presentar la perspectiva rusa y romper el monopolio informativo occidental.

digitales vinculadas a agencias gubernamentales, cuya eficacia radica en la coordinación transmediática y en la capacidad de manipular algoritmos de visibilidad.

Además de su proyección exterior, el ecosistema opera con un bucle interno de control. Topor y Tabachnik (2021) señalan que la distribución internacional del mensaje está acoplada a un régimen doméstico de gobernanza informacional que combina regulación, cooptación mediática y represión selectiva para asegurar coherencia narrativa y velocidad de amplificación, de modo que la “exportación” del discurso solo es posible porque existe un andamiaje de control interno que lo estabiliza. En el escenario europeo, este vector se traduce en una estrategia de comunicación estratégica orientada a metas políticas concretas, con objetivos, medios y métricas claramente definidos (Godzimirski, 2021); y en lo concerniente a la instrumentalización de medios para fines de política exterior, Mareš (2021) y Petraitis (2021) añaden que la llamada “doctrina rusa” opera como un dispositivo para maximizar la eficiencia de la GC, alineando élites políticas, recursos estatales y herramientas mediáticas.

En América Latina, la proyección de la GC rusa adopta una arquitectura híbrida caracterizada por la combinación de centralización estratégica y ejecución descentralizada. Un informe reciente de la *Digital News Association* (DNA), documenta la existencia de una red sistemática de influencia compuesta por más de 1.000 influenciadores, periodistas y creadores de contenido entrenados en la región, junto con aproximadamente 200 operadores hispanohablantes que actúan desde Rusia para amplificar los mensajes hacia audiencias latinoamericanas (El Colombiano, 4 de abril de 2026). Este hallazgo evidencia que las campañas no dependen exclusivamente de bots o automatización, sino que incorporan actores reales con legitimidad social, lo que incrementa significativamente la eficacia cognitiva de las operaciones .

Este ecosistema se articula en torno a medios estatales rusos como RT en Español y Sputnik Mundo, que funcionan como plataformas de entrenamiento, producción y difusión de contenido estratégico. Según el mismo informe, estas redes concentran una audiencia de gran escala (más de 18 millones de seguidores en Facebook y más de 6 millones en YouTube), y se complementan con al menos 16 sitios web diseñados para simular medios informativos legítimos, lo que permite insertar narrativas dentro de entornos aparentemente orgánicos. En este sentido, la arquitectura de influencia no opera como un sistema cerrado, sino como un entramado distribuido que combina medios oficiales, plataformas digitales y actores locales en una lógica de difusión transmediática.

Desde una perspectiva operacional, esta estrategia se sostiene en lo que puede conceptualizarse como un mecanismo de “lavado informacional”, mediante el cual contenidos generados o impulsados desde el aparato mediático ruso son reinterpretados, editados y redistribuidos por intermediarios regionales para adquirir apariencia local. El informe de la DNA identifica que estas campañas no buscan imponer narrativas homogéneas, sino adaptarse a los contextos políticos de cada país, explotando marcos discursivos preexistentes (como el antiimperialismo o el anticolonialismo) para maximizar su resonancia cognitiva. Este proceso incluye tácticas específicas como la manipulación emocional, la selección sesgada de hechos, la difusión de teorías conspirativas, la generación de falsas equivalencias y la amplificación de posiciones extremas, todas orientadas a tres objetivos estratégicos: polarizar, erosionar la confianza institucional y fragmentar el tejido social .

En términos estructurales, este modelo confirma una mutación crítica en la GC contemporánea: la influencia ya no se proyecta únicamente desde centros de poder, sino que se internaliza en los ecosistemas sociales de producción de sentido. América Latina emerge así como un espacio estratégico donde las operaciones de influencia se integran en redes locales de comunicación, diluyendo la frontera entre información, opinión y manipulación. En este contexto, la región puede interpretarse como un laboratorio de experimentación cognitiva en el que actores externos ensayan formas avanzadas de intervención informacional adaptadas a entornos mediáticos abiertos, fragmentados y altamente politizados.

Un caso particularmente revelador de esta arquitectura de influencia se observa en Argentina, donde investigaciones recientes han documentado la operación de redes encubiertas vinculadas a estructuras de inteligencia rusas. Un reportaje de *Forbidden Stories* revela que, en 2024, una red conocida internamente como “The Company”⁶⁷ habría destinado aproximadamente US\$ 280.000 para financiar la publicación de cerca de 250 artículos en más de 20 medios argentinos, con el objetivo de influir en la opinión pública y afectar dinámicas políticas internas (*Forbidden Stories*, 2025). Esta operación no solo buscaba desacreditar al gobierno de Javier Milei y debilitar el apoyo a Ucrania, sino también introducir narrativas falsas (como un supuesto conflicto militar entre Argentina y Chile), evidenciando un uso deliberado de la desinformación como instrumento de manipulación estratégica.

⁶⁷ Asociada inicialmente al entorno del Grupo Wagner y posteriormente al Servicio de Inteligencia Exterior ruso (SVR).

Desde el punto de vista operacional, el caso argentino ilustra un grado avanzado de sofisticación en las técnicas de GC. Las investigaciones identificaron el uso sistemático de “periodistas fantasma” (*ghost journalists*), identidades ficticias (algunas generadas mediante inteligencia artificial), utilizadas para firmar artículos y facilitar la inserción de contenidos en medios legítimos. Asimismo, se detectaron mecanismos de intermediación opaca, pagos encubiertos y la reutilización de contenidos a través de múltiples plataformas, lo que permitió amplificar las narrativas sin revelar su origen. Este modelo confirma que la influencia ya no se limita a la difusión de propaganda, sino que implica la infiltración estructural del ecosistema mediático, donde los contenidos se integran en circuitos informativos existentes, adquiriendo legitimidad y capacidad de impacto político.

En conjunto, estas dinámicas pueden interpretarse como una manifestación contemporánea del concepto ruso de control reflexivo, entendido como la capacidad de influir en el proceso de toma de decisiones del adversario mediante la manipulación sistemática de su percepción de la realidad. A diferencia de la propaganda tradicional, cuyo objetivo es persuadir, el control reflexivo busca inducir al oponente a adoptar decisiones funcionales a los intereses del actor que ejecuta la operación, sin que este perciba la intervención. En este sentido, las campañas desplegadas en América Latina no constituyen esfuerzos aislados de desinformación, sino componentes de una arquitectura estratégica orientada a modelar el entorno cognitivo en el que se producen las decisiones políticas y sociales.

El ecosistema descrito (que integra medios estatales, redes de influenciadores, plataformas digitales y operaciones encubiertas) puede entenderse como un sistema operacional de control reflexivo en múltiples niveles. A nivel táctico, manipula percepciones individuales mediante contenidos emocionales y polarizantes; a nivel operacional, reconfigura marcos interpretativos colectivos al insertar narrativas coherentes con identidades políticas preexistentes; y a nivel estratégico, busca alterar el comportamiento de Estados al erosionar la legitimidad institucional, fragmentar el consenso interno y condicionar decisiones de política exterior. En este esquema, el objetivo no es simplemente convencer, sino estructurar el espacio cognitivo del adversario de tal manera que sus decisiones emerjan dentro de un marco previamente condicionado.

Desde esta perspectiva, la GC contemporánea puede entenderse como la evolución operacional del control reflexivo en entornos digitalizados y algorítmicamente amplificados. La descentralización de la influencia, la utilización de actores locales y la integración de tecnologías emergentes no sustituyen este principio,

sino que lo potencian, permitiendo intervenir de forma más precisa, escalable y difícil de atribuir en los procesos de construcción de significado. América Latina emerge así como un espacio estratégico donde las operaciones de influencia no se imponen desde el exterior, sino que se internalizan en redes locales, configurando un entorno en el que la distinción entre información, opinión y manipulación se vuelve progresivamente difusa.

Paralelamente, el Kremlin perfeccionó el uso ofensivo del ciberespacio. Jasper (2020) documenta cómo la ciberguerra, mediante operaciones de intrusión, sabotaje y filtración de datos (como las realizadas por Fancy Bear o Sandworm), se integraron a las campañas de influencia estratégica, uniendo las dimensiones técnica y psicológica de la confrontación informacional. Estas acciones no buscaban únicamente interrumpir infraestructuras, sino también sembrar desconfianza en la veracidad de toda información. Sweet (2024) demuestra que los colectivos de intrusión rusos integran *ransomware*, filtraciones selectivas y *hack-and-leak* con campañas coordinadas de desinformación, creando efectos reales sobre logística, confianza pública y comportamiento electoral; su contribución clave es vincular lo digital con consecuencias materiales en la retaguardia civil y militar. La desinformación y la ciberguerra se convirtieron en instrumentos complementarios de una misma estrategia de erosión cognitiva.

El caso de la guerra ruso-ucraniana a partir de 2022 consolidó ese paradigma. Akrap et al. (2022) sostienen que la ofensiva rusa combinó supremacía informacional, inteligencia estratégica y operaciones cibernéticas para desestabilizar al Estado ucraniano antes y durante la invasión. Un eje narrativo central de Moscú para justificar moralmente la invasión a Ucrania fue la mentira de la “desnazificación”, elemento estructurante de su arquitectura propagandística. Treyger et al. (2025) demuestran que esta narrativa constituye un marco de extremismo fabricado⁶⁸, diseñado para proyectar sobre Ucrania una imagen de amenaza existencial y legitimar, ante la opinión pública rusa e internacional, el uso de la fuerza bajo el pretexto de una cruzada antifascista⁶⁹.

⁶⁸ Treyger et al. (2025) emplean el concepto de *fabricated extremism frame* para describir una técnica de desinformación que consiste en atribuir falsamente ideologías extremistas al adversario con el fin de justificar acciones coercitivas y generar repudio moral. Este encuadre fabricado transforma el conflicto político o territorial en una lucha ética contra el mal, y facilita la movilización emocional interna y la manipulación de percepciones externas. En el caso ruso, la narrativa de la “desnazificación” constituye el ejemplo paradigmático de este mecanismo: un relato construido para dotar de legitimidad moral a la agresión y presentar a Rusia como fuerza liberadora ante un enemigo imaginariamente radicalizado.

⁶⁹ El uso del término “nazismo” como categoría acusatoria se ha extendido más allá del contexto ruso, y se ha convertido en un recurso retórico de deslegitimación política en distintos escenarios latinoamericanos. Diver-

El gobierno ruso reactivó deliberadamente los mitos de la Gran Guerra Patriótica, reinterpretando la historia soviética como una epopeya inacabada contra el nazismo y situando a Ucrania como heredera simbólica del enemigo derrotado en 1945. Esta operación semántica no solo distorsiona el pasado, sino que deshumaniza al adversario al equiparlo con el mal absoluto, anulando cualquier posibilidad de empatía o negociación. En el plano internacional, la retórica de la “desnazificación” actúa como un andamiaje semántico que sostiene otras líneas de desinformación: desde la acusación de genocidio en el Donbás hasta la demonización de la OTAN como amenaza neofascista. La eficacia del relato radica en su plasticidad moral, capaz de adaptar su contenido a distintos públicos y contextos culturales, articulando una gramática del miedo que combina victimismo, redención histórica y defensa civilizatoria. De este modo, el Kremlin no solo construye un enemigo externo, sino que reafirma su propio rol como poder redentor, reconfigurando la memoria colectiva rusa y consolidando un consenso interno en torno a la guerra como acto moralmente necesario.

Sin embargo, la reacción de Kiev alteró la ecuación. Helmus y Holynska (2024) explican que la sociedad ucraniana desarrolló un sistema de defensa cognitiva basado en transparencia gubernamental, cooperación entre medios y ciudadanía, y coordinación con plataformas tecnológicas occidentales. Kalenský y Osadchuk (2024) denominan a esta respuesta el modelo *beehive* (colmena), caracterizado por la descentralización, la adaptabilidad y el humor como armas de resistencia cultural frente al “mamut” ruso de propaganda masiva. Giles (2023) muestra que el humor, la ironía y la sátira se transformaron en herramientas de contra-información, capaces de neutralizar el miedo y fortalecer la moral colectiva frente al terror informacional.

Desde el lado ucraniano, la guerra confirmó que las tecnologías de información constituyen un multiplicador de poder. Bartnicki et al. (2023) detallan cómo la infraestructura digital (desde redes móviles y constelaciones satelitales hasta plataformas de mensajería), configuró un teatro de operaciones donde sensorización distribuida, *open-source intelligence* (OSINT) y coordinación civil-militar resultaron

Los líderes y movimientos de orientación populista o antioccidental recurren a esta analogía para demonizar a sus opositores, al atribuirles supuestas afinidades ideológicas con el fascismo o el imperialismo, y así presentarse como portadores exclusivos de una causa moralmente justa. Esta estrategia reproduce la lógica de la propaganda soviética y, más recientemente, del Kremlin: trasladar al adversario político la carga simbólica del mal absoluto, anulando el debate racional mediante la moralización del discurso. En este sentido, la acusación de “nazismo” opera como una arma semántica de polarización, orientada a fracturar la opinión pública y reforzar identidades políticas cerradas frente a un enemigo imaginario.

decisivas. Nyman (2021) denomina a este entorno “campo de batalla de los teléfonos inteligentes”⁷⁰, subrayando que la captura, edición y circulación instantánea de video reconfigura la temporalidad de la guerra y la gestión de la moral. Prokop (2023) sostiene que la agresión rusa produjo una redefinición funcional de las redes sociales en Ucrania. Plataformas como Telegram, Twitter/X y TikTok dejaron de ser meros canales de difusión para convertirse en infraestructura de movilización, verificación distribuida y diplomacia pública, con lógicas de *bottom-up framing*⁷¹ que reforzaron la resiliencia cognitiva frente a narrativas desestabilizadoras⁷².

La guerra en Ucrania también reveló el carácter global y distribuido del ecosistema ruso de desinformación. De acuerdo con el Global Engagement Center (2022), Moscú desplegó campañas simultáneas en América Latina, África y Asia con el fin de presentar su invasión como una respuesta defensiva a la expansión de la OTAN y reactivar sentimientos anticoloniales. En América Latina, los medios rusos replicaron narrativas de soberanía y multipolaridad, mientras en África, el Grupo Wagner combinó operaciones paramilitares con campañas de legitimación mediática para fortalecer regímenes afines y socavar la influencia occidental. Estas operaciones confirman la vigencia del principio soviético de las medidas activas, adaptado a la era digital y geopolíticamente ampliado al “Sur Global”, un proceso que, como explica Perkins (2018), constituye la resurrección funcional de la

⁷⁰ Nyman (2021) utiliza la expresión “campo de batalla de los teléfonos inteligentes” para describir la convergencia entre tecnología móvil, redes sociales y operaciones psicológicas en el conflicto contemporáneo. Según el autor, los dispositivos personales han transformado al ciudadano en sensor, emisor y receptor simultáneo de información bélica, y borran las fronteras entre combatiente y espectador. Cada imagen capturada, editada y difundida en tiempo real adquiere valor estratégico al influir sobre la moral, la empatía y la percepción de legitimidad de los actos militares. Este fenómeno convierte la atención colectiva en un recurso táctico y la viralidad en un vector de poder informacional. En consecuencia, el teléfono inteligente no solo documenta la guerra: la produce y la distribuye dentro del espacio cognitivo global.

⁷¹ El término *bottom-up framing* hace referencia a procesos de construcción narrativa que emergen desde la base social hacia los niveles institucionales o mediáticos, en contraposición al *top-down framing* característico de los Estados y las corporaciones de comunicación. En este modelo ascendente, los usuarios generan, reinterpretan y difunden marcos simbólicos que organizan la comprensión del conflicto, y transforman las redes sociales en espacios de producción colectiva de sentido más que de simple recepción de mensajes. En el caso ucraniano, este mecanismo permitió que la ciudadanía participara activamente en la definición del relato nacional y en la legitimación internacional de su causa, y desafió la hegemonía narrativa rusa mediante prácticas colaborativas de verificación y comunicación emocional.

⁷² Helmus y Holynska (2024) definen la *resiliencia cognitiva* como la capacidad de una sociedad para resistir, absorber y reinterpretar la desinformación sin perder cohesión interna ni confianza en sus instituciones. En el contexto ucraniano, esta resiliencia se nutre de la dinámica *bottom-up framing*, en la que la ciudadanía asume un papel activo en la producción y circulación de narrativas veraces, y fortalece la inmunidad colectiva frente a la manipulación informacional. Al descentralizar la comunicación estratégica, el Estado ucraniano logró transformar el ecosistema digital en una red adaptativa de defensa cognitiva, en la que la verificación ciudadana, el humor y la cooperación entre medios y plataformas tecnológicas constituyen los principales antidotos frente a la propaganda del Kremlin.

tradición soviética de manipulación política, ahora potenciada por las tecnologías de información y la diplomacia mediática. Tsybulenko y Kajander (2021) describen este despliegue como parte de un arsenal híbrido donde diversos instrumentos informacionales, jurídicos, económicos y paramilitares se combinan para degradar democracias y reconfigurar equilibrios regionales sin cruzar umbrales formales de guerra.

En el plano tecnológico, la integración de IA marca la evolución más reciente del modelo ruso. Un riesgo crítico en este sentido es la generalización de medios sintéticos; en efecto, Kalpokas y Kalpokiene (2021) advierten que la producción industrial de *deepfakes* y *cheapfakes* reduce el costo marginal del engaño, erosiona la atribución y fomenta entornos de frágil epistemología, condiciones óptimas para el ejercicio del control reflexivo algorítmico⁷³. Wallner et al. (2025) señalan que el Kremlin impulsa proyectos de automatización del contenido informativo, capaces de generar textos, imágenes y videos sintéticos con fines de manipulación emocional y saturación cognitiva. Esta tendencia apunta hacia una forma de control reflexivo algorítmico, donde los sistemas automatizados aprenden a replicar sesgos culturales y lingüísticos para maximizar la persuasión. La información deja así de ser un flujo dirigido por agentes humanos y se convierte en un entorno auto-organizado de desinformación asistida por máquinas.

Bugayova y Stepanenko (2025) describen este proceso como la transición de la guerra de información a la GC plena, cuyo objetivo ya no es convencer ni engañar, sino modificar las estructuras de atención, emoción y juicio de las sociedades adversarias. Por lo tanto, la manipulación algorítmica sustituye al engaño táctico, y la saturación informativa se convierte en arma estratégica. En esta nueva etapa, el poder se mide por la capacidad de dominar la percepción colectiva en tiempo real y de imponer marcos de interpretación en múltiples culturas y lenguas.

En conjunto, el periodo 2014-2024 muestra la madurez de una doctrina que unifica tradición soviética, pragmatismo postsoviético y tecnología digital. Rusia ha convertido la información en su principal instrumento de proyección de poder, combinando medios estatales, actores paraestatales, hackers, corporaciones

⁷³ Los *deepfakes* son contenidos audiovisuales generados mediante IA que utilizan redes neuronales (particularmente modelos de aprendizaje profundo) para sintetizar o alterar rostros, voces y gestos con apariencia verosímil, y dificultan la distinción entre lo real y lo fabricado. Por su parte, los *cheapfakes* (o *shallowfakes*) son manipulaciones más simples, elaboradas con herramientas convencionales de edición (como cortes de video, recontextualización o ralentización de imágenes), pero igualmente eficaces para distorsionar percepciones. Ambas modalidades amplían el espectro de la desinformación visual y erosionan la confianza en la evidencia empírica, al introducir una incertidumbre ontológica sobre la autenticidad de lo que se ve y se escucha.

tecnológicas y algoritmos de IA en un sistema híbrido de control cognitivo global. La GC rusa no busca aniquilar al enemigo, sino confundirlo; no destruye infraestructuras, sino significados; y no conquista territorios, sino conciencias. Como advierten Mölder y Shiraev (2021), este modelo se inscribe en una “guerra global del conocimiento”, donde la incertidumbre, el miedo y la manipulación informacional sustituyen a la fuerza física como ejes de la confrontación estratégica. En este nuevo entorno, el dominio ya no depende de la capacidad de fuego, sino del control sobre los imaginarios colectivos y sobre los flujos de información que estructuran la realidad percibida.

Así, la Federación Rusa ha logrado transformar la antigua *dezinformatsiya* en una forma de poder estructural, una diplomacia del engaño que opera simultáneamente en los niveles técnico, psicológico y simbólico del conflicto contemporáneo. Este paradigma anticipa la transición hacia un escenario aún más complejo, donde la manipulación cognitiva adquiere una escala sistémica y donde otros actores (especialmente China), reinterpretan y amplifican esta lógica en sus propias estrategias de control informacional y proyección global.

China: del poder discursivo a la guerra cognitiva algorítmica

A diferencia de la herencia soviética, la estrategia cognitiva de la República Popular de China se fundamenta en una concepción milenaria del poder que combina la filosofía de la guerra de Sun Tzu (2008) con la tradición política leninista del Partido Comunista Chino (PCCh). En esta síntesis, la información no solo constituye un instrumento de control, sino un elemento estructural de la armonía social y del orden político. Desde los primeros años de la República Popular, la doctrina maoísta de la “lucha en los dominios del alma” transformó la persuasión ideológica en un componente esencial de la seguridad nacional⁷⁴. Esta lógica se consolidó durante la informatización del Ejército Popular de Liberación (EPL) a partir de los años noventa, cuando el liderazgo chino reconoció que las guerras del futuro se definirían menos por la destrucción material que por el control de la percepción y la narrativa (Wortzel, 2014).

⁷⁴ La “lucha en los dominios del alma” es una expresión atribuida a la retórica maoísta posterior a la Revolución Cultural, derivada de los discursos sobre la transformación del pensamiento (*sixiang gaizao*) y el combate ideológico permanente. Mao Zedong concebía la guerra no solo como conflicto material, sino como una lucha moral y psicológica por la conciencia del pueblo. En textos como *Sobre la contradicción* (1937) y *Sobre la práctica* (1937), la “batalla del alma” designa el proceso mediante el cual la ideología comunista debía penetrar en la subjetividad del individuo hasta convertir la adhesión política en una forma de salvación espiritual. Esta concepción influyó en la estructura posterior del trabajo político del Ejército Popular de Liberación y sentó las bases de lo que hoy se denomina guerra psicológica y cognitiva (véase Wortzel, 2014).

Tras el fin de la Guerra Fría y la constatación de la abrumadora superioridad técnica y logística exhibida por Estados Unidos en la Guerra del Golfo, pensadores militares chinos concluyeron que la mera confrontación convencional resultaba insuficiente para equilibrar relaciones asimétricas de poder. De esa inquietud nació la doctrina conocida como *guerra sin restricciones*, propuesta por Qiao Liang y Wang Xiangsui (1999). Su tesis sostiene que la potencia estadounidense no reside únicamente en su capacidad bélica, sino en su dominio de estructuras financieras, infraestructuras de información, normas jurídicas internacionales y ecosistemas tecnológicos globales. En consecuencia, la respuesta estratégica debe ampliar el campo de batalla más allá del frente militar tradicional, integrando medidas económicas, legales, mediáticas y cibernéticas. Esta expansión conceptual convierte al conflicto en un fenómeno total y permanente, donde la acción indirecta, la manipulación de las reglas y la competencia por la legitimidad operan como instrumentos tan válidos como la fuerza física para obtener ventajas estratégicas (Atlan, 2023).

La guerra sin restricciones, además, ofrece una matriz operativa para traducir esa lógica total en prácticas concretas. En la dimensión informacional instaura la prioridad por el control del relato y la saturación cognitiva; en la jurídica promueve el uso instrumental de acuerdos y tribunales para deslegitimar al adversario; en la económica fomenta la coerción mediante dependencia y sanciones indirectas; y en la tecnológica impulsa la guerra cibernética y la explotación de vulnerabilidades digitales como medios de presión. La consecuencia es una estrategia combinatoria que disuelve los límites entre lo militar y lo civil y que concibe la victoria como la alteración permanente de la voluntad, la percepción y la capacidad de acción del adversario, más que como la mera destrucción de sus fuerzas militares (Wang, 2021).

En ese contexto surgió el concepto doctrinal de las *Tres Guerras*, formalizado por el Departamento de Estado Mayor del EPL en 2003⁷⁵. Según Lee (2014), este modelo tradujo al lenguaje militar la doctrina política de Mao sobre la unidad entre propaganda y acción, constituyéndose en un marco operativo para influir en la cognición del adversario y legitimar los objetivos estratégicos del régimen. La *guerra psicológica* busca debilitar la voluntad de resistencia mediante la manipulación emocional y la presión moral; la *guerra mediática* pretende controlar la agenda informativa internacional y definir los significados aceptables de los acontecimientos;

⁷⁵ Las Tres Guerras (三种战法, *Sān zhǒng zhàn fǎ*) agrupa tres dimensiones interdependientes de la guerra política: guerra psicológica, guerra mediática y guerra legal. Su finalidad es obtener ventajas estratégicas antes del combate físico, mediante la manipulación cognitiva del enemigo (Lee, 2014).

y la *guerra legal* busca reinterpretar el derecho internacional para favorecer los intereses de China y erosionar la legitimidad de sus oponentes. En conjunto, las Tres Guerras instauraron un paradigma de guerra política permanente donde el campo de batalla se desplazó hacia la mente humana.

De acuerdo con Fritz (2017), la evolución doctrinal del EPL se caracterizó por la integración progresiva entre guerra política, cibernética y psicológica, anticipando un modelo híbrido de operaciones informacionales en el que las fronteras entre paz y guerra resultan cada vez más difusas; esta visión se enmarca en lo que el propio PCC denomina *guerra informatizada*, donde el control del conocimiento, la comunicación y los datos se convierte en un multiplicador de poder⁷⁶. En palabras de Wortzel (2014), la informatización de la guerra en China no es meramente tecnológica sino cultural, ya que implica la articulación del control informativo con la ingeniería ideológica.

Con la llegada de Xi Jinping al poder, esta tradición se reconfiguró en torno a una noción aún más ambiciosa, el *poder discursivo*⁷⁷. Masaaki (2022) explica que Xi busca transformar a China en una “superpotencia del discurso”, capaz de moldear las narrativas globales y, con ello, el sentido mismo del orden internacional. A diferencia del *soft power* occidental, que se basa en la atracción cultural, el poder discursivo se apoya en la capacidad de imponer marcos interpretativos y significados normativos, por lo que su propósito no es tanto seducir, sino redefinir los términos del debate global, establecer qué se considera verdad y quién tiene autoridad para enunciarla. En esta estrategia, el lenguaje se convierte en un campo de batalla cognitivo, y la hegemonía semántica en un objetivo estratégico.

Wang (2021) complementa esta idea al mostrar cómo el internet chino, lejos de ser un espacio de libre intercambio, ha sido diseñado como una esfera pública

⁷⁶ El concepto de guerra informatizada (信息化战争, *xìnxī huà zhànzhēng*) designa la fase doctrinal del EPL que surgió tras la observación del modo estadounidense de hacer la guerra durante la Guerra del Golfo. Según Wortzel (2014) y Fritz (2017), este modelo reconoce que la superioridad militar depende de la capacidad para adquirir, procesar y explotar información en tiempo real, integrando sensores, sistemas de mando y redes digitales en un entorno unificado. La informatización implica que la información se convierte en el principal multiplicador de fuerza y en el eje de coordinación entre los dominios terrestre, aéreo, naval, espacial y cibernético. Para el EPL, la guerra informatizada no solo transforma la técnica del combate, sino la naturaleza misma de la confrontación, y desplaza el centro de gravedad hacia el control cognitivo y la superioridad en el ciclo decisión–acción.

⁷⁷ El *poder discursivo* (话语权, *huayu quan*) es una noción central en la estrategia de Xi Jinping, que describe la capacidad de definir los términos del debate global y establecer autoridad sobre la verdad aceptada. A diferencia del *soft power* (que busca atraer mediante valores culturales), el poder discursivo busca imponer marcos interpretativos, transformar los significados normativos y consolidar la hegemonía narrativa de China en los foros internacionales (Masaaki, 2022; Wang, 2021).

controlada, donde la comunicación política se articula dentro de una jerarquía discursiva que refuerza el monopolio ideológico del PCCh. La “soberanía discursiva” se convierte así en el equivalente digital de la soberanía territorial. Desde esta perspectiva, la censura no es solo un mecanismo de represión, sino una técnica de modelamiento moral y epistemológico, por lo cual el PCCh regula los límites de lo que “se dice” y “se piensa”, garantizando así que toda circulación de información contribuya a su legitimidad.

La doctrina del poder discursivo se apoya, además, en la articulación operativa de las Tres Guerras bajo un marco institucional unificado. Xi Jinping ha reestructurado el aparato de propaganda, el sistema jurídico y las unidades psicológicas del EPL para permitir su empleo integrado en tiempos de paz y guerra, con el fin de asegurar la supremacía cognitiva en cualquier escenario (Masaaki, 2022). En este sentido, la *guerra del dominio cognitivo*⁷⁸ no se limita solo a influir en las percepciones externas, sino que busca gobernar la cognición interna de la sociedad, unificando el pensamiento y eliminando la disidencia ideológica. Cheravitch (2024) advierte que este enfoque conserva la impronta de los comisarios políticos de la era maoísta, es decir, un sistema donde la verdad es inseparable de la lealtad y la psicología colectiva es un instrumento de mando político.

La dimensión internacional del poder discursivo se manifiesta en la expansión de un vasto ecosistema mediático controlado por el PCCh, como el People’s Daily, Xinhua, Global Times y China Global Television Network (CGTN); todos estos operan bajo la lógica de la propaganda transnacional, produciendo contenidos que aparentan independencia informativa pero responden a la narrativa oficial (Masaaki, 2022). Según Atlan (2023), esta estrategia forma parte de una “guerra irrestricta combinatoria”, donde los límites entre la comunicación política, la diplomacia, el espionaje y la guerra cibernética se diluyen. El objetivo es erosionar la credibilidad de los medios democráticos, introducir confusión moral y proyectar la imagen de un mundo multipolar en el que China aparece como garante de estabilidad frente al caos occidental.

Gershaneck (2020) identifica en este proceso la continuidad de la “guerra política” china, cuyo propósito es vencer sin combatir. Esta forma de conflicto no busca

⁷⁸ La *guerra en el dominio cognitivo* (认知域作战, *renzhi yu zuozhan*) es una categoría conceptual empleada por el EPL para describir operaciones de influencia dirigidas a alterar percepciones, emociones y procesos de decisión de individuos o grupos. Según Fritz (2017), su propósito es lograr ventajas tácticas o estratégicas mediante la manipulación de creencias y la saturación informativa, al actuar sobre la mente del adversario más que sobre sus medios materiales.

la destrucción física del adversario, sino su persuasión o desarticulación interna mediante la manipulación ideológica; cabe recordar que en el pensamiento estratégico chino, la victoria se logra cuando el adversario adopta voluntariamente la interpretación del mundo que el PCCh le ofrece. Por ello, la diplomacia, la propaganda y la guerra psicológica no son esferas separadas, sino expresiones de un mismo arte del dominio.

A nivel digital, esta doctrina se materializa en una infraestructura de control y de producción de contenidos que combina automatización, vigilancia y participación masiva. Bolsover y Howard (2019) han descrito este sistema como una forma de “propaganda computacional”, en la que algoritmos y *bots* amplifican los mensajes favorables al régimen y silencian las voces críticas tanto dentro como fuera del país. En plataformas como Weibo y WeChat, los *firewalls* actúan no solo como barreras de censura, sino como mecanismos de ingeniería social que modulan las emociones colectivas⁷⁹. De este modo, el entorno digital se convierte en un espacio de GC, donde cada interacción contribuye al mantenimiento del orden ideológico.

Esta maquinaria incluye también un componente humano masivo. Wang (2021) afirma que el Partido mantiene una red de más de 2 millones de comentaristas profesionales y más de 20 millones de “voluntarios civilizatorios en red”, una especie de milicia digital encargada de moldear la opinión pública y neutralizar discursos considerados hostiles (Wang, 2021). Su tarea consiste en amplificar los mensajes positivos sobre China, refutar críticas al PCCh y vigilar los espacios digitales locales y extranjeros⁸⁰; estas brigadas participan incluso en simulacros de combate de opinión pública, en donde se entrenan para gestionar crisis comunicacionales y restaurar la “credibilidad” del PCCh frente a campañas de desprestigio internacionales. Cheravitch (2024) denomina a este fenómeno “comisarios con

⁷⁹ La denominada “Gran Muralla Digital” (防火长城, *Fánghuǒ Chángchéng*) constituye el sistema de censura y control informacional más extenso del mundo. Creada en la década de 1990 y gestionada por la Cyberspace Administration of China (CAC), combina filtros IP, bloqueo de dominios, inspección profunda de paquetes y algoritmos de análisis semántico para regular el flujo de información que ingresa o circula dentro del país. Sin embargo, su función excede la mera censura técnica: actúa como una infraestructura de ingeniería social, destinada a moldear emociones colectivas, promover conformidad ideológica y reducir la exposición a narrativas extranjeras consideradas desestabilizadoras (Wang, 2021). En este sentido, la Muralla Digital no solo protege al régimen de amenazas externas, sino que produce una ecología cognitiva controlada en la que el consenso se fabrica mediante la modulación algorítmica de la atención y la emoción.

⁸⁰ Los voluntarios civilizatorios en red (网络文明志愿者, *wangluo wenming zhiyuanzhe*) son reclutados por la Liga de la Juventud Comunista para participar en la gestión de la opinión pública en línea. Su función es amplificar mensajes favorables al Partido, denunciar contenidos considerados “nocivos” y participar en simulacros de crisis informativas o ejercicios de “combate de opinión pública” (Wang, 2021; Cheravitch, 2024).

teclados”⁸¹, subrayando la continuidad estructural entre el control político-militar del pensamiento y la actual administración algorítmica del discurso. En el siglo XXI, el soldado que combate por el PCCh ya no empuña un fusil, sino un teclado y una cuenta verificada; su campo de batalla es la red, y su objetivo es la hegemonía narrativa.

Este aparato no solo defiende el espacio informativo doméstico, sino que proyecta la influencia china en las redes globales. Harold et al. (2021) muestran cómo las operaciones de desinformación chinas en redes como Twitter y Facebook (frecuentemente ejecutadas a través de intermediarios locales o cuentas automatizadas), buscan legitimar las políticas del régimen, minimizar denuncias sobre derechos humanos y reforzar la imagen de China como potencia responsable frente a la decadencia occidental. En el caso de Xinjiang, por ejemplo, Beijing respondió a las acusaciones de genocidio promoviendo narrativas positivas sobre el “desarrollo cultural” de la región y redefiniendo los campos de detención como “centros de educación laboral”⁸². Tzu-Chieh y Tzu-Wei (2020) han documentado desde la experiencia taiwanesa que estas operaciones siguen una lógica de GC basada en la saturación informativa, la manipulación emocional y la infiltración de las comunidades digitales. La estrategia no consiste únicamente en mentir, sino en inundar el entorno con tal volumen de información contradictoria que se vuelve imposible distinguir lo verdadero de lo falso. La confusión se convierte en el estado ideal del adversario. En términos de Lefebvre (1977), es una forma de control reflexivo aplicada a escala societal.

La dimensión tecnológica de esta guerra se ha profundizado con la irrupción de la IA generativa. Beauchamp (2024) advierte que el EPL y las agencias de propaganda están explorando el uso de modelos de IA para producir contenido adaptativo

⁸¹ Término empleado por Cheravitch (2024) para describir la continuidad entre los comisarios políticos de la era maoísta y los actuales operadores digitales del PCCh. Ambos representan la fusión entre autoridad política y control psicológico, siendo los primeros guardianes ideológicos del pensamiento y los segundos gestores algorítmicos de la percepción.

⁸² La narrativa oficial sobre Xinjiang constituye uno de los ejemplos más paradigmáticos de la manipulación discursiva del PCCh. Desde 2017, investigaciones de la ONU, Human Rights Watch y medios internacionales han documentado la existencia de una red de campos de detención para más de un millón de uigures y otras minorías musulmanas. Frente a estas acusaciones de genocidio cultural, Beijing emprendió una contraofensiva mediática que presenta dichas instalaciones como “centros de educación y formación profesional”, destinados (según la propaganda oficial), a “erradicar el extremismo y promover el desarrollo económico local”. Esta operación discursiva forma parte de la estrategia de poder discursivo analizada por Masaaki (2022), orientada a reconfigurar el lenguaje de los derechos humanos y sustituirlo por el de “estabilidad” y “armonía social”. La resemantización de los campos de reclusión busca neutralizar las críticas internacionales mediante la creación de un relato positivo que vincula represión con progreso, y control social con bienestar nacional.

(textos, imágenes y videos sintéticos), capaces de replicar los sesgos culturales de distintas audiencias. Marcellino et al. (2023) denominan esta tendencia “manipulación 3.0 de redes sociales”, una nueva etapa de “*astroturfing* algorítmico” donde los límites entre información orgánica y automatizada se desvanecen⁸³. En este escenario, el poder cognitivo ya no depende de la cantidad de mensajes emitidos, sino de la capacidad de los sistemas inteligentes para personalizar la persuasión y simular autenticidad.

Por consiguiente, la GC china se apoya en un ecosistema tecnopolítico que combina vigilancia, propaganda y ciencia de datos. Su ambición no es solamente controlar la narrativa internacional, sino colonizar la esfera de la atención. Según Atlan (2023), la estrategia china se ha vuelto combinatoria e irrestricta, integrando herramientas diplomáticas, jurídicas, mediáticas y tecnológicas en un único marco de dominación informacional. Esta concepción total de la GC refleja un giro ontológico: la verdad deja de ser un valor moral para convertirse en un recurso estratégico que puede ser fabricado, distribuido y monetizado. En el plano doméstico, esta lógica se traduce en la construcción de un “espacio público controlado” donde las redes sociales son al mismo tiempo instrumento de vigilancia y de cohesión social. Wang (2021) demuestra que el internet chino funciona como una infosfera política dirigida, donde el debate público es realmente simulado mediante mecanismos de retroalimentación controlada. Los usuarios participan activamente, pero dentro de los límites fijados por el PCCh; la ilusión de pluralismo refuerza la legitimidad del régimen.

La estrategia del PCCh no busca eliminar el conflicto, sino administrarlo. En términos maoístas, la contradicción no se suprime, se orienta. Por ende, las redes sociales operan como laboratorios de calibración cognitiva, donde el PCCh observa, mide y corrige la opinión pública en tiempo real. Así, la *guerra por la opinión pública*⁸⁴ se convierte en un componente permanente de la gobernanza. Esta guerra de la percepción tiene también un correlato jurídico y diplomático. Según Fritz (2017), las operaciones cibernéticas chinas no se conciben como agresiones, sino

⁸³ El “*astroturfing* algorítmico” es un concepto usado por Marcellino et al. (2023) para designar campañas coordinadas de desinformación automatizada que simulan movimientos de base ciudadana en redes sociales. Mediante el uso de IA generativa y *bots* personalizados, estas operaciones fabrican consenso y legitimidad aparente alrededor de narrativas diseñadas por el Estado.

⁸⁴ La *lucha por la opinión pública* (舆论斗争, *yulun douzheng*) es una expresión tradicional del léxico maoísta que define la competencia permanente por controlar el discurso y la interpretación de los acontecimientos en la esfera pública. Bajo Xi Jinping, el concepto se ha extendido al ámbito digital, dando origen a la noción de la *guerra por la opinión pública* (舆论战, *yulun zhan*), entendida como un frente continuo de confrontación ideológica en el ciberespacio (Wang, 2021).

como expresiones de soberanía digital. En la retórica del PCCh, controlar el ciberespacio equivale a proteger la integridad cultural del país frente a la “penetración ideológica” de Occidente. De ahí que el discurso de la “ciberseguridad” sirva para legitimar la censura y justificar la expansión de la vigilancia.

En conjunto, la doctrina china de GC combina tradición, tecnología y moralidad política. Desde las Tres Guerras hasta la manipulación algorítmica contemporánea, el objetivo ha sido siempre el mismo: dominar la mente como paso previo a dominar el mundo. Lo que distingue al modelo chino actual es su capacidad para institucionalizar la propaganda, integrar la IA en la estrategia estatal y proyectar el control informativo más allá de sus fronteras. Como advierte Cheravitch (2024), esta fusión entre poder político y poder digital está creando un nuevo tipo de sistema híbrido, un Estado algorítmico que regula la percepción y el pensamiento mediante dispositivos de automatización ideológica. En este sentido, la GC china no solo desafía las estructuras de seguridad occidentales, sino también los fundamentos epistemológicos de la democracia liberal.

El periodo actual representa, según Beauchamp (2024), la transición hacia una forma de *control reflexivo algorítmico*⁸⁵ donde los sistemas automatizados aprenden a explotar vulnerabilidades psicológicas y culturales para maximizar la influencia. Ya no se trata de censurar la disidencia, sino de predecirla y neutralizarla, incluso antes de que emerja. La manipulación preventiva reemplaza a la represión. Este modelo ha comenzado a exportarse, directa o indirectamente, a través de la cooperación tecnológica y mediática con países del Sur Global. Plataformas chinas, consultoras de comunicación y empresas vinculadas a Huawei y ByteDance han ofrecido asistencia para el control de redes sociales y la gestión de la opinión pública a regímenes autoritarios de Asia, África y América Latina (Harold et al., 2021). En varios casos, la adaptación del modelo chino de vigilancia y manipulación digital ha servido como laboratorio de “soberanía informativa” en contextos democráticos frágiles.

Mölder y Shiraev (2021) interpretan este fenómeno dentro de un marco más amplio de “guerra del conocimiento global”, donde China y Rusia compiten por moldear la imaginación estratégica del siglo XXI. Ambos regímenes comparten la convicción de que la batalla decisiva no se libra por el territorio, sino por la mente; y que la hegemonía cognitiva es la forma más durable de poder. En esta lógica, controlar

⁸⁵ Beauchamp (2024) lo define como la capacidad de sistemas automatizados para modelar el flujo de información y aprendizaje de los usuarios, anticipando sus reacciones cognitivas y modulando sus decisiones de manera invisible.

los significados equivale a controlar el futuro. El desafío para las democracias no es solo técnico, sino civilizatorio. En una era donde la información se ha convertido en el principal vector de poder, el modelo chino ofrece una tentación peligrosa, basada en la promesa de orden en medio del caos informativo. Sin embargo, su éxito depende de una premisa incompatible con la libertad: la subordinación del pensamiento al Estado.

El estudio de la GC china no es, por tanto, un ejercicio de exotismo estratégico, sino una advertencia. Las herramientas empleadas por Beijing (automatización propagandística, ingeniería emocional y control discursivo), ya están presentes en otros contextos, incluidas las democracias latinoamericanas. En particular, los laboratorios de manipulación digital del PCCh han inspirado técnicas de agitación y desinformación que han influido en movimientos sociales y campañas políticas en distintas regiones del mundo. La frontera entre GC y protesta social se vuelve cada vez más tenue cuando la información se convierte en arma. Por ello, el análisis del caso chino prepara el terreno para comprender cómo las mismas dinámicas (automatización de la narrativa, ingeniería de la emoción y colonización de la atención) pueden operar en contextos aparentemente distintos, como el de las protestas sociales en Colombia, donde los flujos digitales y las estrategias de percepción comienzan a replicar, en escala y lógica, los mecanismos de influencia propios de la GC contemporánea.

Conclusiones

La evolución histórica de la GC revela una transformación profunda en la naturaleza del conflicto humano: el paso de la materia a la información, y de la información al significado. Esta metamorfosis, que hunde sus raíces en la filosofía contemporánea de la información, implica que el poder ya no se ejerce solo sobre cuerpos o territorios, sino sobre percepciones, emociones y estructuras cognitivas. La GC no surge, por lo tanto, como una simple extensión de la ciberguerra o de la propaganda moderna, sino como la cristalización de un nuevo paradigma ontológico, aquel en el que la información constituye el sustrato mismo de la realidad social y del dominio estratégico.

Desde la óptica filosófica, la infosfera se ha convertido en el ecosistema en el que coexisten y compiten seres humanos, máquinas y algoritmos. En este entorno híbrido, la guerra ya no busca destruir físicamente al enemigo, sino desorganizar

su sentido del mundo. El poder se mide en la capacidad de definir la realidad, no de imponerla por la fuerza. La información deja de ser un instrumento de comunicación para convertirse en el tejido mismo del ser y del conocer. La epistemología de la guerra se desplaza así hacia una ontología de la percepción, donde controlar el flujo de datos equivale a controlar la experiencia.

El siglo XXI marca la culminación de este tránsito, en el cual la GC es la expresión bélica de la era informacional. En ella, los algoritmos reemplazan a las divisiones blindadas y los *feeds* digitales sustituyen a los frentes de batalla; en efecto, la desinformación sistémica y la comunicación disruptiva han venido erosionando los fundamentos epistemológicos de las democracias contemporáneas, socavando de esta manera la confianza pública en la ciencia, la prensa y las instituciones. En este nuevo régimen informacional, la mentira no se opone a la verdad, sino que la suplanta, ya que el objetivo no es convencer, sino confundir.

La política del siglo XXI muestra cómo las plataformas digitales han reemplazado a los medios tradicionales como arquitectos de la esfera pública. Sus algoritmos, diseñados para maximizar atención y rentabilidad, se han convertido en agentes de polarización y amplificación de narrativas extremas. Lo que antes era un espacio deliberativo se ha transformado en un campo de batalla cognitivo, donde la emoción prevalece sobre el juicio y la velocidad sobre la veracidad. Esta convergencia entre tecnología y percepción reeditó, bajo nuevas formas, los viejos principios de la ingeniería del consentimiento que O'Shaughnessy (2018) observó en la propaganda nazi; si el Tercer Reich fue el primer régimen en concebir el poder político como una marca, el presente digital convierte a cada ciudadano en un consumidor de ideologías personalizadas, producidas por el mismo aparato algorítmico que distribuye publicidad y entretenimiento. Lo que Joseph Goebbels lograba con la radio y la estética de masas, hoy lo realizan las redes sociales mediante la hipersegmentación, la manipulación emocional y la automatización del discurso.

Sin embargo, como advierte Robinson (2017), la mediatización del conflicto posee una contracara estructural. El efecto CNN, lejos de democratizar la información, generó selectividad y cortoplacismo, privilegiando aquellas crisis capaces de ofrecer imágenes emocionalmente potentes y narrativas moralmente claras, mientras otras quedaban invisibilizadas por carecer de dramatismo visual. Esta dinámica impuso una lógica de reacción inmediata donde la empatía mediática sustituye al análisis estratégico, y la urgencia de la imagen eclipsa la comprensión de los procesos geopolíticos. De este modo, la guerra contemporánea comenzó a librarse simultáneamente en el terreno militar y en el simbólico, inaugurando un

modelo de intervención guiado por la emoción pública antes que por la deliberación racional.

En ese contexto, la propaganda contemporánea se reconfigura. Como explican Miller et al. (2017), el siglo XXI ha dado paso a un ecosistema de persuasión distribuida en el que actores estatales, corporativos y sociales compiten por el control narrativo. La propaganda se ha vuelto ubicua, delegada en los algoritmos, plataformas y campañas de desinformación que operan de manera automatizada. Este fenómeno ha implicado una privatización del poder simbólico, en el cual corporaciones tecnológicas ya no son simples canales de comunicación, sino agentes activos de modelación cognitiva, capaces de alterar el flujo de la información y modular la atención colectiva. En este entorno, la propaganda deja de ser un instrumento estatal para convertirse en una infraestructura de control perceptivo.

Y la IA ha institucionalizado esta dinámica, debido a que los algoritmos no solo difunden noticias falsas, sino que fabrican realidades paralelas en las que la coherencia narrativa sustituye a la evidencia. El *deepfake* y el texto generado por máquinas (como GPT o DALL·E), anuncian una era donde la simulación será indistinguible de la experiencia. El control de la información se convierte, entonces, en control de la imaginación colectiva. No obstante, la GC no se limita al espacio comunicativo; Armin Krishnan (2017) advierte que la frontera en ese ámbito se desplaza hacia la propia neurofisiología humana; por ende, la *neurowarfare* vislumbra un escenario en el que la atención, la memoria y la emoción pueden ser objeto de intervención militar. En este horizonte, la mente deja de ser un refugio inviolable para transformarse en un nuevo territorio de disputa estratégica, en donde el poder ya no se ejerce sobre la conducta externa, sino sobre la configuración interna del pensamiento. La guerra psicológica clásica evoluciona así hacia un estadio biotecnológico donde la manipulación mental es precisa, silenciosa y potencialmente irreversible.

El caso ruso, estudiado por Jasper (2020), confirma la integración operacional de estos principios: la fusión de ciber guerra, operaciones de información y manipulación psicológica ha redefinido los límites del conflicto moderno. Rusia ha demostrado que la desinformación puede operar por debajo del umbral de la violencia armada, produciendo efectos geopolíticos equivalentes a una invasión sin necesidad de disparar un solo misil. La guerra ya no se declara, se ejecuta permanentemente en el espectro de la percepción. Este fenómeno tiene implicaciones directas para las actuales fuerzas militares, que se encuentran inmersas en una paradoja, ya que mientras la disciplina y el secreto han sido y siguen siendo pilares de la institución

militar, la hiperconectividad convierte a cada soldado en un nodo informacional expuesto al escrutinio global. Las redes sociales difuminan la frontera entre vida privada y deber público, entre información estratégica y comunicación emocional. Así, el control del relato se convierte en una función táctica, y la gestión de la percepción, en un componente esencial del liderazgo militar.

En síntesis, la GC encarna la convergencia de tres revoluciones históricas. La informatización del conflicto, que traslada la guerra al ciberespacio; la mediatización de la realidad, que transforma la información en espectáculo; y la neurocognitización del poder, que internaliza la dominación en la mente humana. En este nuevo orden, la superioridad estratégica no depende de la fuerza militar cinética ni de las tecnologías de armamentos convencionales, sino de la capacidad para modelar ecosistemas cognitivos, es decir, el control de los flujos de información, las arquitecturas del significado y los circuitos emocionales que sostienen la conducta colectiva.

De cara al futuro, el dominio cognitivo plantea desafíos sin precedentes. El primero es ético, al determinar hasta qué punto la persuasión puede transformarse en manipulación y la influencia en coerción; en un mundo donde la libertad mental se vuelve un objetivo militar, la defensa del pensamiento libre constituye un imperativo moral y estratégico. El segundo desafío es político, por la necesidad de construir soberanías informacionales capaces de resistir la colonización algorítmica por parte de potencias tecnológicas y corporaciones transnacionales, ya que sin autonomía digital, ningún Estado podrá garantizar su seguridad cognitiva. El tercer desafío es biotecnológico, debido a que las neurociencias aplicadas al ámbito militar exigen nuevos marcos de bioética y de derecho internacional que impidan la instrumentalización del cerebro humano como campo de operaciones. El cuarto es educativo, porque la verdadera defensa cognitiva no reside solo en los sistemas automáticos de detección de desinformación, sino en la formación de los ciudadanos y soldados capaces de ejercer pensamiento crítico, reconocer sesgos y resistir la manipulación emocional. Finalmente, el quinto desafío es epistemológico, al integrar la IA sin subordinar el juicio humano, manteniendo el equilibrio entre automatización y conciencia.

En última instancia, la GC inaugura una era en la que la lucha por el poder se libra en el espacio más íntimo y decisivo: la mente. La victoria ya no se mide por territorios conquistados ni por ejércitos vencidos, sino por realidades impuestas. Comprender y enfrentar esta nueva forma de conflicto exige repensar la guerra desde su dimensión filosófica, informacional y ética. En la era digital, pensar es resistir, y resistir es ya un acto de defensa.

Referencias

- Adams, F. (2016). Information and cognition. En L. Floridi (Ed.), *The Routledge handbook of philosophy of information* (pp. 321-331). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315757544>
- Akrap, G., Mandić, I., & Žigo, R. (2022). Information supremacy, strategic intelligence, and Russian aggression against Ukraine in 2022. *International Journal of Intelligence and CounterIntelligence*, 36(4). <https://doi.org/10.1080/08850607.2022.2117577>
- Allegri, R. (2023). Russian full spectrum conflicts and information warfare as complex adaptive systems: The 2014 Crimean case study. *Comparative Strategy*, 42(4), 528-555. <https://doi.org/10.1080/01495933.2023.2219193>
- Allen, P., & Gilbert, D. (2009). The information sphere domain: Increasing understanding and cooperation. En C. Czosseck & K. Geers (Eds.), *The virtual battlefield: Perspectives on cyber warfare* (pp. 132-142). IOS Press.
- Álvarez, C. (2023). El fracaso de la integración político-militar durante la guerra de Vietnam: ¿dos tipos de liderazgo divergentes? En S. Uribe-Cáceres & D. López-Niño (Eds.), *Aproximación teórica a las nociones de la guerra y el liderazgo estratégico* (pp. 105-125). Sello Editorial ESDEG. <https://doi.org/10.25062/9786287602526.05>
- Álvarez, C. (2024). *Modelo de las cinco D de la influencia: Desinformar, distraer, dividir, desmoralizar y dominar* [Documento de trabajo inédito]. Escuela Superior de Guerra "General Rafael Reyes Prieto".
- Álvarez, C. (2025). Will to fight in the Russian-Ukrainian war: Multilevel analysis and lessons for Colombia. *Revista Científica General José María Córdova*, 23(52), 883-921. <https://doi.org/10.21830/19006586.1562>
- Álvarez, C., Barón, P., & Monroy, V. (2018). Poder astuto: Estrategia del empleo del poder en el siglo XXI. En C. Álvarez & A. Fernández (Eds.), *Hacia una gran estrategia en Colombia: Construcción de política pública en seguridad y defensa* (pp. 171-268). Sello Editorial ESMIC. <https://doi.org/10.21830/9789585692862>
- Álvarez, C., & Correcha, Y. (2022). Poder multidominio: Visión estratégica de la Fuerza Aérea Colombiana en el siglo XX. En F. Baquero (Ed.), *Poder aéreo, espacial y ciberespacial frente a desafíos y amenazas multidimensionales que afectan al Estado colombiano* (pp. 209-249). Sello Editorial ESDEG. <https://doi.org/10.25062/9786287602106>
- Álvarez, C., & Jiménez, H. (2021). Guerra de información y ética militar: Entre la tradición de guerra justa y la teoría de guerra irrestricta. En J. Jiménez, E. Figueroa, & M. Bricknell (Eds.), *Ética militar y fuerza pública* (Vol. II: Ética militar y nuevas formas de guerra. Retos para las Fuerzas Armadas colombianas, pp. 81-121). Sello Editorial ESMIC. <https://doi.org/10.21830/9789585377134.04>
- Álvarez, C., Santafé, J., & Urbano, O. (2017). *Metamorphosis Bellum: ¿mutando a guerras de quinta generación?* En C. Álvarez (Ed.), *Escenarios y desafíos de la seguridad multidimensional en Colombia* (pp. 145-247). Sello Editorial ESDEG. <https://doi.org/10.25062/9789585652835>

- Amarasingam, A., & Argentino, M. (2020). The QAnon conspiracy theory: A security threat in the making? *CTC Sentinel*, 13(7), 37-44. <https://tinyurl.com/2btbn225>
- Amnesty International. (2000). *NATO/Federal Republic of Yugoslavia: "Collateral damage" or unlawful killings? Violations of the laws of war by NATO during Operation Allied Force*. Amnesty International.
- Andrew, C., & Mitrokhin, V. (1999). *The sword and the shield: The Mitrokhin archive and the secret history of the KGB*. Basic Books.
- Applegate, S. (2015). Cyber conflict: Disruption and exploitation in the digital age. En F. Lemieux (Ed.), *Current and emerging trends in cyber operations: Policy, strategy, and practice* (pp. 19-36). Palgrave Macmillan.
- Armada Nacional de Colombia. (2024). *Operaciones de información OP3-2.1*. Dirección de Doctrina Naval.
- Arquilla, J., & Ronfeldt, D. (1993). Cyberwar is coming! *Comparative Strategy*, 12(2), 141-165. <https://www.rand.org/pubs/reprints/RP223.html>
- Arquilla, J., & Ronfeldt, D. (1996). *The advent of netwar*. RAND Corporation. https://www.rand.org/pubs/monograph_reports/MR789.html
- Arquilla, J., & Ronfeldt, D. (1999). *The emergence of noopolitik: Toward an American information strategy*. RAND Corporation. <https://tinyurl.com/2d35yjgq>
- Arquilla, J., & Ronfeldt, D. (2001). The advent of netwar (revisited). En J. Arquilla & D. Ronfeldt (Eds.), *Networks and netwars: The future of terror, crime, and militancy* (pp. 1-28). RAND Corporation. https://www.rand.org/pubs/monograph_reports/MR1382.html
- Arriano, F. (2013). *Alexander the Great: The Anabasis and the Indica*. Oxford University Press.
- Aruguete, N. (2024). Content sharing dynamics and political polarization in social media. En M. Goyanes & A. Cañedo (Eds.), *Media influence on opinion change and democracy: How private, public and social media organizations shape public opinion* (pp. 215-230). Palgrave Macmillan.
- Asbridge, T. (2011). *The crusades: The authoritative history of the war for the Holy Land*. Ecco.
- Atlan, N. (2023). The modalities of China's combinatory unrestrictive warfare strategy. *Comparative Strategy*, 42(6), 845-864.
- Bacon, F. (2008). *The Oxford Francis Bacon: The major works*. Oxford University Press.
- Barberá, P. (2020). Social media, echo chambers, and political polarization. En N. Persily & J. Tucker (Eds.), *Social media and democracy: The state of the field, prospects for reform* (pp. 34-55). Cambridge University Press.
- Bartnicki, A., Kuzelewska, E., & Ozóg, M. (2023). Information and information technologies in the 2022 Russian-Ukrainian war. En A. Turska-Kawa, A. Kasińska-Metryka, & K. Pałka-Suchojad (Eds.), *War in Ukraine: Media and emotions* (pp. 21-42). Palgrave Macmillan.
- Beard, M. (2015). *SPQR: A history of ancient Rome*. Profile Books.

- Beard, M. (2021). *Twelve Caesars: Images of power from the ancient world to the modern*. Princeton University Press.
- Beauchamp, N. (2024). *Exploring the implications of generative AI for Chinese military cyber-enabled influence operations: Chinese military strategies, capabilities, and intent*. RAND Corporation.
- Becker, J. (1986). *The Great War and the French people*. Berg.
- Berg, J. (2016). The interpretative value of information. En L. Floridi (Ed.), *The Routledge handbook of philosophy of information* (pp. 386-395). Routledge.
- Berners-Lee, T. (1989). *Information management: A proposal*. CERN.
- Berners-Lee, T., & Fischetti, M. (2000). *Weaving the Web: The original design and ultimate destiny of the World Wide Web by its inventor*. Harper Business.
- Bittman, L. (1985). *The KGB and Soviet disinformation: An insider's view*. Pêrgamon-Brasseyes.
- Bittman, L. (2017). *The deception game: Czechoslovak intelligence in Soviet political warfare*. Cambridge University Press.
- Blatny, J., & Søndergaard, S. (2025). *Cognitive warfare*. NATO Chief Scientist's Reports.
- Boghardt, T. (2009). Soviet Bloc intelligence and its AIDS disinformation campaign. *Studies in Intelligence*, 53(4), 1-10.
- Bolsover, G., & Howard, P. (2019). Chinese computational propaganda: Automation, algorithms and the manipulation of information about Chinese politics on Twitter and Weibo. *Information, Communication & Society*, 22(14), 2063-2080.
- Boudreau, B. (2022). NATO's information campaigns in Afghanistan, 2003-2020. En O. Fridman, V. Kabernik, & F. Granelli (Eds.), *Info Ops: From World War I to the Twitter era* (pp. 117-168). Lynne Rienner.
- Bownes, D., & Fleming, R. (2014). *Posters of the First World War*. Shire Publications.
- Boyd, J. (1987). *A discourse on winning and losing*. Air University Press.
- Bugayova, N., & Stepanenko, K. (2025). *A primer on Russian cognitive warfare*. Institute for the Study of War.
- Burke, P. (2009). *Popular culture in early modern Europe*. Ashgate.
- Canetti, E. (2013). *Masa y poder*. Alianza Editorial.
- Castells, M. (2003). *The Internet galaxy: Reflections on the Internet, business, and society*. Oxford University Press.
- Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford University Press.
- Castells, M. (2010a). *The rise of the network society*. Wiley-Blackwell.
- Castells, M. (2010b). *The power of identity*. Wiley-Blackwell.
- Castells, M. (2011). *End of millennium*. Wiley-Blackwell.
- Centro de Doctrina Conjunta. (2018). *Manual fundamental conjunto MFC 1.0: Doctrina conjunta*. Sello Editorial ESDEG.

- Cheravitch, J. (2024). Commissars with keyboards: The lingering relevance of the military-political origins of Chinese and Russian psychological warfare. *Intelligence and National Security*, 40(1), 58-86. <https://doi.org/10.1080/02684527.2024.2405256>
- Clausewitz, C. von. (1984). *On war*. Princeton University Press.
- Colarik, A., & Janczewski, L. (2015). Establishing cyber warfare doctrine. En F. Lemieux (Ed.), *Current and emerging trends in cyber operations: Policy, strategy, and practice* (pp. 37-50). Palgrave Macmillan.
- Couretas, J. (2024). *Cyber operations: A case study approach*. Wiley.
- Cull, N. (1996). *Selling war: The British propaganda campaign against American neutrality in World War II*. Oxford University Press.
- Cull, N. (2008). *The Cold War and the United States Information Agency: American propaganda and public diplomacy, 1945-1989*. Cambridge University Press.
- Cull, N. (2013). Roof for a house divided: How U.S. propaganda evolved into public diplomacy. En J. Auerbach & R. Castronovo (Eds.), *The Oxford handbook of propaganda studies* (pp. 131-146). Oxford University Press.
- Darczewska, J. (2014). *The anatomy of Russian information warfare: The Crimean operation, a case study*. Centre for Eastern Studies.
- Darman, P. (2011). *Posters of World War II*. Park Lane Press.
- Deppe, C., & Schaal, G. (2024). Cognitive warfare: A conceptual analysis of the NATO ACT cognitive warfare exploratory concept. *Frontiers in Big Data*, 7(14), 1-11.
- Domke, D., Perlmutter, D., & Spratt, M. (2002). The primes of our times? An examination of the "power" of visual images in news content. *Journalism*, 3(2), 131-159. <https://doi.org/10.1177/146488490200300211>
- Douhet, G. (2019). *The command of the air*. Air University Press.
- Dower, J. (1986). *War without mercy: Race and power in the Pacific War*. Pantheon Books.
- Echevarría II, A. (2005). *Fourth-generation war and other myths*. U.S. Army War College Press.
- Echevarría II, A. (2024). *Military strategy: A very short introduction*. Oxford University Press.
- El Colombiano (2026, 4 de abril). Informe revela que Rusia entrenó a 1.000 influenciadores para desinformar en Latinoamérica, incluida Colombia. <https://www.elcolombiano.com/internacional/rusia-influenciadores-desinformar-latinoamerica-colombia-EE35201588>
- Ellis, G. (1997). *Napoleon*. Longman.
- Eloy, A. (2018). Boves en el *Correo del Orinoco*: Usos y abusos de un lugar de memoria. En A. Torres (Comp.), *Correo del Orinoco: Relecturas de un periódico revolucionario* (pp. 167-203). Fundación Centro Nacional de Historia.
- Fallis, D. (2016). Mis- and dis-information. En L. Floridi (Ed.), *The Routledge handbook of philosophy of information* (pp. 332-346). Routledge.

- Febvre, L., & Martin, H. (2010). *The coming of the book: The impact of printing, 1450-1800*. Verso Books.
- Ferreira, M., Sosa, J., Lawrence, L., Sestacovschi, C., Tidd-Johnson, A., Haseeb, M., Kumar, V., Ozair, S., Pandav, K., Cuevas, C., Parrish, M., Rodriguez, I., & Perez, J. (2022). The impact of misinformation on the COVID-19 pandemic. *AIMS Public Health*, 9(2), 262-277.
- Floridi, L. (2010a). *Information: A very short introduction*. Oxford University Press.
- Floridi, L. (2010b). Ethics after the information revolution. En L. Floridi (Ed.), *The Cambridge handbook of information and computer ethics* (pp. 3-19). Cambridge University Press.
- Floridi, L. (2011). *The philosophy of information*. Oxford University Press.
- Floridi, L. (2013). *The ethics of information*. Oxford University Press.
- Floridi, L. (2014). *The fourth revolution: How the infosphere is reshaping human reality*. Oxford University Press.
- Floridi, L. (2015a). The Onlife manifesto. En L. Floridi (Ed.), *The Onlife manifesto: Being human in a hyperconnected era* (pp. 7-16). Springer.
- Floridi, L. (2015b). Hyperhistory and the philosophy of information policies. En L. Floridi (Ed.), *The Onlife manifesto: Being human in a hyperconnected era* (pp. 51-64). Springer.
- Floridi, L. (2016a). Semantic information. En L. Floridi (Ed.), *The Routledge handbook of philosophy of information* (pp. 44-49). Routledge.
- Floridi, L. (2016b). The method of abstraction. En L. Floridi (Ed.), *The Routledge handbook of philosophy of information* (pp. 50-56). Routledge.
- Forbidden Stories. (2025). *Ghost journalists, cash and Kremlin scripts: How Russian operatives tried to influence Argentinian media*. <https://forbiddenstories.org/ghost-journalists-cash-and-kremlin-scripts-how-russian-operatives-tried-to-influence-argentinian-media/>
- Foucault, M. (1978). *The history of sexuality, volume 1: An introduction*. Pantheon Books.
- Fridman, O. (2022a). British "front propaganda" in World War I. En O. Fridman, V. Kabernik, & F. Granelli (Eds.), *Info Ops: From World War I to the Twitter era* (pp. 13-38). Lynne Rienner Publishers.
- Fridman, O. (2022b). *Russian "hybrid warfare": Resurgence and politicisation*. Oxford University Press.
- Fritz, J. (2017). *China's cyber warfare: The evolution of strategic doctrine*. Lexington Books.
- Gershaneck, K. (2020). *Political warfare: The People's Republic of China's strategy "to win without fighting"*. Marine Corps University Press.
- Giles, K. (2016). *Handbook of Russian information warfare*. NATO Defense College.
- Giles, K. (2023). *Humour in online information warfare: Case study on Russia's war on Ukraine*. The European Centre of Excellence for Countering Hybrid Threats.
- Global Engagement Center. (2020). *Pillars of Russia's disinformation and propaganda ecosystem*. U.S. Department of State.

- Global Engagement Center. (2022). *Kremlin-funded media: RT and Sputnik's role in Russia's disinformation and propaganda ecosystem*. U.S. Department of State.
- Godzimirski, J. (2021). Russian strategic communication towards Europe: Goals, means and measures. En H. Mölder, V. Sazonov, A. Chochia, & T. Kerikmäe (Eds.), *The Russian Federation in global knowledge warfare: Influence operations in Europe and its neighbourhood* (pp. 51-78). Springer.
- Gray, C. (2006). *Recognizing and understanding revolutionary change in warfare: The sovereignty of context*. U.S. Army War College Press.
- Grayling, A. (2006). *Among the dead cities: The history and moral legacy of the WWII bombing of civilians in Germany and Japan*. Walker Books.
- Greenberg, N. (2019). *How information warfare shaped the Arab Spring*. Edinburgh University Press.
- Grunden, W. (2024). Hallucinated sensations: Brainwashing and mind control in psychochemical CIA experiments. En B. Mrozek (Ed.), *Sensory warfare in the global Cold War: Partition, propaganda, covert operations* (pp. 167-183). Pennsylvania State University Press.
- Habermas, J. (2009). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge University Press.
- Hallin, D. (1986). *The "uncensored war": The media and Vietnam*. Oxford University Press.
- Hammes, T. (2006). *The sling and the stone: On war in the 21st century*. Zenith Press.
- Han, B. (2021). *Psicopolítica: Neoliberalismo y las nuevas técnicas de poder*. Herder Editorial.
- Hansen, F. (2021). When Russia wages war in the cognitive domain. *The Journal of Slavic Military Studies*, 34(2), 181-201. <https://doi.org/10.1080/13518046.2021.1990562>
- Harold, S., Beauchamp, N., & Hornung, J. (2021). *Chinese disinformation efforts on social media*. RAND Corporation.
- Harshberger, E., & Ochmanek, D. (1999). Information and warfare: New opportunities for U.S. military forces. En Z. Khalilzad & J. White (Eds.), *The changing role of information in warfare* (pp. 157-178). RAND Corporation.
- Haselton, M., Nettle, D., & Murray, D. (2016). The evolution of cognitive bias. En D. Buss (Ed.), *The handbook of evolutionary psychology* (pp. 968-987). Wiley.
- Helmus, T., & Holynska, K. (2024). *Ukrainian resistance to Russian disinformation: Lessons for future conflict*. RAND Corporation.
- Henschke, A. (2025). *Cognitive warfare: Grey matters in contemporary political conflict*. Routledge.
- Herbert, M. (2014). The human domain: The Army's necessary push toward squishiness. *Military Review*, 94(5), 81-87.
- Herf, J. (2013). Narrative and mendacity: Anti-Semitic propaganda in Nazi Germany. En J. Auerbach & R. Castronovo (Eds.), *The Oxford handbook of propaganda studies* (pp. 91-108). Oxford University Press.

- Hillenbrand, C. (2000). *The crusades: Islamic perspectives*. Routledge.
- Hinton, S., & Hjorth, L. (2013). *Understanding social media*. SAGE Publications.
- Hoffman, F. (2007). *Conflict in the 21st century: The rise of hybrid wars*. Potomac Institute for Policy Studies.
- Hoffman, F. (2021). Defeat mechanisms in modern warfare. *Parameters*, 51(4), 49-66. <https://doi.org/10.55540/0031-1723.3091>
- Hofstetter, P., & Jossen, F. (2023). There is no need for a cognitive domain. *The Defence Horizon Journal*. <https://tdhj.org/blog/post/no-need-cognitive-domain/>
- Homero. (1982). *La Odisea*. Gredos.
- Hoskins, A., & O'Loughlin, B. (2010). *War and media: The emergence of diffused war*. Polity Press.
- Hosmer, S. (1999). The information revolution and psychological effects. En Z. Khalilzad & J. White (Eds.), *The changing role of information in warfare* (pp. 217-248). RAND Corporation.
- Howard, P., & Hussain, M. (2013). *Democracy's fourth wave? Digital media and the Arab Spring*. Oxford University Press.
- Illari, P., & Russo, F. (2016). Information and causality. En L. Floridi (Ed.), *The Routledge handbook of philosophy of information* (pp. 235-248). Routledge.
- International Criminal Tribunal for the Former Yugoslavia (ICTY). (2000). *Final report to the prosecutor by the committee established to review the NATO bombing campaign against the Federal Republic of Yugoslavia*.
- Jasper, S. (2020). *Russian cyber operations: Coding the boundaries of conflict*. Georgetown University Press.
- Joint Chiefs of Staff (JCS). (1998). *Joint Publication 3-13: Joint doctrine for information operations*. U.S. Department of Defense.
- Joint Chiefs of Staff (JCS). (2014). *Joint Publication 3-13.2: Psychological operations*. U.S. Department of Defense.
- Joint Chiefs of Staff (JCS). (2016). *Joint Publication 3-13: Information operations*. U.S. Department of Defense.
- Jordá, B., & Holbert, R. (2024). From mass media to social media: Political persuasion in the field of communication. En M. Goyanes & A. Cañedo (Eds.), *Media influence on opinion change and democracy: How private, public and social media organizations shape public opinion* (pp. 181-196). Palgrave Macmillan.
- Jowett, G., & O'Donnell, V. (2015). *Propaganda & persuasion* (6.^a ed.). Sage.
- Kabernik, V. (2022). Soviet information operations in World War II. En O. Fridman, V. Kabernik, & F. Granelli (Eds.), *Info Ops: From World War I to the Twitter era* (pp. 39-64). Lynne Rienner Publishers.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Penguin Books.

- Kalenský, J., & Osadchuk, R. (2024). *How Ukraine fights Russian disinformation: Beehive vs mammoth*. The European Centre of Excellence for Countering Hybrid Threats. <https://tinyurl.com/yuem7llu>
- Kallis, A. (2008). *Nazi propaganda and the Second World War*. Palgrave Macmillan.
- Kalpokas, I., & Kalpokiene, J. (2021). Synthetic media and information warfare: Assessing potential threats. En H. Mölder, V. Sazonov, A. Chochia, & T. Kerikmäe (Eds.), *The Russian Federation in global knowledge warfare: Influence operations in Europe and its neighbourhood* (pp. 33-50). Springer.
- Kazecki, J., & Lieblang, J. (2009). Regression versus progression: Fundamental differences in German and American posters of the First World War. En P. James (Ed.), *Picture this: World War I posters and visual culture* (pp. 111-144). University of Nebraska Press.
- Krepinevich, A. (1988). *The Army and Vietnam*. Johns Hopkins University Press.
- Krishnan, A. (2017). *Military neuroscience and the coming age of neurowarfare*. Routledge.
- Lee, S. (2014). China's 'three warfares': Origins, applications, and organizations. *Journal of Strategic Studies*, 37(2), 198-221.
- Lefebvre, V. (1977). *The structure of awareness: Toward a symbolic logic of human behavior*. Sage Publications.
- Lefebvre, V. (2001). *Algebra of conscience* (ed. revisada). Springer.
- Le Guyader, H. (2022). Cognitive domain: A sixth domain of operations? En C. Claverie, P. Prébot, N. Buchler, & F. Du Cluzel (Eds.), *Cognitive warfare: The future of cognitive dominance* (pp. 19-42). NATO Innovation Hub.
- Leonelli, S. (2016). The philosophy of data. En L. Floridi (Ed.), *The Routledge handbook of philosophy of information* (pp. 191-202). Routledge.
- Liang, Q., & Xiangsui, W. (1999). *Unrestricted warfare*. People's Liberation Army Literature and Arts Publishing House.
- Libicki, M. (1995). *What is information warfare?* National Defense University Press.
- Lilly, B. (2022). *Russian information warfare: Assault on democracies in the cyber wild west*. Naval Institute Press.
- Lind, W., Nightengale, K., Schmitt, J., Sutton, J., & Wilson, G. (1989). The changing face of war: Into the fourth generation. *Marine Corps Gazette*, 73(10), 22-26. https://d-n-i.net/fcs/4th_gen_war_gazette.htm
- Livingston, S. (1997). *Clarifying the CNN effect: An examination of media effects according to type of military intervention*. Harvard University Press.
- Luhmann, N. (1995). *Social systems*. Stanford University Press.
- Lupien, P., Rincón, A., Lalama, A., Machaca, S., & Chiriboga, G. (2024). #Resistencia: Indigenous movements, social media, and mobilization in Latin America. *Latin American Research Review*, 59(4), 803-822. <https://doi.org/10.1017/lar.2024.4>
- Lynch, J. (2006). *Simón Bolívar: A life*. Yale University Press.

- Magnúsdóttir, R. (2019). *Enemy number one: The United States of America in Soviet ideology and propaganda, 1945-1959*. Oxford University Press.
- Mannix, D. (2014). *The history of torture*. eNet Press Inc.
- Marcellino, W., Beauchamp, N., Kerrigan, A., Chao, L., & Smith, J. (2023). *The rise of generative AI and the coming era of social media manipulation 3.0: Next-generation Chinese astroturfing and coping with ubiquitous AI*. RAND Corporation.
- Mareš, T. (2021). Mass media instrumentalization in foreign policy of states: Russian strategic toolset. En H. Mölder, V. Sazonov, A. Chochia, & T. Kerikmäe (Eds.), *The Russian Federation in global knowledge warfare: Influence operations in Europe and its neighbourhood* (pp. 79-106). Springer.
- Masaaki, Y. (2022). China's efforts to seize control of discourse power in cyberspace. *Asia-Pacific Review*, 29(1), 13-31. <https://doi.org/10.1080/13439006.2022.2050546>
- Matthews, M., Demus, A., Treyger, E., Posard, M., Reiningher, H., & Paul, C. (2021). *Understanding and defending against Russia's malign and subversive information efforts in Europe*. RAND Corporation.
- Maturana, H., & Varela, F. (1972). *Autopoiesis and cognition: The realization of the living*. D. Reidel Publishing Company.
- Miller, D., Robinson, P., & Bakir, V. (2017). Propaganda and persuasion in contemporary conflict. En P. Robinson, P. Seib, & R. Fröhlich (Eds.), *Routledge handbook of media, conflict and security* (pp. 308-321). Routledge.
- Milstein, M. (2022). Hamas's strategy against Israel: From information ops to influence ops. En O. Fridman, V. Kabernik, & F. Granelli (Eds.), *Info Ops: From World War I to the Twitter era* (pp. 195-218). Lynne Rienner Publishers.
- Ministerio de Defensa. (2018). *PDC-01 (A): Doctrina para el empleo de las Fuerzas Armadas*. Ministerio de Defensa de España.
- Mölder, H., & Shiraev, E. (2021). Global knowledge warfare, strategic imagination, uncertainty, and fear. En H. Mölder, V. Sazonov, A. Chochia, & T. Kerikmäe (Eds.), *The Russian Federation in global knowledge warfare: Influence operations in Europe and its neighbourhood* (pp. 13-32). Springer.
- Monger, D. (2014). Transcending the nation: Domestic propaganda and supranational patriotism in Britain, 1917-18. En T. Paddock (Ed.), *World War I and propaganda* (pp. 21-41). Brill.
- Mrozek, B. (2024). Sensory warfare in the global Cold War. En B. Mrozek (Ed.), *Sensory warfare in the global Cold War: Partition, propaganda, covert operations* (pp. 1-20). Pennsylvania State University Press.
- NATO. (2019). *Allied joint publication AJP-3.10*. NATO Standardization Office.
- Nelson, M. (1997). *War of the black heavens: The battles of Western broadcasting in the Cold War*. Syracuse University Press.
- Newitz, A. (2024). *Stories are weapons: Psychological warfare and the American mind*. W. W. Norton & Company.

- Nikoula, S., & McMahon, J. (2024). *Cognitive warfare: Securing hearts and minds*. University of Ottawa Press.
- Nyman, K. (2021). Information aggression—A battlefield of smartphones. En H. Mölder, V. Sazonov, A. Chochia, & T. Kerikmäe (Eds.), *The Russian Federation in global knowledge warfare: Influence operations in Europe and its neighbourhood* (pp. 195-212). Springer.
- O'Shaughnessy, N. (2018). *Marketing the Third Reich: Persuasion, packaging and propaganda*. Routledge.
- Overy, R. (2013). *The bombing war: Europe 1939-1945*. Allen Lane.
- Papazian, E. (2013). Literacy or legibility: The trace of subjectivity in Soviet socialist realism. En J. Auerbach & R. Castronovo (Eds.), *The Oxford handbook of propaganda studies* (pp. 67-90). Oxford University Press.
- Peterson, M. (2016). The decisional value of information. En L. Floridi (Ed.), *The Routledge handbook of philosophy of information* (pp. 153-162). Routledge.
- Perkins, A. (2018). *Soviet active measures reborn for the 21st century: What is to be done?* Naval Postgraduate School.
- Petratis, D. (2021). The Russian doctrine: A way for the political elite to maximise the efficiency of information warfare. En H. Mölder, V. Sazonov, A. Chochia, & T. Kerikmäe (Eds.), *The Russian Federation in global knowledge warfare: Influence operations in Europe and its neighbourhood* (pp. 107-122). Springer.
- Ponce, J. (2014). Propaganda and politics: Germany and Spanish opinion in World War I. En T. Paddock (Ed.), *World War I and propaganda* (pp. 292-321). Brill.
- Prendergast, M., & Prendergast, T. (2013). The invention of propaganda: A critical commentary on and translation of *Inscrutabili divinae providentiae arcano*. En J. Auerbach & R. Castronovo (Eds.), *The Oxford handbook of propaganda studies* (pp. 19-27). Oxford University Press.
- Prokop, M. (2023). A redefinition of the essence of social media in Ukraine in the era of Russian aggression of 2022. En A. Turska-Kawa, A. Kasinska-Metryka, & K. Pałka-Suchojad (Eds.), *War in Ukraine: Media and emotions* (pp. 95-110). Palgrave Macmillan.
- Puddington, A. (2003). *Broadcasting freedom: The Cold War triumph of Radio Free Europe and Radio Liberty*. University Press of Kentucky.
- Rawnsley, G. (2013). "Thought-work" and propaganda: Chinese public diplomacy and public relations after Tiananmen Square. En J. Auerbach & R. Castronovo (Eds.), *The Oxford handbook of propaganda studies* (pp. 147-162). Oxford University Press.
- Rid, T. (2007). *War and media operations: The U.S. military and the press from Vietnam to Iraq*. Routledge.
- Rid, T., & Hecker, M. (2009). *War 2.0: Irregular warfare in the information age*. Praeger Security International.
- Rid, T. (2020). *Active measures: The secret history of disinformation and political warfare*. Farrar, Straus and Giroux.

- Richelieu, A. J. du Plessis, Cardinal de. (1995). *Political testament*. University of Wisconsin Press.
- Richter, C. (2024). To inform and deceive: Sensory approaches in the military propaganda of Cold War Germany. En B. Mrozek (Ed.), *Sensory warfare in the global Cold War: Partition, propaganda, covert operations* (pp. 184-202). Pennsylvania State University Press.
- Robinson, P. (2002). *The CNN effect: The myth of news, foreign policy and intervention*. Routledge.
- Robinson, P. (2017). The CNN effect and humanitarian action. En P. Robinson, P. Seib, & R. Fröhlich (Eds.), *Routledge handbook of media, conflict and security* (pp. 186-197). Routledge.
- Rogak, L. (2025). *Propaganda girls: The secret war of the women in the OSS*. St. Martin's Publishing.
- Ronfeldt, D., Arquilla, J., Fuller, G., & Fuller, M. (1998). *The Zapatista "social netwar" in Mexico*. RAND Corporation.
- Ronfeldt, D., & Arquilla, J. (2001). Emergence and influence of the Zapatista social netwar. En J. Arquilla & D. Ronfeldt (Eds.), *Networks and netwars: The future of terror, crime, and militancy* (pp. 171-201). RAND Corporation.
- Ronfeldt, D., & Arquilla, J. (2020). *Whose story wins: Rise of the noosphere, noopolitik, and information-age statecraft*. RAND Corporation.
- Scott-Smith, G. (2008). *Networks of empire: The U.S. State Department's Foreign Leader Program in the Netherlands, France, and Britain 1950-70*. Peter Lang.
- Shannon, C., & Weaver, W. (1964). *The mathematical theory of communication*. University of Illinois Press.
- Shapiro, J. (1999). Information and war: Is it a revolution? En Z. Khalilzad & J. White (Eds.), *The changing role of information in warfare* (pp. 113-148). RAND Corporation.
- Sidebottom, H. (2004). *Ancient warfare: A very short introduction*. Oxford University Press.
- Soroka, S., Fournier, P., Nir, L., & Nir, A. (2016). The impact of news photos on support for military action. *Political Communication*, 33(4), 563-582. <https://doi.org/10.1080/10584609.2015.1133745>
- Spackman, C. (2024). Sniffing the enemy: Chemical detection during the Vietnam War. En B. Mrozek (Ed.), *Sensory warfare in the global Cold War: Partition, propaganda, covert operations* (pp. 203-219). Pennsylvania State University Press.
- Stanley, J. (2015). *How propaganda works*. Princeton University Press.
- Stegmann, U. (2016). The philosophy of communication and information. En L. Floridi (Ed.), *The Routledge handbook of philosophy of information* (pp. 304-318). Routledge.
- Steuer, K. (2014). German propaganda and prisoners-of-war during World War I. En T. Paddock (Ed.), *World War I and propaganda* (pp. 155-180). Brill.
- Sun Tzu. (2008). *The art of war*. Tuttle Publishing.

- Sweet, J. (2024). *Russian hackers and the war in Ukraine: Digital threats and real-world consequences*. Lexington Books.
- Taylor, P. (2003). *Munitions of the mind: A history of propaganda from the ancient world to the present era*. Manchester University Press.
- Thomas, T. (2004). Russia's reflexive control theory and the military. *Journal of Slavic Military Studies*, 17(2), 237-256. <https://doi.org/10.1080/13518040490450529>
- Topor, L., & Tabachnik, A. (2021). Russian cyber information warfare international distribution and domestic control. *Journal of Advanced Military Studies*, 12(1), 112-127. <https://doi.org/10.21140/mcu.j.20211201005>
- TRADOC. (2014). *The human domain and the future of American power*. U.S. Army Training and Doctrine Command.
- Treyger, E., Williams, H., Matthews, L., Holynska, K., Matveyenko, J., Cunningham, D., Goode, T., & Migacheva, K. (2025). *The denazify lie: Russia's use of extremist narratives against Ukraine*. RAND Corporation.
- Tsybulenko, E., & Kajander, A. (2021). The hybrid arsenal of Russia's war against the democratic world. En H. Mölder, V. Sazonov, A. Chochia, & T. Kerikmäe (Eds.), *The Russian Federation in global knowledge warfare: Influence operations in Europe and its neighbourhood* (pp. 173-194). Springer.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. *Science*, 185(4157), 1124-113. <https://doi.org/10.1126/science.185.4157.1124>
- Tzu-Chieh, H., & Tzu-Wei, H. (2020). How China's cognitive warfare works: A frontline perspective of Taiwan's anti-disinformation wars. *Journal of Global Security Studies*, 7(4), 1-18. <https://doi.org/10.1093/jogss/ogac016>
- Vaughn, S. (2011). *Holding fast the inner lines: Democracy, nationalism, and the Committee on Public Information*. University of North Carolina Press.
- Virgilio. (2005). *Eneida*. Gredos.
- Virilio, P. (2009). *War and cinema: The logistics of perception*. Verso Books.
- Wald, P. (2013). The "hidden tyrant": Propaganda, brainwashing, and psycho-politics in the Cold War period. En J. Auerbach & R. Castronovo (Eds.), *The Oxford handbook of propaganda studies* (pp. 109-130). Oxford University Press.
- Wallner, C., Copeland, S., & Giustozzi, A. (2025). *Russia, AI and the future of disinformation warfare*. RUSI.
- Wang, Q. (2021). *The Chinese Internet: The online public sphere, power relations and political communication*. Routledge.
- Wang, J. (2022). *The U.S. Capitol riot: Examining the rioters, social media, and disinformation* [Master's thesis, Harvard University Division of Continuing Education].
- Welsh, D. (2014). Opening Pandora's box: Propaganda, power and persuasion. En D. Welsh (Ed.), *Propaganda, power and persuasion: From World War I to Wikileaks* (pp. 3-18). I.B. Tauris.

- Whately, C. (2021). *A sensory history of ancient warfare: Reconstructing the physical experience of war in the classical world*. Pen & Sword.
- Whyte, C., Thrall, A., & Mazanec, B. (2021). *Information warfare in the age of cyber conflict*. Routledge.
- Wiener, N. (1950). *The human use of human beings: Cybernetics and society*. Houghton Mifflin.
- Wiener, N. (2019). *Cybernetics: Or control and communication in the animal and the machine*. MIT Press.
- Winter, C. (2015). *The virtual "caliphate": Understanding Islamic State's propaganda strategy*. Quilliam.
- Wortzel, L. (2014). *The Chinese People's Liberation Army and information warfare*. Strategic Studies Institute.
- Wylie, J. (2014). *Military strategy: A general theory of power control*. Naval Institute Press.
- Yun, J., & Luna, R. (2023). *How China wins the cognitive domain*. Air University Press.
- Zanini, M., & Edwards, S. (2001). The networking of terror in the information age. En J. Arquilla & D. Ronfeldt (Eds.), *Networks and netwars: The future of terror, crime, and militancy* (pp. 29-60). RAND Corporation.

