



La era digital en Colombia : como el Internet y las redes sociales cambiaron la dinámica política y social

Daniel Enrique Amaya Llamas

Trabajo de grado para optar al título profesional:

Maestría en Estrategia y Geopolítica

Escuela Superior de Guerra “General Rafael Reyes Prieto”

Bogotá D.C., Colombia

2018

TMEYG 2018

008

EJ.2

Ministerio de Defensa Nacional
Comando General de las Fuerzas Militares
Escuela Superior de Guerra



La era digital en Colombia, como el internet y las redes sociales cambiaron la dinámica política y social

Autor

Daniel Enrique Amaya Llamas

Director

Mag. Carlos Álvarez Calderón

Maestría en Estrategia y Geopolítica

Trabajo de Grado

Bogotá - Colombia

2018

La era digital en Colombia, como el internet y las redes sociales cambiaron la dinámica política y social

Daniel Enrique Amaya Llamas¹

RESUMEN

La propaganda científica ha experimentado una rápida evolución gracias al desarrollo de nuevas tecnologías. De todos los avances tecnológicos, ninguno tiene la misma relevancia para la distribución propagandística de gobiernos e instituciones que la aparición del internet comercial. El internet es accesible desde casi cualquier lugar del mundo, un escenario estratégico y operacional sin fronteras, donde cualquier tipo de organización puede actuar de manera rápida y conjunta. En Colombia, las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (en adelante: FARC), son ahora partido político tras la finalización de los acuerdos de paz con el Gobierno. La propaganda científica es protagonista en el escenario político del país por medio del “*ciberactivismo*”², y las tecnologías de la información y la comunicación³ (en adelante: TIC).

PALABRAS CLAVE

FARC, internet, redes sociales, guerra de redes, ciberactivismo, propaganda científica.

ABSTRACT

Scientific propaganda has undergone a rapid evolution thanks to the development of new technologies. Of all technological advances, none has the same relevance for the propaganda distribution of governments and institutions as the appearance of commercial Internet. The Internet is accessible from almost anywhere in the world, a strategic and operational scenario

¹ Profesional en Administración de Empresas de Madonna University en Michigan, Estados Unidos, y candidato a Magister en Estrategia y Geopolítica de la Escuela Superior de Guerra.

² Cortes y Garzón describen el ciberactivismo como el espacio virtual, donde gracias a las TIC, se presenta la apertura de una nueva fuente de expresión de la sociedad. (2017, El ciberactivismo en las revoluciones posmodernas).

³ Dentro de las TICs se pueden incluir: las redes sociales, prensa, radio, televisión, cine y el internet.

without borders, where any kind of institution can coordinate actions and act quickly on them. In Colombia, the Revolutionary Armed Forces of Colombia (from now on: FARC), are now a political party after the conclusion of a peace agreement with the Government. Scientific propaganda is a protagonist in the political scene of the country through “cyber-activism”, and information and communication technologies (from now on: TIC).

KEYWORDS

FARC, internet, social networks, netwars, cyberactivism, scientific propaganda.

Introducción

En la Primera Guerra Mundial (1914-1918), la guerra no solo se llevó contra ejércitos, sino también contra poblaciones civiles en los ámbitos: militares, económicos y propagandísticos. El número de muertos fue enorme y el desgaste psicológico obligó a los gobiernos en guerra a buscar otra arma de combate. Un arma con el fin de desmoralizar al enemigo y darles valor a sus soldados. Esta arma es lo que se conoce como la propaganda científica⁴; campañas de propaganda por medio de panfletos, carteles, caricaturas, fotografías y películas, dando inicio a una nueva era donde la información se convierte en poder. La propaganda científica ha venido siendo utilizada no solo por superpotencias, sino por todo tipo de gobiernos y organizaciones a nivel mundial.

En función de comprender los escenarios del posconflicto colombiano hacia el futuro, es necesario estudiar el papel que desempeñan las TIC, más específicamente el internet y las redes sociales, dentro del contexto social y político colombiano, para de esta forma tener un mejor entendimiento de sus beneficios y consecuencias. El objetivo de este trabajo es presentar un análisis del alcance e impacto que el internet y las redes sociales ofrecen a las FARC para

⁴ Para mayor información de la propaganda científica, ver: Schulze Schneider, I. (2013). Los medios de comunicación en la Gran Guerra: Todo por la Patria. Historia y Comunicación Social, vol. 18. (p. 15-30). Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

transmitir todo tipo de información y propaganda en el ámbito nacional por medio del ciberactivismo.

En la última década, las redes sociales han tenido un efecto particularmente dramático en la transformación de los medios de comunicación y la distribución de información. ¿Cómo pueden el internet y las redes sociales ofrecer una plataforma estratégica para la proyección del partido político de las FARC? Para dar respuesta a esta pregunta, este trabajo utiliza una metodología deductiva, con técnica de rastreo de fuentes bibliográficas, analizadas de forma cualitativa, junto con entrevistas realizadas a especialistas en comunicaciones estratégicas, tanto de las FARC como del Gobierno Nacional.

Considerando lo anterior, el análisis se divide en tres partes para el cumplimiento del objetivo mencionado. En primera instancia se hace una breve descripción de los medios de comunicación utilizados por las FARC durante su proceso transformativo de grupo guerrillero a partido político. En segunda medida, se presentan conceptos e ideas de autores como Arquilla y Ronfeldt, Cortes y Garzón, Torrijos y Otálora, entre otros, para contextualizar el actual escenario de conflicto colombiano dentro de la “guerra de redes” o *netwars*. En tercer lugar, se examinará la relación entre tecnología y como los colombianos se informan por medio de las TIC. Al mismo tiempo, también se examinarán las estrategias digitales por medio de las cuales las FARC hacen propaganda política en busca de su máximo objetivo: la toma del poder. Finalmente, se presentan las conclusiones determinadas a lo largo de la investigación.

Evolución de las comunicaciones de las FARC

Román Ortiz (2006) explica como a partir de los años 60, las FARC surgieron como un grupo armado bajo el fundamento ideológico prosoviético. Su programa político se caracterizaba por ideas populistas, nacionalistas y antiglobalización. Las FARC, al igual que todos los actores

dentro de un conflicto armado, han experimentado una evolución táctica y tecnológica. Antes de los años 80, las FARC se comunicaban por medio de correos humanos los cuales a veces tardaban quince días en llevar un mensaje, y otros quince días en volver con la respuesta.

Olga Marín⁵ recuerda como: “En 1981, la propaganda nosotros la hacíamos con mimeógrafo, tipiábamos en los estenciles unos boletines que siempre han tenido el nombre de “Resistencia” [...], todos tenían máquinas de escribir, las computadoras empiezan a llegar como en el 87, 88” (Comunicación personal, 2 de octubre de 2017).

Las FARC ya tenían también el boletín “Resistencia” circulando trimestralmente a nivel internacional. La publicación estaba repartida en temas de política, economía, mujeres y cultura, y se imprimía en ocho idiomas: inglés, español, portugués, francés, alemán, italiano, sueco y ruso. Marín menciona como “cada grupo que estaba en uno de esos países la mandaba a traducir, imprimir y repartir. Llegamos a unos 16 mil números trimestrales”. Al mismo tiempo, las FARC también trabajaban en su propaganda radial, inicialmente grababan casetes de cinta y los repartían, luego empezaron a transmitir en FM. “Se hacía lectura de documentos importantes para la población, se hacían programas musicales. Comenzamos a aumentar la producción musical, primero con los llaneros, después empezaron los vallenatos, luego armamos una orquesta de salsa” (Comunicación personal, 9 de octubre de 2017).

Todo lo anterior con el propósito de informar a las personas desde un punto de vista específico, con una idea, la cual buscaba generar lealtad política por parte de sus lectores y oyentes. A nivel internacional, demostrar que las razones de las FARC para la lucha armada contra el Estado eran justas. Las FARC, desde sus inicios, han sabido aprovechar las oportunidades que brinda la tecnología. Susana Noguera (2017) resalta que durante la negociación para los acuerdos de paz con el Gobierno, las FARC “se dieron cuenta que existían

⁵ Olga Marín: encargada actualmente de las comunicaciones estratégicas de las FARC.

redes sociales como Twitter e intentaron ponerse al día con este nuevo movimiento digital [...], encontraron en las nuevas tecnologías una manera barata y eficiente de difundir sus ideas” (párr. 19).

Marín menciona cómo desde La Habana, las FARC crearon un equipo de comunicación y divulgación de información, considerando la importancia del internet y las redes sociales a la hora de conectar en tiempo real y acortar distancias:

Desde la selva teníamos mucha dificultad para la difusión, pero desde que se iniciaron los diálogos tenemos equipos de comunicaciones trabajando veinticuatro horas, sobre todo ahora con la imagen audiovisual y las emisoras. Ya tenemos gente nuestra, estudiantes y profesionales que se contratan para los trabajos. (Comunicación personal, 9 de octubre de 2017)

Actualmente, la evolución de las telecomunicaciones por medio del internet y las redes sociales, presentan la oportunidad a las FARC de compartir su propaganda científica. Jorge Ernesto Suárez⁶, citado por Noguera (2017), menciona que las comunicaciones que plantean hoy en día “no son exclusivamente una propaganda de partido sino una estrategia para que la sociedad colombiana empiece a ver la apertura democrática [...], siempre pensamos que las comunicaciones son clave para llegar a la gente de una manera más clara” (párr. 15-17). Esto principalmente con el propósito de promover nuevas maneras de actuar. Noguera (2017), indica que las FARC “tienen un equipo especializado en redes sociales y un grupo de jóvenes que se prepara para asumir como jefes de prensa y asesores de los 10 congresistas” (párr. 13). Los altos

⁶ Jorge Ernesto Suárez: uno de los líderes que prepara las estrategias de redes sociales y comunicaciones del nuevo partido de las FARC.

mandos del partido político de las FARC se presentaran como los “*Robin Hoods*”⁷ en función del pueblo, y de esta manera intentarían alcanzar su objetivo principal: el poder (Arquilla y Ronfeldt, 1996).

Las FARC tienen todas las plataformas virtuales necesarias para promover su agenda política. Según Omar Cortes⁸, el nuevo partido político viene capacitando a sus integrantes en todo lo relacionado a las comunicaciones por medio de las TIC, consideran las plataformas virtuales como una herramienta fundamental para el desarrollo político de la organización, lo cual es visible en el desarrollo de su página web, disponible en varios idiomas. También tienen su propio noticiero y personal profesional capaz de redactar y desarrollar cubrimientos de eventos y noticias, todo con el propósito de globalizar su discurso y crear una percepción social más relevante acerca de la organización (Comunicación personal, 15 de septiembre de 2017).

El nuevo partido político ha venido preparándose para este momento con anticipación. Históricamente han demostrado tener una enorme capacidad de flexibilidad a la hora de adaptarse a los cambios del escenario estratégico colombiano. Thomas X. Hammes, citado por Cesar Niño (2017) resalta que “el cambio en la guerra se debe a factores políticos, económicos y sociales, no exclusivamente militares” (p. 35). Las FARC abandonaron el modelo clásico de guerra de guerrillas, entendieron que por el camino de las armas no iban a lograr sus objetivos, ya que, “o los hombres logran resolver sus conflictos sin recurrir a la violencia, en particular a la violencia colectiva y organizada que es la guerra —exterior o interior--, o la violencia los borrarán de la faz de la tierra” (Bobbio, 1982, p. 18).

La política en Colombia por medio de las TIC y el ciberactivismo

⁷ Robin Hood: personaje del folclore inglés medieval que vivía fuera de la ley, defensor de los pobres y oprimidos.

⁸ Capitán de Navío Omar Cortes, integrante de la subcomisión técnica de fin del conflicto, ex director de comunicaciones estratégicas del mecanismo de monitoreo y verificación, componente de Gobierno.

Si bien las redes sociales han venido tomando fuerza y evolucionando durante la última década, su terminología y potencial habían sido escritos desde principios de los años noventa. Para John Arquilla y David Ronfeldt (1996), la revolución de la información traería cambios radicales en la manera en la que se dan los conflictos entre sociedades. Después de haber creado el término de “ciberguerra”⁹, para discutir implicaciones militares de la guerra cibernética, fue cuando entendieron la necesidad de crear un término para discutir otros conflictos dentro del ámbito virtual en los cuales los actores podían ser o no ser militares. A esto fue lo que llamaron las “guerras de redes” o *netwars*.

Las guerras de redes son un nuevo modo de conflicto a nivel social. Puede no haber conflicto armado en este, sin embargo, si existen organización, doctrina, estrategia y comunicaciones. El protagonismo y/o liderazgo no se presenta por medio de una sola persona, en este caso pueden ser varios líderes y enemigos invisibles, los cuales son difíciles de identificar. Desde la visión de Vicente Torrijos y Juan David Otálora, las amenazas de la guerra de redes y la era de la información “son difusas y dispersas pues no se puede establecer con facilidad el lugar donde emanan sus actuaciones y operaciones. Las redes tienen conexiones en diversas zonas geográficas, pero no están ancladas a un territorio limitado” (2013, p. 97).

Una transformación de la guerra se está presentando, y dicha transformación, llamada por varios analistas como “guerra híbrida”, conducirá a una mayor asimetría de este tipo de conflicto el cual gira en torno a la información y las comunicaciones. La guerra de redes hace parte del conflicto asimétrico que se presenta dentro de la guerra híbrida. Carlos Patiño (2017), menciona que la guerra híbrida es un término usado para “describir y operacionalizar los posibles cambios en la naturaleza y formas de ejecución de la guerra contemporánea” (p. 89). Algunos de estos

⁹ Ciberguerra: termino que hace referencia a la guerra y/o conflictos de mediana y alta intensidad entre grupos militares dentro del ciberespacio. (Arquilla y Ronfeldt, 1996, p. 3).

cambios se presentan en la necesidad de “coordinar acciones como las protestas políticas y sociales, la toma de medidas humanitarias, de información y propaganda, más decisiones políticas y económicas que permitan erosionar el poder de los Estados objeto de atención en esta dimensión estratégica y de intervención” (Patiño, 2017, p. 89).

Manuel Castells (2012) considera que la comunicación y la información son elementales para conseguir el poder, la dominación y el cambio social. Por lo tanto, la batalla fundamental se da en las mentes de las personas. Kristen Magis, citada por Torrijos y Otálora (2013), menciona que los recursos empleados por actores dentro de este conflicto psicológico tienen el propósito de progresar dentro de un entorno caracterizado por el cambio, la incertidumbre, la imprevisibilidad y la sorpresa.

Clausewitz, citado por Niño (2017), define la naturaleza de la guerra como un duelo en una escala más amplia. En este caso particular, dicha escala ocurre en el ciberespacio, dentro del cual se mantiene la esencia de ganar y perder. “La revolución informática está convirtiendo a las redes en una organización efectiva, una con la capacidad de tener efectos sobre la sociedad y su seguridad” (Arquilla y Ronfeldt, 1996, p. 15).

Blanca Hernández Parra, citada por Darío Cortes y Tannia Garzón (2017), considera las TIC como “el conjunto de innovaciones tecnológicas basadas en medios con capacidad de captar información, almacenarla, elaborarla y difundirla, haciéndolas inteligibles y accesibles” (Cortes y Garzón, párr. 7). La evolución constante de estos medios se presenta por la necesidad actual de las personas de estar más conectados y mejor informados. Las TIC “generan un impacto significativo dentro del conjunto social, que se reduce a la constante utilización de los medios, convirtiéndose en un proceso cultural precedido de la emergente necesidad de la sociedad por

acceder y hacer uso de los elementos tecnológicos y comunicativos” (Cortes y Garzón, 2017, párr. 7).

Colombia, al igual que muchos otros países, viven actualmente dentro de un escenario político complejo en el cual la gran mayoría de sus ciudadanos tienen la capacidad de informarse y comunicarse en tiempo real y simultáneo. Las TIC se han encargado de que los ciudadanos ya no sean solo los receptores de mensajes, ahora también tienen la oportunidad de ser el emisor por medio del ciberactivismo, de esta forma, cambiando la relación convencional entre gobierno y población.

La evolución de las TIC, más la inmersión de la sociedad dentro de estas plataformas virtuales, han creado nuevas formas de activismo político. La más reconocida de estas en la actualidad es la que se denomina ciberactivismo. David De Ugarte, citado por Cortes y Garzón (2017), cataloga el ciberactivismo como “toda estrategia que persigue el cambio en la agenda pública mediante la difusión de un determinado mensaje y su propagación de forma verbal (boca a boca), multiplicado por los medios de comunicación y publicación electrónica personal” (párr. 18). Gracias a la interconectividad entre millones de personas que el internet y las redes sociales presentan, hoy en día se tiene la capacidad para relacionarse en tiempo real y constante a través de diferentes medios de comunicación. “Dándose de esta forma la distribución simultánea de mensajes con exposición a debates, reflexiones y nuevos aportes, creando la posibilidad de nuevas protestas y manifestaciones e incluso movilizaciones” (Cortes y Garzón, 2017, párr. 15).

Juan Fernández, citado por Cortes y Garzón (2017), considera que el ciberactivismo se reduce en “una marca que abarca diferentes esferas en las que se involucran significativamente la política, la economía, lo social y lo cultural, donde se reúne un conjunto de herramientas que pretenden impactar de alguna manera dichos entornos” (Cortes y Garzón, párr. 18). De esta

manera, el ciberactivismo, por medio del internet y las redes sociales encuentra su lugar dentro de la sociedad actual.

La estrategia del ciberactivismo comienza al momento de postular una idea y propagarla con la intención de generar un debate social de mayor impacto. Patiño hace referencia a Egipto, donde se presentó un caso particular conocido como “El día de la ira”, una convocatoria creada a través de Twitter y Facebook la cual condujo a radicalizar un clima de enfrentamiento político directo. Esta campaña ciberactivista resultó en “una larga serie de protestas, marchas, acciones de violencia colectiva y enfrentamientos sistemáticos, entre opositores, de muy diverso origen, con disímiles objetivos políticos, y el régimen presidido por Hosni Mubarak” (2017, p. 270-271).

Wael Ghonim relata su historia de cómo en Egipto, la Primavera Árabe comenzó gracias al internet, y el uso de redes sociales propulso la revolución cuando decidió crear una página de Facebook anónima dedicada a compartir noticias que el régimen no quería que los egipcios conocieran. Esta página de Facebook llamó a una acción colectiva la cual resultó en una marcha de más de 100 mil personas en las calles del Cairo, y eventualmente acabo con el régimen¹⁰ (2015, en TED Talks). Una novedad en las protestas de Egipto fue que entre los manifestantes predominó la juventud. Y aunque los opositores y manifestantes al final consiguieron el resultado deseado, esta protesta tuvo un alto costo en números de muertos y heridos. Los enfrentamientos en diversas partes del país llegaron a parecer el surgimiento de una guerra civil.

Antes de que se diera inicio a la revolución tecnológica, las manifestaciones en las calles eran el inicio de las protestas y su origen se daba en plazas públicas. Actualmente, las manifestaciones se hacen a través del internet, particularmente por medio de Twitter y Facebook, donde los usuarios comparten todo tipo de opiniones y noticias. Algunas con más credibilidad que otras. Eventualmente, cuando las redes sociales ya no son suficientes la gente decide salir a

¹⁰ En Egipto fue derrocado el entonces Presidente y dictador Muḥammad Ḥusnī Sayyid Mubārak.

marchar. Este tipo de acciones ciberactivistas ya se han visto en países como Egipto, Venezuela y Colombia. Es la evolución de la protesta. Michael Howard, citado por Miguel Ángel Centeno (2014), enfatiza la razón por la cual esta es una situación preocupante, ya que en Latinoamérica se tiene “una predisposición cultural a la guerra”. Por lo tanto, sociedades, regiones y épocas en particular pueden estar predispuestas culturalmente al conflicto (p. 120).

En Colombia, durante los últimos años se vive bajo un contexto de polarización política y las redes sociales han estado dedicadas a informar y desinformar a sus ciudadanos. En abril de 2017 se vio por todas las ciudades del país como se concentraban las personas para manifestar sus opiniones respecto al proceso de paz. Todo este movimiento que se dio a nivel nacional fue generado por el Ex-Presidente, Álvaro Uribe Vélez, desde su cuenta de Twitter en donde publicó un video invitando a todos los colombianos a marchar. “La situación del país es muy grave. Están consolidando la entrega al terrorismo. La salida a las calles es una necesidad para defender la democracia” (2017, Semana).

El video generó distintas reacciones en las redes sociales, por una parte, unificó a los ciudadanos descontentos con las acciones del actual Gobierno, quienes al igual que el Ex-Presidente Uribe creen que las FARC y su partido político pueden traer al país un futuro similar al de Venezuela. Por la otra, opositores del uribismo¹¹ señalaron a esta convocatoria como la marcha contra la paz en Colombia, de esta forma generando mucha tensión política entre colombianos. Las redes sociales, espacio virtual donde se manipulan las ideas, son el nuevo campo de batalla. El terreno físico ya no es el único lugar donde se luchan las guerras. Niño lo resalta de manera contundente, “el componente psicológico es el nuevo teatro de violencia” (2017, p. 39).

¹¹ Uribismo: hace referencia al apoyo popular a las políticas del Ex-Presidente Álvaro Uribe Vélez (2002-2010).

De acuerdo con Castells (2012), la batalla por el poder se juega en la mente por medio de comunicaciones e informaciones las cuales generan sentimientos e impulsan la toma de decisiones, por lo tanto, existe una relación básica entre comunicación y poder. Las redes sociales ayudan a surgir y unificar movimientos de masas, sin embargo, también pueden llevar a una intensa polarización ya que facilitan la difusión de noticias falsas, rumores y discursos llenos de odio. Patiño considera que “las TIC, lejos de cumplir con las profecías de la unificación, crearon entornos de proliferación de las diversidades y la ampliación de su reivindicación” (2017, p. 55). Para Ghonim “fue muy claro entender que la polarización es principalmente impulsada por nuestro comportamiento humano, sin embargo, las redes sociales moldean este comportamiento y aumentan su impacto” (2015, en TED Talks).

La Primavera Árabe, al igual que las marchas en Colombia, y las protestas en las calles de Venezuela demuestran la capacidad de alcance y el tipo de impacto que las redes sociales pueden crear en la actualidad por medio del ciberactivismo. Marcos Peckel explica que en la guerra ya no se trata de “conquistar territorios, ni ocupar islas desiertas, ni disputar batallas épicas, sino crear pánico, amedrentar a la población, despojarla del sentimiento de seguridad colectiva” (2016, párr. 1).

Las redes sociales en función de las FARC y la educación de los colombianos

Antes de que existieran el internet y las redes sociales, las principales formas de comunicación para cambiar e influenciar la mente de los ciudadanos eran la prensa escrita, televisión y radio¹². Enric Saperas, citado por Álvarez (2017), determina el papel de los medios de comunicación como “las formas de orientación de la opinión pública, la agenda de temas predominantes que reclaman dicha atención y su discusión pública posterior” (p. 43). Hoy en día,

¹² Los medios de comunicación convencionales siguen jugando un papel relevante en la creación de cultura y conciencia dentro de la sociedad colombiana. Por esta razón, las FARC se aseguraron que dentro de los acuerdos de paz se les otorgara 31 emisoras en FM, bajo la modalidad de interés público (Semana, 2016).

la revolución tecnológica creada por las redes sociales ha rediseñado el campo político y la manera en la que organizaciones políticas recaudan y distribuyen información a todo tipo de audiencias.

La guerra de redes hace referencia a conflictos y dilemas sociales los cuales serán discutidos principalmente en el internet. Patiño considera que “la información y creación de las redes para acceder a ellas marcan una diferencia clave entre sociedades más y menos desarrolladas en el marco del siglo XXI” (2017, p. 219). El mundo es cada vez más dependiente de la información, es por esto que el internet, las redes sociales y otras aplicaciones se han convertido en la mano derecha de las personas a la hora de informarse o tomar cualquier decisión.

Carlos Álvarez (2017) resalta que “la cantidad de horas dedicadas a la comunicación por internet, el total de conexiones y el volumen de documentos disponibles, consultados o descargados, han registrado un incremento extraordinario” (p. 45). Según el Reporte de Industria del Sector TIC 2016, en los últimos siete años Colombia tiene 28 millones de conexiones a internet. El reporte también menciona que las tecnologías de cuarta generación (4G) son las más usadas en el país, el celular es el medio preferido para conectarse, y las aplicaciones que más frecuentan los usuarios son las redes sociales y mensajería, junto a la consulta de información (Reporte de Industria del Sector TIC 2016, CRC).

Christakis menciona que tener un entendimiento profundo de las redes sociales va más allá de saber manejar una plataforma virtual. Por medio de estas redes se pueden entender todo tipo de fenomenologías como “el crimen, la guerra, las crisis económicas, la adopción de la innovación, entre otros. Creamos redes sociales por que los beneficios de una vida conectada son mayores al costo de una vida sin estos” (2010, en TED Talks).

En la actualidad, las sociedades, especialmente los jóvenes, son menos ingenuos. El internet y las redes sociales han presentado la oportunidad de estar siempre informados. El uso de redes sociales como Twitter, Youtube, Facebook e Instagram, entre otras, y aplicaciones como WhatsApp, han cambiado la dinámica no solo de cómo las personas se comunican y se informan, sino también de cómo partidos políticos conducen sus campañas. Para Javier Corredor es claro que las redes sociales “han modificado la forma en que se producen la interacción interpersonal y la expresión de la identidad individual. La interacción en las redes tiene cuatro características básicas: Persistencia, simultaneidad, linkabilidad¹³, y el hecho de la narrativa interior es pública” (Corredor, et.al, 2011, párr. 9).

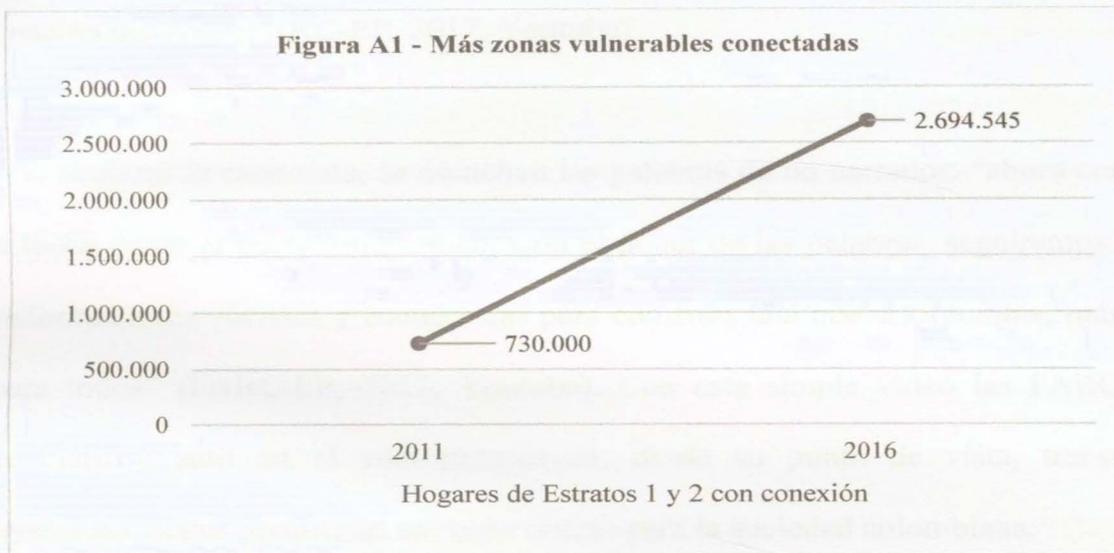
Este tipo de plataformas son claves en el escenario estratégico de las FARC no solo para generar un ámbito de polarización crítica, debilitar la legitimidad del Estado, Gobierno e instituciones públicas, sino también para alcanzar sus fines por medio de la acción política. Jorge Arnoletto (2007), define la acción política como el “conjunto de actos dotados de sentido y significación política, o sea relacionados con la conquista y ejercicio del poder, para la construcción de un orden social deseable según la idea de quienes los realizan” (p. 2).

Las redes sociales serían el medio de comunicación perfecto para compartir mensajes cortos, accesibles e ilimitados por medio de los cuales las FARC harían ver el trabajo del Gobierno actual (congreso, cortes y demás partidos políticos) como fallido. Las clases sociales menos favorecidas son vulnerables y fácilmente influenciables, ya que no tienen conocimiento ni puntos de referencia para comparar lo que se les dice. Para William Ospina la razón por la cual muchos gobiernos de turno nunca le dieron prioridad a la educación, se debe a que “si la servidumbre se vuelve educada, la perdemos como servidumbre, si se vuelve informada empieza

¹³ Linkabilidad: “la posibilidad de usar links para asociar contenidos a los perfiles personales y a las acciones dentro de la red social” (Corredor, 2011, párr. 9).

a meterse en lo que no debiera, si asume una actitud crítica frente a las cuestiones sociales, se hace incómoda y mortificante” (2013, p. 48-49).

Las FARC conocen esta realidad y la explotarán en su estrategia de cambio por un país más equitativo. Un país en el cual se cruza por una era de mayor conectividad virtual en la gran mayoría de sus sectores sociales. El Reporte de Industria del Sector TIC 2016, demuestra el aumento en los últimos cinco años de los estratos 1 y 2:



Nota: Elaboración propia a partir de datos tomados del Reporte de Industria del Sector TIC 2016, CRC).

Teniendo en cuenta estos datos, las FARC han venido generando campañas de promoción virtual por medio del internet y redes sociales para llegar de manera simultánea a casi todos los rincones del país. En su cuenta oficial de Youtube, las FARC publican un video titulado “Las FARC-EP de cara al futuro”. El video es una entrevista al comandante Carlos Antonio Lozada, quien dice:

En la medida en que el país ha ido cambiando, se ha ido transformando, pues necesariamente también las FARC con el país ha ido cambiando, se ha ido transformando y siempre hemos mantenido esa lucha por la justicia social, por las transformaciones

estructurales que permitan que surja un nuevo país, una nueva nación en Colombia. En lo político estamos pensando y proyectando que una vez hecha la dejación de las armas, salgamos a la luz pública como un proyecto político amplio, alternativo, que congregue, digamos, ese anhelo nacional de cambios y transformaciones que largamente ha estado aplazado. Estamos seguros que este proceso, después de la implementación de los acuerdos, va a sentar las bases para que Colombia pueda llegar en poco tiempo a ser una nación distinta. (FARC-EP, 2017, Youtube)

Al finalizar la entrevista, se escuchan las palabras de un narrador: “ahora continuaremos nuestra lucha desde el escenario político. Con el poder de las palabras, seguiremos impulsando las transformaciones sociales y económicas para construir una nueva Colombia, más próspera y justa para todos” (FARC-EP, 2017, Youtube). Con este simple video las FARC envían un mensaje claro y sutil en el cual promueven, desde su punto de vista, transformaciones estructurales las cuales permitirán un mejor futuro para la sociedad colombiana.

El internet le ha permitido a las FARC tener una mejor conexión con seguidores en redes sociales a nivel nacional e internacional. Las redes sociales les han ayudado a generar una imagen distinta a la que Gobiernos y páginas web como Wikipedia han compartido sobre la organización durante mucho tiempo. Actualmente, por medio de su pagina web, las FARC se presentan¹⁴ ante el mundo de la siguiente manera:

Hoy más que nunca levantamos las banderas de la paz y la reconciliación entre los colombianos. Queremos conseguir de las clases dominantes el compromiso definitivo de erradicar la violencia como respuesta a la inconformidad popular. Queremos que en nuestro país se configure la más amplia democracia política, que se pueda hacer política

¹⁴ Para leer el texto completo, visitar: <https://www.farc-ep.co/nosotros.html>

sin peligro de ser asesinado [...], hacemos parte de la marea mundial contra el imperialismo y el neoliberalismo, contra la guerra, contra la destrucción del medio ambiente, contra el patriarcado y toda forma de discriminación entre los seres humanos. (FARC-EP, s.f., párr. 7-8)

Torrijos y Otálora hacen la observación de que las FARC “han empleado las TIC como uno de sus soportes para el intercambio y difusión de sus ideales, pretendiendo la interconexión de las realidades locales con los discursos globales en aras de obtener simpatizantes a su causa” (2013, p. 96-97). Las nuevas tecnologías como el internet y las redes sociales han traído consigo un cambio dentro de las estructuras sociales y políticas nunca antes visto. María Fernández y Francisco Paniagüa, citados por Cortes y Garzón (2017), definen el fenómeno que se viene presentando en Colombia en los últimos años por medio del ciberactivismo, el cual aprovecha las ventajas de la tecnología para difundir un mensaje e:

Intenta hacer visibles las problemáticas que no están en la agenda pública, organizar acciones que busquen fortalecer una organización política. [...], Acciones cuyo objetivo principal sea el cambio social y la participación colectiva activa. Es por ello que hoy día, movimientos sociales y ciberactivismo, van de la mano. (párr. 21)

Son notables los esfuerzos de las FARC para actuar efectivamente en el campo de la guerra de redes. Niño explica que este nuevo campo de batalla “configura un aspecto fundamental de un nuevo terreno de la violencia. No es el campo físico de batalla, sino un campo mental de constante esquizofrenia” (2017, p. 38). Este campo mental de batalla aparece gracias a

la evolución de la tecnología y de nuevas formas de interacción virtual, las cuales le permiten a las personas, sin importar donde estén, mantenerse conectados y al día con sus intereses.

Las redes sociales permiten tener la oportunidad, no solo de conocer otros puntos de vista fuera de la percepción personal, sino también de expresar opiniones frente a una audiencia gigantesca. Al mismo tiempo, pueden discutir no solo ideas personales sino también las de las figuras importantes de sus respectivos países u otros. Usuarios pueden denunciar lo que consideran injusto, ilegal e inmoral. Moisés Wasserman menciona que “nunca tuvimos tan fácil acceso a ideas diferentes. Las redes sobrepasaron las fronteras locales y nacionales. Con ellas nos acercamos a la utopía ética de “toda la especie, una sola tribu”” (2017, párr. 4).

Por lo tanto, se puede concluir que, dentro del escenario de la guerra de redes, las FARC tienen la oportunidad de actuar en busca de sus intereses por medio de acciones ciberactivistas. Estas acciones pueden recibir el apoyo de la sociedad, más específicamente por medio de usuarios virtuales y hackers los cuales tienen un mayor dominio y conocimiento del ciberespacio dentro del cual vive la sociedad. Por medio del desarrollo de un nuevo activismo político las FARC encontrarán oportunidades de imponer control sobre la vida política nacional (Torrijos y Otálora, 2013).

De todas las redes sociales, Twitter y Facebook son las más instrumentales a la hora de organizar una campaña política por su modelo de uso, el cual es basado en compartir información. Estas plataformas crean mucha opinión pero tienen poca credibilidad, permiten que las personas se unifiquen según sus intereses, interactúen y divulguen cualquier tipo de información que les sea relevante. Scott D. McClurg considera que las redes sociales influyen en las personas a la hora de tomar la decisión de participar en política, “la interacción social crea

oportunidades para que individuos reúnan información acerca de política que les permita entender más allá de sus limitaciones de recursos” (2003, p.1).

Las redes sociales no solo ofrecen acceso inmediato a todo tipo de información, también ofrecen una oportunidad para tumbar las barreras del conocimiento y aumentar la participación política de la sociedad. “Al incrementar la cobertura de redes se logra ampliar la participación de los ciudadanos a través de los medios digitales, que se resume a una mayor contribución de una sociedad más informada” (Cortes y Garzón, 2017, párr. 28). Ghonim explica que “por lo menos, una de tres personas en el planeta tiene acceso al internet” (2015, en TED Talks). Y en un futuro cercano, este número seguirá incrementando gracias a pioneros de esta industria, como lo es Facebook.

El periódico argentino La Nación reporta que la empresa actualmente ha terminado con éxito el segundo vuelo de su dron solar autónomo “Aquila”, el cual tiene como función ser una antena voladora para brindar conectividad en zonas donde no es rentable hacerlo con antenas 4G o cableado (2017, párr. 1-4). Lo que quiere decir: más conexión, interacción, opiniones, debate, evolución, más oportunidades para difundir propaganda política.

El internet y las redes sociales permiten entender y conocer los hábitos de los usuarios dentro del ciberespacio, de esta forma generan una oportunidad de desarrollar campañas políticas más efectivas. Las redes sociales presentan la oportunidad para las FARC de tener al alcance de sus manos una gran cantidad de recursos de mercadeo, reacción, y divulgación de información. Fabián García, citado por Andrea Rios (2017), considera que “entender como, en donde, y por cuanto tiempo se conectan los diferentes perfiles, es la data relevante que permitirá generar contenido en un momento oportuno que impulse a una relación más duradera” (2017, párr. 9).

Las comunicaciones estratégicas de las FARC comprenden la necesidad y el potencial que esta tecnología les ofrece, y es notable que han hecho significativos esfuerzos para mejorar su proyección de imagen ahora en las redes. Por medio de la narrativa digital, las FARC buscaran educar sectores de la sociedad con su propaganda e interpretación del conflicto colombiano. El internet y las redes sociales se prestan para todo; por ejemplo, las FARC pueden generar grupos que difundan su ideología, al mismo tiempo, otros grupos que racionalicen su actuar revolucionario durante varias décadas.

Las FARC van a implementar un modelo simple pero efectivo. Además de su constante crítica respecto a todo lo que hace el Gobierno, seguirán promoviendo nuevas ideas políticas para el país y también se dedicarán a escuchar a las masas, lo cual es fundamental. Lo hizo Hitler en Alemania¹⁵ y lo vienen haciendo las FARC en Colombia. Escuchan y consideran las necesidades del pueblo, lo que les molesta, el cambio que les gustaría ver, con esta información las FARC van modificando y adaptando su discurso político a las necesidades y frustraciones de los futuros votos. El nuevo partido político tiene “una clara vocación de producir mensajes, reinterpretar valores [...], difundir su visión y generar escenarios deseables por el resto de la sociedad, comprometiéndose y comprometiando a otros en torno a ideas fuerza que confluyen en tendencias estratégicas de largo aliento” (Torrijos y Otálora, 2013, p. 102).

Rodrigo Londoño, alias “Timochenko”, jefe máximo de las FARC, publicó en su cuenta oficial de Twitter el siguiente mensaje: “#DeLasArmasALasPalabras el compromiso de las @FARC_EPueblo es seguir trabajando por una Colombia en paz y con justicia social”

¹⁵ Técnicas de propaganda incluían imágenes fuertes y mensajes simples que los nazis explotaron para consolidar el poder y promover la unidad nacional. La propaganda nazi facilitó el rápido ascenso del Partido Nazi a una posición de prominencia política y finalmente, al control de la nación (Enciclopedia del Holocausto, s.f.).

(Londoño, 2017, en Twitter). El tweet (en adelante: tuit¹⁶) va acompañado de un video el cual es una compilación de imágenes: banderas de Colombia, soldados y guerrilleros dándose la mano de manera indiferente, guerrilleras jugando futbol y niños dibujando palomas de paz. Estas imágenes se ven al tiempo con la siguiente narración:

Que en esta guerra no existen vencedores, ni vencidos. El pueblo de este país esta harto de violencia, de los estigmas y los señalamientos, quiere y exige cambios profundos. La primera demanda nacional es que se ponga fin al uso de las armas en la política. Que la vida, la integridad personal, la libertad del movimiento y pensamiento sean reales. A fin de desatar la edificación de la convivencia democrática, la paz y la justicia social en nuestro país. A nuestros adversarios públicos, nuestro respeto, nuestro ramo de olivo, nuestra invitación fraternal a convivir en la diferencia. No habrá mas violencia entre colombianos por razones políticas. Creemos indispensable, que para el bien del país, la palabra sea la única arma que nos permitamos usar los colombianos. (Londoño, 2017, en Twitter)

El video termina con un logo que lee “FARC-EP, la paz está en nuestro corazón.” La narración y el mensaje de este video son interesantes, se puede ver como las FARC incluyen en su totalidad al “pueblo” y los presentan como inconformes respecto a las decisiones tomadas por el Gobierno. Los invitan en medio de frases de esperanza a exigir cambios profundos. Las FARC están implementando el ciberactivismo, el cual según Cortes y Garzón (2017), “se caracteriza por incluir ideas opositoras en contra de ciertas estructuras, en su mayoría de carácter político, constituyéndose así como una acción con repercusión netamente política” (párr. 29).

¹⁶ Tuit: uso de la palabra “tweet” en Español, la cual hace referencia a una publicación realizada en la red social Twitter.

Por otra parte, dentro de este tuit hay un elemento más importante que el video, y es el uso del *hashtag*¹⁷. Los hashtags agrupan una idea dentro de una misma categoría: #DeLasArmasALasPalabras se convierte en dicha categoría en Twitter, y dándole *clic*¹⁸ a esta frase sin espacios se puede acceder a todos los tuits y usuarios que la han utilizado. El hashtag es fundamental a la hora de querer discutir un asunto específico y generar tendencias, se utiliza en las redes sociales más populares. Otro elemento popular en redes sociales para agregar contenido y significado a un mensaje es el meme.

En la actualidad se está presentando un fenómeno en las redes sociales en el cual los usuarios se educan por medio de mensajes cortos que leen en memes y esto se convierte en razón y argumento para sus futuras discusiones. Los memes son fáciles de digerir visualmente ya que contienen mensajes cortos e imágenes que los apoyan. Los usuarios los retwittean¹⁹ (en adelante: RT) (Twitter), comparten (Facebook y WhatsApp), y publican (Instagram) como fotos. Un meme puede darle la vuelta al país en cuestión de horas, no solo por tener un mensaje contundente, sino también porque las redes sociales presentan oportunidades para pagar por distribuir información a todo tipo de audiencias.

La financiación es una necesidad primordial para que organizaciones como las FARC logren materializar sus ideas a largo plazo. The Economist publicó un artículo en 2016 afirmando que la fortuna de las FARC ascendía a 10.000 millones de dólares (González Martín, 2017). Torrijos y Otálora destacan que la capacidad de resistencia de un actor político como las FARC “obedece en gran parte a la financiación de sus actividades, por lo que acciones delictivas

¹⁷ Hashtag: palabra del inglés traducida al español como ‘etiqueta’. Hace referencia a la palabra o la serie de palabras o caracteres alfanuméricos procedidos por el símbolo #, (#DeLasArmasALasPalabras) usado en determinadas redes sociales.

¹⁸ Clic: se usa en informática para hacer referencia a la acción de pulsar los botones del ratón de un computador. (RAE).

¹⁹ Retweet (RT): La acción de compartir con los seguidores el tuit de otro usuario. Retwittear da difusión a las opiniones de otros usuarios dentro de la plataforma Twitter.

como el narcotráfico, la extorsión, el tráfico de armas y órganos permiten una serie de recursos constantes que a lo largo del tiempo sostienen la organización” (2013, p. 91).

Estos ingresos ilícitos han hecho de las FARC la organización guerrillera, y ahora política, más duradera en la historia latinoamericana. Bakker, Baab & Milward, citados por Torrijos y Otálora (2013), resaltan que las FARC “fueron capaces de utilizar sus recursos financieros para adquirir equipos de alta tecnología, todo pagado con los ingresos de la droga que les permitió comunicarse y coordinar sus actividades” (p. 108).

Considerando lo anterior, las FARC tienen la oportunidad de hacer propaganda positiva y negativa gracias a la información analítica que las diferentes redes sociales ofrecen acerca de sus seguidores. De esta manera pueden crear y personalizar sus mensajes para diferentes audiencias teniendo ya una idea de cómo ganar su atención. Al mismo tiempo, pueden gestionar campañas de propaganda dentro de las cuales se contratan a cientos de personas, algunas por tener altos números de seguidores en redes sociales, otras para que creen cuentas falsas, ambas con el mismo objetivo, el cual es comentar y divulgar información, sea esta falsa o verdadera, y que vaya de acuerdo con su agenda política. Casos ya se han visto en países como Rusia, donde las campañas de propaganda crean noticias para manipular la opinión social y destruir la imagen de sus enemigos.

Normalmente en este tipo de campañas se utilizan los videos, que son cada vez más populares debido a que cuesta poco esfuerzo verlos y recibir la información. En Youtube, los actores detrás de una campaña de información/desinformación pueden publicar un video y en menos de un día asegurarse de que este ya tenga más de cinco millones de reproducciones. Esto es posible por medio de la compra de “vistas” o reproducciones, y el uso de cuentas con grandes números de seguidores, o, cuentas falsas para divulgarlo.

Este video luego es publicado de manera gratuita en Twitter, Facebook, Instagram, y otras redes sociales. Teniendo en cuenta que estas redes permiten a sus usuarios pagar para promover contenidos y que estos lleguen a un mayor número de audiencias, un video con un título llamativo se convierte en una fuente de información relevante, no porque la tenga, pero porque tiene un gran número de reproducciones el cual le da notabilidad y genera interés en los usuarios que lo ven dentro de sus redes. Y así el video comienza a hacerse viral, hasta el punto que los canales de televisión, prensa y radio también lo comparten o lo discuten.

Estas plataformas virtuales, por otra parte, ofrecen un acceso invaluable a conocer como las sociedades reaccionan a las controversias del día a día, de esta manera permitiéndole a las FARC hacer ajustes a sus campañas en tiempo real, sin tener que gastar un centavo en consultas o encuestas. Desde la perspectiva de la sociedad, Corredor considera que las redes sociales “permiten articular formas de acción colectiva, cognición distribuida y activismo político a bajo costo, lo que a su vez democratiza las posibilidades de organización y transformación social por fuera de los canales oficiales” (2011, párr. 16).

Esta transformación social no sería tan eficaz si no existiesen las redes sociales. Los medios de comunicación convencionales pueden reportar desde una perspectiva distinta a la de las FARC, es por esta razón que tener la oportunidad de ser ellos mismos quienes difunden su propia información es fundamental para sus objetivos. Para Cortes y Garzón (2017), el internet y las redes sociales han logrado una transformación de las comunicaciones y “un nuevo resurgir en el aspecto político para la sociedad [...], arrebatándoles a los medios masivos de difusión la hegemonía informativa y narrativa, dando espacio a un activismo comunicativo que busca una mejor y mayor forma de expresión” (párr. 29).

El 2 de mayo de 2017 las FARC utilizan su canal oficial de Youtube para promocionar el nuevo libro de Londoño, titulado El Último Guerrillero. En el video aparece el máximo jefe de las FARC hablando directamente a la cámara, expresando como su libro es un aporte para que los colombianos sueñen por una Colombia nueva y distinta: “una Colombia donde haya pan en la mesa de todos los colombianos, una Colombia donde se respete el derecho a disentir, una Colombia donde no se asesine al adversario, donde no se le desaparezca, una Colombia en paz” (FARC-EP, 2017, Youtube). En este caso particular, las FARC publican primero en su cuenta oficial de Youtube, pero utilizan todas sus otras redes sociales para difundir el mensaje y así llegarle a todas sus audiencias.

Escribir en Twitter y Facebook le permite a las FARC un oportunismo político de usar cualquier situación: desastres naturales, ataques terroristas, tragedias nacionales e internacionales, para su favor y beneficio. Aprovechando la actual situación de Venezuela y las declaraciones hechas por el Presidente Juan Manuel Santos, Iván Márquez publica en su cuenta oficial de Twitter el siguiente mensaje, “nos duele en el alma la amarga ingratitud del Gobierno Santos hacia Venezuela y su Gobierno que tanto ha hecho por la paz de Colombia” (Márquez, 2017, en Twitter). Más que querer demostrar su apoyo al Gobierno venezolano, Márquez aprovecha la situación sabiendo que generará opinión, discusión y difusión en redes sociales y medios convencionales de comunicación.

Danah Boyd, citada por Corredor (2011), considera las redes sociales como “amplificadores de las interacciones ya existentes en la vida offline²⁰”, ya que dichas redes permiten una distribución de copias ilimitadas de información (párr. 16). La difusión de este tuit llegará de manera casi inmediata a todas las otras redes sociales. Es común que un tuit se convierta en una foto o en un meme y se vuelva viral en Facebook, Instagram y WhatsApp. Esto

²⁰ Vida offline hace referencia a la vida y actividades cotidianas fuera del ciberespacio y las redes sociales.

genera que todos los usuarios de distintas plataformas vean el mensaje con el nombre del usuario quien lo escribió principalmente, y compartan o no la opinión, irán a Twitter para darle más difusión, sea discutiéndolo o compartiéndolo.

Para Cortes y Garzón, “las redes sociales y la tecnología han invadido el escenario político, influenciando de manera constante la acción de hacer política y causando efectos significativos en todos los elementos que se involucran” (2017, párr. 35). José Roca, citado por Cortes y Garzón (2017), considera que el internet y las redes sociales son un medio para alcanzar objetivos políticos y sociales transformadores al mediano y largo plazo (párr. 40). Para demostrar la realidad de esta situación, se pueden tomar como ejemplos los casos de Rusia y del Estado Islámico. Por una parte, Rusia tiene varios proyectos de información, presentando sus noticias en más de 45 idiomas por medio de páginas web, televisión y radio. “Esta estructura de medios, en el contexto de una guerra de información, tiende a crear divisiones en la audiencia [...], promueve una ola de aceptación cultural [...], y genera apoyos civiles claves” (Patiño, 2017, p. 86).

El uso apropiado de la información fue crucial para las victorias rusas en Georgia y Ucrania, estas acciones por medio de la tecnología garantizaron un poder político expansivo para el Gobierno de Moscú. Por otra parte, el Estado Islámico también tiene un centro de comunicaciones dedicado a presentar información para el público occidental en diferentes idiomas, con el propósito de difundir su ideología a nivel global. Regulan con precisión la información que sale, controlan periodistas nacionales e internacionales y la información que estos pueden reportar (Patiño, 2017, p. 337). Patiño resalta como el Estado Islámico:

Se ha preocupado de gestionar redes sociales como Twitter y Facebook, además de aplicaciones para teléfonos inteligentes, a la vez que ha montado canales de televisión y

estaciones de radio dirigidos tanto a presentarse internacionalmente como a crear una operación de medios que permita imbuir sus convicciones ideológicas y políticas en las ciudades y regiones que gobierna. (2017, p. 340)

Estos escenarios internacionales demuestran la efectividad de la manipulación de la información, y como el control de los medios de comunicación viene siendo una práctica amplia en varios regímenes y en Estados con vocación de controlar la política²¹. Presentan un modelo de acción para las FARC, quienes continuarán la difusión de información y crítica con el objetivo de continuar creando desestabilización y polarización mientras que su estrategia hacia la toma del poder avanza. Las comunicaciones y sus distintos medios de difusión tuvieron un papel primordial para las FARC durante el conflicto armado, ahora tienen uno mucho más relevante dentro de la guerra de redes.

El lado negativo de las TIC

La capacidad de conexión, distribución y acceso a información, estudio y análisis de usuarios, son todos aspectos positivos que presentan las redes sociales. Sin embargo, estas plataformas virtuales que han venido revolucionando la forma de interactuar e informarse también tienen un lado negativo. Wasserman habla acerca de los 'filtros de burbuja'. Esta es la definición del proceso selectivo de redes sociales como Twitter, en donde algoritmos solo presentan información que consideran es relevante para un usuario, basado en su historial e interacciones (2017, párr. 6). Al mismo tiempo, estos algoritmos se encargan de esconder usuarios y/o información con ideas contrarias, creando de esta manera un aislamiento a otras realidades.

²¹ Regímenes y Estados con vocación de controlar la política, interna y externa, han sido demostrados en países como Venezuela con la cadena de televisión Telesur.

Moisés Naím, considera que “aunque existe el mito de que las redes nos exponen a puntos de vista más diversos, eso no es así en la práctica. En parte, es culpa del diseño mismo de las redes sociales, donde unos algoritmos, unos cálculos informáticos, deciden que mostrarnos” (Naím, 2017, en Twitter: EfectoNaim). Lo anterior es muy cierto, las redes sociales tienen un modelo algorítmico el cual se asegura de mostrarle al usuario el tipo de información que más frecuente mientras esta usando el internet.

El propósito de solo mostrarle a usuarios lo que más les gusta ver, es mantenerlos conectados por un mayor tiempo. Por otra parte, estos algoritmos también se encargan de censurar o esconder el tipo de información y/o usuarios que tienen opiniones distintas. Twitter, por ejemplo, tiene la opción de “silenciar” usuarios para que estos nunca aparezcan en el *timeline*²² de otro usuario. Para Naím, “este efecto, conocido como cámaras de resonancia, refuerza nuestra propia visión del mundo y aumenta la polarización. Y no solo son los algoritmos: en las redes la gente tiende a buscar amigos y fuentes de noticia que compartan su punto de vista” (2017, en Twitter: EfectoNaim).

Las personas se unen en redes sociales por creencias y pensamientos que los identifican a los unos con los otros. Muchos usuarios solo aceptan información que refuerce su manera de pensar y vivir. En todas las redes sociales los usuarios tienen derecho a elegir qué tipo de cuentas siguen y que información reciben. Esto se ve en Facebook por medio de “amigos”, en Youtube por medio de “suscripciones”, y en Twitter e Instagram por medio de “seguidores”. Si algún usuario comparte una opinión polémica la cual no va de la mano con la ideología de otro usuario, lo único que este tiene que hacer es darle clic a un botón y su red social queda libre de esa persona e información no relevante para sí mismo.

²² Timeline: la pagina principal de la red social Twitter en donde aparecen los mensajes (tuits) de todos los usuarios a los que se sigue.

Las redes sociales presentan otro problema, el cual no es visto con la seriedad que se debería. Roberto Pombo argumenta que en el mundo digital los usuarios sienten el derecho de poder expresarse como ellos quieran por medio de: falsas acusaciones, ofensas y amenazas de muerte sin ninguna consecuencia. “La calumnia es la calumnia. Es decir, es un comportamiento humano: las falsas acusaciones o las ofensas son las mismas sin importar donde se digan. Pero, acá se piensa que si es internet, vale todo” (Restrepo, 2017, párr. 26). Decir mentiras, insultar a otra persona, buscar una pelea, todos estos son impulsos humanos y gracias a la tecnología solo se necesita un clic para cumplirlos.

El simple hecho de que una persona pueda estar escondida detrás de un perfil sin foto, o nombre propio en cualquier red social, le da al usuario la confianza de expresarse de maneras en las cuales normalmente no lo haría. Esta libertad de expresión virtual puede brindarle la confianza para comenzar a hacerlo en persona. Juan Sebastián Rozo, citado por Álvaro Montes (2017), menciona que “el mundo virtual es real; ser agresivo en internet implica ser agresivo también en la vida real. Lo que decimos y hacemos en el mundo virtual tiene efectos en la vida real” (párr. 8).

Ghonim concluye que en la actualidad existen varios factores los cuales afectan el uso productivo de redes sociales. Los usuarios no saben diferenciar entre un rumor y la verdad. Si el rumor confirma la manera de pensar de un usuario, entonces debe ser verdadero. Las cámaras de resonancia invitan a los usuarios a solo interactuar con otros usuarios que compartan la misma opinión y a bloquear a aquellos que piensan de manera distinta. Las discusiones en redes sociales se convierten rápidamente en una batalla virtual de insultos, calumnias y amenazas. Los usuarios olvidan que están interactuando con seres humanos. Redes sociales como Twitter obligan a los

usuarios a expresarse en tan solo 140²³ caracteres respecto a asuntos complejos. La forma en que las redes sociales están diseñadas, invitan más a opinar que a discutir, opiniones vacías en vez de discusiones complejas y una vez la opinión se vuelve pública, estará por siempre en el internet y hay que respaldarla sin aceptar ningún tipo de modificación de esta (2015, en TED Talks).

Todos estos aspectos negativos que se presentan en las redes sociales, como las cámaras de resonancia (filtros de burbuja), la manipulación de información, la polarización, insultos y la divulgación de noticias falsas para desprestigiar a contradictores ideológicos son peligrosos a la hora de querer informarse de manera efectiva. Sin embargo, existe otro aspecto más peligroso pero que va de la mano de estos anteriores: la posverdad. Centeno describe la posverdad perfectamente cuando dice “las mentiras que decimos usualmente pueden decir más que la verdad que escondemos” (2014, p. 260).

El diccionario de Oxford define la palabra *Post-truth* (*posverdad*) como “el fenómeno que se produce cuando los hechos objetivos tienen menos influencia en definir la opinión pública que los que apelan a la emoción y a las creencias personales” (2016, Diccionario de Oxford). En otras palabras, la verdad no es la prioridad si esta hace que una persona pierda la razón o un argumento. Patiño menciona que “la guerra de información, consiste en proyectar informaciones inexactas o abiertamente tergiversadas sobre diferentes asuntos de interés estratégico o táctico” (2017, p. 85).

Anthony Clifford Grayling, citado por Sean Coughlan (2017), mira con horror la posibilidad de un mundo dominado por la posverdad, como las fuertes opiniones pueden silenciar la evidencia, y reflexiona acerca de cómo las redes sociales han sido fundamentales para la expansión de esta. “Todo el fenómeno de la posverdad es sobre: ‘Mi opinión vale más

²³ Actualmente algunas cuentas de Twitter tienen la capacidad para expresarse en 280 caracteres.

que los hechos'. Es sobre cómo me siento respecto de algo. Es terriblemente narcisista. Y ha sido empoderado por el hecho de que todos pueden publicar su opinión" (Coughlan, 2017, párr. 10).

Soledad Gallego-Díaz considera que la posverdad ya se convirtió en una táctica en el relacionamiento con los ciudadanos. No hay ética, se dicen mentiras y la posición se mantiene firme en ellas hasta que se vuelvan verdades. "La negación absoluta de los hechos, de los datos y de la evidencia, sin la menor precaución ni decencia, está a la orden del día en conferencias de prensa, comparecencias públicas y discursos ante parlamentos o instituciones" (2017, párr. 3). Dentro del ciberespacio no existen los bordes, y dentro del campo de batalla de las ideas todo es válido con tal de ganar la discusión. El dilema que se presenta con la posverdad y las redes sociales se puede ver en el reciente plebiscito colombiano por medio del cual los ciudadanos no aprobaron los acuerdos de paz entre Gobierno y FARC.

Durante meses, las redes sociales en Colombia se llenaron de posverdades, falsas noticias, argumentos y cifras por parte del "No" y del "Sí". Ambos tenían el propósito de manipular los sentimientos de los usuarios en redes sociales y encaminarlos a un voto. En la actualidad, la transmisión de un mensaje bien articulado en múltiples plataformas virtuales puede causar más daño que el proyectil de un fusil. Este escenario de posverdades se presentó una vez más en Colombia durante la visita del Consejo de Seguridad de la ONU.

María Isabel Rueda relata como un miembro de la propia ONU resultó secuestrado por una disidencia de las FARC durante esta visita; por otra parte, en términos de compromisos y desarme, ambos Gobierno y FARC habían incumplido. A pesar de esta ser la realidad, la ONU presentó de "manera unánime su análisis de que el proceso de paz de Colombia es "uno de éxito para la ONU". Pero en la verdad, no en la posverdad, las FARC siguen siendo un grupo armado

que ya comenzó a hacer política” (2017, párr. 1-5). Otra posverdad se presentó con la llegada de las FARC a los campamentos de las zonas y puntos veredales.

El hecho de que los guerrilleros hayan entregado todas las armas con las que entraron a las zonas veredales no quiere decir que las FARC se hayan desarmado por completo, ni entregado todo su arsenal bélico. Para Andrés González Martín es curioso que el Gobierno, junto a la prensa nacional e internacional anuncien la entrega de las armas “cuando el arsenal de las FARC no está inventariado, al menos por Naciones Unidas y el Gobierno” (2017, p. 2-3). Así, González Martín resalta como en el año 2013, el mando sur de los Estados Unidos reconocía que “las FARC habían comprado 15.000 fusiles, 200 misiles portátiles antiaéreos y 500 cohetes antitanque. [...], Esta capacidad militar en manos de una organización criminal terrorista es un poderoso argumento disuasorio por los demoleedores efectos psicológicos que podría tener su uso” (2017, p. 6-7)

Es una situación delicada ya que un partido político con ese tipo de arsenal bélico puede utilizar el terror, por medio de la incertidumbre, como elemento sustancial dentro de la guerra psicológica. Por otra parte, como ya ha sido demostrado anteriormente en este trabajo²⁴, las FARC tendrán mucho dinero con el cual financiar campañas de comunicación, publicidad, a sus candidatos o a los candidatos de los aliados.

En el campo de batalla de la guerra de redes lo importante no es ganar o perder, sino demoler la fuerza intelectual por medio del condicionamiento y la manipulación. Este tipo de guerra utiliza el internet y las redes sociales para “generar desestabilización en la población a través de operaciones de carácter psicológico prolongado; se busca afectar la psiquis colectiva,

²⁴ The Economist publico un artículo en 2016 afirmando que la fortuna de las FARC ascendía a 10.000 millones de dólares (González Martín, 2017, p. 10).

afectar la racionalidad y la emocionalidad, además de contribuir al desgaste político y a la capacidad de resistencia” (Trujillo, 2013, párr. 19).

La información se ha convertido en un arma para atacar el recurso emocional de un país por medio del ciberespacio. Zbigniew Brzezinski, citado por Mario Arrieta Abdalla (1992), menciona que países latinoamericanos y/o de tercer mundo, son víctimas de esta revolución tecnológica. “Sea que los países menos desarrollados crezcan rápida o lentamente o que no crezcan en absoluto, es casi inevitable que muchos de ellos sigan dominados por sentimientos cada vez mayores de carencia psicológica” (p. 5).

Conclusiones y consideraciones

En la actualidad, la guerra se encuentra dentro de su quinta generación²⁵. Mejor conocida como “la guerra sin contacto”. Un escenario el cual es pertinente dentro del ámbito nacional colombiano, donde el enfrentamiento ha pasado de las armas a las palabras. Ray Alderman (2015) explica que este tipo de guerra busca destruir al enemigo sin que sea necesario el combate directo, bajo este contexto, estas acciones de combate indirecto ya se han presentado durante previas generaciones de la guerra, sin embargo, lo que las hace específicas a la quinta generación es el uso de la tecnología. La tendencia de esta guerra es la de dejar que las máquinas se encarguen del combate, de esta forma garantizando que el número de soldados muertos o heridos sea mínimo.

Las TIC, más específicamente el internet y las redes sociales, tienen un alto nivel de importancia estratégica ya que estas mueven no solo información y desinformación, sino también percepciones, opiniones, temores y emociones. Estos mecanismos ofrecen un nivel de conexión y comunicación nunca antes visto. Las batallas están ahora en campos más complejos, generan

²⁵ Alderman indica que la Guerra de quinta generación se inició en el 2002, y se caracteriza por la destrucción de infraestructura y objetivos humanos específicos sin necesidad de contacto directo por parte de tropas militares. (2015, párr. 6).

menos víctimas pero pueden ser más letales. Las FARC finalmente comprendieron que por la vía armada no iban a lograr sus objetivos. La negociación de paz en La Habana les abrió la puerta a un nuevo modo de conflicto el cual se ha definido en este texto como la guerra de redes.

Con el propósito de responder la pregunta de investigación y alcanzar los objetivos de este trabajo, se demostró como las FARC han experimentado una evolución tanto táctica como tecnológica respecto a sus comunicaciones, desde enviar mensajes por medio de correos humanos, mimeógrafos, programas radiales, hasta la actualidad, donde se comunican principalmente por medio de computadores y teléfonos inteligentes, los cuales permiten el acceso al internet y las redes sociales. El acceso a las TIC le ha presentado a las FARC una manera eficiente de difundir sus ideales políticos en el ámbito nacional. Entienden la relevancia de esta tecnología, y por esta razón tienen un equipo profesional, especializado en todo lo relacionado a las comunicaciones.

Por medio de conceptos como el de “guerra de redes”, y “ciberactivismo”, se contextualizó el actual escenario de conflicto colombiano, el cual gira en torno a la información y las comunicaciones. Las redes sociales dentro de este escenario presentan la oportunidad no solo de difundir información y propaganda, también permiten coordinar acciones como las protestas políticas y sociales. El constante uso de estas plataformas virtuales se ha convertido en un proceso cultural por la necesidad de estar siempre informados.

Al examinar la relación entre tecnología y como los colombianos se informan por medio de las TIC, es evidente que los computadores, teléfonos inteligentes, y sus plataformas virtuales, se han convertido en la mano derecha de las personas a la hora de informarse. La era informática trae consigo el acceso a volúmenes de documentos nunca antes vistos, todos disponibles a cualquier persona con conexión al internet. Gracias al Reporte de Industria del Sector TIC 2016,

se pudo verificar el gran aumento en conexiones a internet de los estratos más bajos del país durante los últimos 5 años; al mismo tiempo, cuales son las aplicaciones más usadas por los colombianos en general, presentando a las redes sociales y mensajería como las más relevantes.

Después de revisar la pagina web, y las distintas redes sociales de las FARC, se verificó que la organización viene utilizando las TIC como herramienta para promover su propaganda y acción política. Por medio de sus redes sociales, las FARC hacen ver el trabajo del actual Gobierno como fallido, compartiendo todo tipo de información por medio de distintas estrategias, dependiendo de la red social que se utilice. Por otra parte, se demostró como las distintas redes sociales presentan la oportunidad a las FARC de auto promocionarse de manera ilimitada por medio no solo de mensajes escritos, sino también de videos cortos y con un objetivo específico. Por medio del ciberactivismo, las FARC tienen la oportunidad de modificar y adaptar su discurso político dependiendo de las necesidades específicas de distintos sectores sociales.

Para finalizar este texto, se recomienda seguir investigando como la tecnología no solo está cambiando la dinámica de la política en Colombia, sino también los efectos tanto positivos como negativos que se derivan de esta sobre la sociedad. El internet y las redes sociales se han venido convirtiendo en un ambiente VICA: volátil, incierto, complejo y ambiguo. En este capítulo se ha demostrado que para que un conflicto se dé, ya no es necesaria la confrontación armada, ahora también existen razones de orden político e ideológico expresadas dentro de un mundo cibernético sin fronteras, de las cuales es necesario entender su impacto en la vida de los colombianos.

Es importante continuar con dicha investigación, ya que en un país como Colombia, con un pobre sistema de educación, el internet y las redes sociales se han convertido en alternativas

de aprendizaje. El internet y redes sociales deben ser considerados un escenario estratégico operacional por medio del cual, el uso de la información se convierte en poder.

Referencias

- Alderman, R. (2015, 15 de feb.). *Defining fifth generation warfare*. Military Embedded Systems. Recuperado de <http://mil-embedded.com/guest-blogs/defining-fifth-generation-warfare/>
- Álvarez, C. (2017). Geopolítica de la cultura: El papel de los medios de comunicación en la reconfiguración del Sistema Internacional. *Revista Fuerzas Armadas*, edición 239 (p. 41-48). Bogotá: Escuela Superior de Guerra.
- Álvaro Uribe invita a marchar contra el gobierno. (2016). *Revista Semana*. Recuperado de <http://www.semana.com/nacion/multimedia/alvaro-uribe-convoca-a-marchas-el-proximo-2-de-abril/464121>
- Arnoletto, E. (2007). Glosario de Conceptos Políticos Usuales. Eumed. Recuperado de <http://www.eumed.net/jirr/pdf/6.pdf>
- Arrieta Abdalla, M. (1992). La Metrópolis Universal. (p. 149-57). *Nueva Sociedad*. Recuperado de http://nuso.org/media/articles/downloads/2121_1.pdf
- Arquilla, J. Ronfeldt, D. (1996). The Advent of Netwar. *RAND National Defense Research Institute*.
- Aquila, el drone solar de Facebook para dar Internet desde el aire, hizo su segundo vuelo. (2017, 2 de jul.). *La Nación*. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/2038522-aquila-el-drone-solar-de-facebook-para-dar-internet-desde-el-aire-hizo-su-segundo-vuelo>
- Bobbio, N. (1982). El problema de la guerra y las vías de la paz. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Castells, M. (2012, 1 de sep.). El poder en la era de las redes sociales. *Nexos*. Recuperado de <http://www.nexos.com.mx/?p=14970>

- Centeno, M. (2014). *Sangre y Deuda. Ciudades, Estado y construcción de nación en América Latina*. [Traducido por Carlos Alberto Patiño Villa]. *Instituto de Estudios Urbanos*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Christakis, N. (2010, feb.). The hidden influence of social networks. *TED Talks*. Recuperado de https://www.ted.com/talks/nicholas_christakis_the_hidden_influence_of_social_networks
- Corredor, J., Pinzón, Ó. y Guerrero, R. (2011). Mundo sin centro: cultura, construcción de la identidad y cognición en la era digital. (p. 44-56). *Revista de Estudios Sociales*. Bogotá: Universidad de Los Andes. Recuperado de <https://res.uniandes.edu.co/view.php/712/index.php?id=712>
- Cortes, D., Garzón, T. (2017). El ciberactivismo en las revoluciones posmodernas. (p. 103-125). *Revista de Estudios en Seguridad Internacional*, Vol. 3, No. 1. Bogotá: Escuela Superior de Guerra.
- Coughlan, S. (2017, 12 de ene.). Que es la “posverdad”, el concepto que puso de moda el “estilo Trump” en Estados Unidos. *BBC*. Recuperado de <http://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-38594515>
- FARC-EP. (s.f.). Quiénes somos y por qué luchamos. Recuperado de <https://www.farc-ep.co/nosotros.html>
- FARC-EP. (2016, 12 de nov.). Discurso de cierre del Acuerdo Definitivo de Paz de las FARC-EP. Recuperado de <https://www.farc-ep.co/comunicado/discurso-de-cierre-del-acuerdo-definitivo-de-paz.html>
- FARC-EP. (2017, 23 de feb.). Las FARC-EP de cara al futuro. [Archivo de Video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=ZjND3BNyJuA>

FARC-EP. (2017, 2 de may.). Sobre el libro “Timochenko, el ultimo guerrillero” de Jorge Rojas.

[Archivo de Video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=VJn2IY4K2jQ>

Gaitán, A. (2017). De la era de la disuasión a la era del control. En Castillo Castañeda, A. Niño González, C. (Editores). *Nociones sobre seguridad y paz en las relaciones internacionales contemporáneas*. (p. 229-251). Bogotá: Universidad Santo Tomás.

Gallego-Díaz, S. (2016, 24 de sep.). La era de la política posverdad. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/elpais/2016/09/23/opinion/1474647422_293415.html

Ghonim, W. (2015, dic.). Let's design social media that drives real change. TED Talks.

Recuperado de

https://www.ted.com/talks/wael_ghonim_let_s_design_social_media_that_drives_real_change

Gómez, M. (2017, 28 de ago.). Timochenko le hablo al país; Márquez a los ex guerrilleros. (p. 2). *El Tiempo*.

González Martín, A. (2017, 30 de ago.). ¿Las Fuerza Armadas Revolucionarias de Colombia no están desarmadas?. Instituto Español de Estudios Estratégicos. Recuperado de http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_informativos/2017/DIEEEI08-2017_FARC_NoDesarmadas_AGM.pdf

González, M. (2016, 1 de sep.). ¿Cual es el país que quieren las FARC?. *El Tiempo*. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/politica/proceso-de-paz/la-transformacion-del-discurso-politico-de-las-farc-48084>

Gramsci, A. (1967). La formación de los intelectuales. México: Grijalbo.

Guajardo, V. (2001). Creencia y crisis en la perspectiva de Ortega y Gasset. (p. 7). Chile: Universidad Metropolitana de ciencias de la Educación.

Hancock, J. (2016, 16 de nov.). El diccionario de Oxford dedica su palabra del año, posverdad, a Trump y al Brexit. *El País*. Recuperado de

http://verne.elpais.com/verne/2016/11/16/articulo/1479308638_931299.html

La polémica por las emisoras de las FARC. (2016, 30 de ago.). *Semana*. Recuperado de

<http://www.semana.com/nacion/articulo/acuerdos-de-paz-las-farc-tendran-31-emisoras/491763>

Londoño, R. [TimoFARC] (2017, 1 de mar.). #DeLasArmasALasPalabras el compromiso de las @FARC_EPueblo es seguir trabajando por una Colombia en paz y con justicia social.

Recuperado de: Twitter.

Londoño, R. [TimoFARC] (2017, 6 de mar.). Mentiras y verdades a medias son instrumentos fascistas. Anoten: una mentira repetida mil veces se convierte en una verdad. ¡Cuanta falsedad! Recuperado de: Twitter.

López de Turizo y Sánchez, J. (2012). La evolución del conflicto hacia un nuevo escenario bélico. *El Ciberespacio: nuevo escenario de confrontación*. (p. 119-162). Centro Superior de Estudios de la Defensa Nacional.

Martínez Torrijos, R. (2014, 8 de jul.). El significado cultural del *meme* se propaga con el relajado cibernético. (p. 7). *La Jornada*. Recuperado de

<http://www.jornada.unam.mx/2014/07/08/cultura/a07n1cul>

Márquez, I. [@IvanMarquezFARC] (2017, 20 de abr.). Nos duele en el alma la amarga ingratitud del Gobierno Santos hacia Venezuela y su Gobierno que tanto ha hecho por la paz de Colombia. Recuperado de: Twitter.

McClurg, S. (2003). Social Networks and Political Participation: The Role of Social Interaction in Explaining Political Participation. (p. 449). *Political Research Quarterly*.

- Montes, A. (2017, 5 de ago.). Las redes sociales: Los reinos del odio. *Semana*. Recuperado de <http://www.semana.com/vida-moderna/tecnologia/articulo/las-redes-sociales-los-reinos-del-odio/535381>
- Naím, M. [EfectoNaim] (2017, 16 de may.). Vivimos en tribus digitales: Las redes amplifican nuestro punto de vista y nos aíslan de los que piensan distinto. Recuperado de <https://twitter.com/EfectoNaim/status/864586482148941824?t=1&cn=ZmxleGlibGVfcmVjc18y&refsrc=email&iid=5f3c2905cd1244c1836d7cc26f283c86&uid=162836738&nid=244+272699392>
- Niño, C. (2017). La sexta generación de la guerra: entre degeneraciones y violencias en la seguridad internacional. En Castillo Castañeda, A. Niño González, C. (Editores). *Nociones sobre seguridad y paz en las relaciones internacionales contemporáneas*. (p. 33-50). Bogotá: Universidad Santo Tomás.
- Noguera, S. (2017, 2 de nov). Comunicación digital, la estrategia política del partido Farc. El Espectador. Recuperado de <https://www.elespectador.com/noticias/paz/comunicacion-digital-la-estrategia-politica-del-partido-farc-articulo-721145>
- Ortiz, R. (2006). La guerrilla mutante. En Leal Buitrago, F. (Editor), *En la encrucijada. Colombia en el siglo XXI*. (p. 323-356). Bogotá: Universidad de los Andes.
- Ospina, W. (2013). Colombia, donde el verde es de todos los colores. (p. 48-49). Bogotá: Mondadori.
- Patiño, C. (2017). Imperios contra Estados. *Debate*. Bogotá: Penguin House Grupo Editorial.
- Peckel, M. (2016, 26 de jul). Hachas y machetes. *El País*. Recuperado de <http://www.elpais.com.co/opinion/columnistas/marcos-peckel/hachas-y-machetes.html>

Pedraza, J. (2017, 28 de ago.). Las Farc comienzan el debate sobre lo que serán como partido. (p. 2). *El Tiempo*.

REPORTE DE INDUSTRIA DEL SECTOR TIC 2016. Recuperado de

<https://www.crcom.gov.co/es/noticia/publicamos-el-reporte-de-industria-tic-2017-con-las-cifras-del-comportamiento-del-sector-hasta-el-a-o-2016>

Restrepo, C. (2017, 15 de jul.). El Manual de EL TIEMPO se ajusta a las nuevas realidades. (p. 22). *El Tiempo*.

Ríos, A. (2017, 30 de jun.). Colombianos dedican 6.7 horas al mes a navegar en redes sociales.

Revista P&M. Recuperado de <http://www.revistapym.com.co/colombianos-dedican-6-7-horas-al-mes-navegar-redes-sociales>

Rueda, M. (2017, 7 de may.). De la verdad a la posverdad. (p. 7). *El Tiempo*.

Schulze Schneider, I. (2013). Los medios de comunicación en la Gran Guerra: Todo por la Patria. *Historia y Comunicación Social*, vol. 18. (p. 15-30). Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Szafranski, R. (1994). Neo-Cortical Warfare? The Acme of Skill. *Military Review*. (p. 41-55).

Szymanczyk, O. (2013). Historia de las telecomunicaciones mundiales. (p. 15-22). Buenos Aires: Dunken.

Torrijos, V., Otálora, J. (2013, 29 de dic.). Estructuras en acción: las FARC-EP como red de redes. (p. 86-117). *Perspectivas Internacionales*. Vol. 9 No. 2. Bogotá: Universidad del Rosario.

Wasserman, M. (2017, 16 de jun.). En defensa de las redes. *El Tiempo*.

Word of the Year, post-truth. (2016). *Oxford Dictionaries*. Recuperado de

<https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>

BIBLIOTECA CENTRAL DE LOS FF. MM.
TOMAS RUEDA VARGAS



201002987