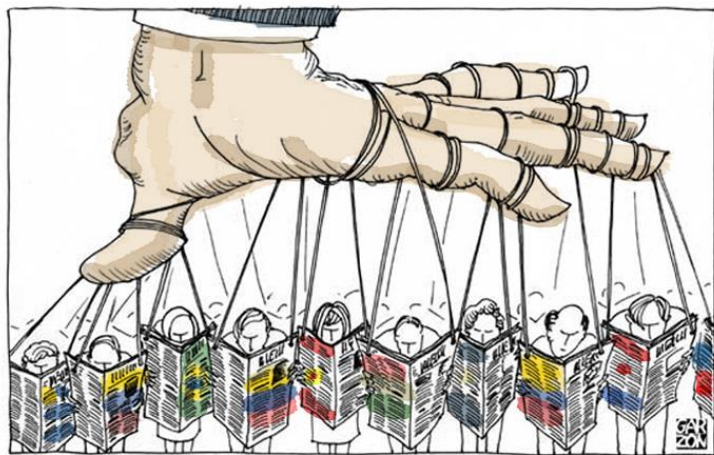


El caso de Crimea, para entender las operaciones de información rusas

Durante el desarrollo del conflicto en Ucrania, se ha denunciado que el gobierno ruso controla la difusión de información, propaganda y desinformación a través de una narrativa repetitiva respaldada por expertos y propagada por una diversidad de fuentes. Este boletín examinará el uso que hace Rusia de las teorías de la conspiración para llevar a cabo campañas de guerra de información, basándose en la experiencia histórica de la invasión a Crimea.

Un argumento que se mantiene constante en las teorías de conspiración que Rusia esgrime, se refiere a un complot de Occidente, particularmente de EE.UU., para socavar los valores rusos. En este sentido, EE.UU. y Occidente son vistos como una amenaza que contamina el modo de vida de Rusia. Los ejemplos de teorías de conspiración antioccidentales incluyen la retórica antisemita que apareció en el período de la Unión Soviética, que afirmaba que Estados Unidos creó un estado virtual dentro de Israel para dominar el Medio Oriente. Otro ejemplo más reciente puede verse en las denominadas "revoluciones de color", donde Moscú acusó a Occidente de orquestar eventos para iniciar una revolución en Rusia.

En 2013, cuando manifestaciones y disturbios civiles se extendieron por Ucrania en el movimiento europeísta que se conocería como Euromaidán, el gobierno ruso lo vio como un ataque directo de Occidente. Como se ha comentado largamente, cualquier dependencia de la UE, acercaría a Ucrania a la OTAN y la ONU y, a su vez, alejaría a Ucrania de Rusia. En lo que parece ser una respuesta al Euromaidán y un intento de dañar la relación entre Ucrania y los EE.UU., la OTAN y la ONU, Rusia emprendió una campaña de guerra cinética y de información contra Ucrania, lo que resultó luego en la anexión de Crimea, así como las Regiones del oriente del país. Como se verá en estas líneas, la campaña de guerra de información fue sofisticada y exitosa, llevada a cabo a través de múltiples canales, incluida la red social Twitter.



Antes de Crimea, el gobierno ruso había intervenido en territorios ocupados por las tropas rusas, utilizando medios políticos y militares. Sin embargo, nunca había depuesto un gobierno local, ni había anexado la región de uno de estos territorios. La anexión de Crimea hizo que el gobierno ruso se apartara de estas tácticas anteriores, aumentando significativamente su apuesta. Durante las "revoluciones de colores" desatadas en Repúblicas ex soviéticas, Rusia reaccionó aumentando los precios del gas de Georgia en casi un 500 % en 2005 y luego, en 2006, aplicó medidas similares contra

Ucrania. No se puede saber con certeza por qué Moscú cambió de táctica; sin embargo, Jeffrey Mankoff (2014) sugiere que la anexión de Crimea en 2014 puede percibirse como un ataque directo contra Occidente, motivado en que durante los anteriores cuatro años, los estados postsoviéticos, como Georgia y Ucrania, expresaron su intención de cooperar con organizaciones occidentales como la OTAN, la Unión Europea y la Organización Mundial del Comercio y tales intenciones se percibieron como una amenaza para el poder geopolítico de Rusia.

La campaña de Rusia en Crimea exhibió cuatro estrategias en juego durante el conflicto: violencia cinética, disrupción económica y energética, y operaciones de información e influencia política, que son las que describiremos en este boletín. Las operaciones de información rusas se extendieron tanto a los dominios cibernéticos como no cibernéticos.

Crimea vio un cambio en las operaciones rusas. Anteriormente Rusia había intentado una destrucción directa a través de la guerra cinética, como se vio en las guerras de Chechenia, pero pasó luego a una campaña activa de influencia. Se utilizaron campañas de desinformación para distraer la atención de las operaciones militares y justificar las acciones de Moscú durante la anexión. Por ejemplo, medios rusos informaron sobre "atrocidades ucranianas" hacia su población de habla rusa, distrayendo sobre noticias idénticas contra Rusia. Los informes afirmaron que la población de habla rusa buscó refugio en Rusia, y los medios de comunicación proporcionaron evidencia en video y fotografía del cruce masivo de la frontera con Ucrania. ¡Sin embargo, se descubrió que las fotos y las imágenes de video eran de la frontera ucraniano-polaca y no de la frontera ucraniano-rusa! El gobierno ruso también retrató implacablemente a los soldados ucranianos como criminales, asesinos y perpetradores nazis a través de varios canales de medios. La estrategia militar rusa fue destruir la moral de los soldados ucranianos y, al mismo tiempo, causar una división entre la población ucraniana en relación con las identidades regionales, religiosas, políticas y étnicas. Como reportó Viljar Veebel, del Baltic Defense College (2015), "se crearon y replicaron historias falsas de niños crucificados y mujeres violadas para desacreditar al ejército ucraniano", siendo la conciencia de las masas un objetivo de larga data de las campañas de desinformación rusas. El gobierno ruso también apuntó directamente a los combatientes ucranianos, utilizando datos geográficamente seleccionados en los teléfonos inteligentes de los soldados ucranianos cuando éstos llegaron a la línea del frente y antes de que la artillería rusa comenzara a disparar contra ellos, con mensajes como "Encontrarán sus cuerpos cuando la nieve se derrita" (Associated Press, 2018).

No fueron sólo los soldados ucranianos los que fueron afectados usando tecnología: los ciudadanos rusos también fueron apuntados. Por ejemplo, una mujer rusa recibió 320 horas de trabajos forzados "por desacreditar el desorden político" (Singer y Brooking, 2018) después de publicar historias negativas sobre la invasión de Ucrania. Ellos plantearon que actos como el encarcelamiento de la mujer rusa, a su vez, condujo a una "espiral de silencio", teoría formulada por la politóloga alemana Noelle-Neumann, que sugiere que las personas tienen miedo al aislamiento y, por lo tanto, preferirán mantener sus opiniones para sí mismos, en lugar de expresar sus ideas y ser rechazados y aislados de la sociedad de la que forman parte. En este escenario, la espiral de silencio hizo que las personas que tenían puntos de vista similares a los de las mujeres encarceladas

BOLETÍN INFORMATIVO Y DE ANÁLISIS N° 20-2022 Hoja N° 2

no quisieran hablar, por temor a represalias por parte de las autoridades rusas.

La campaña del gobierno ruso en Crimea también utilizó comunidades en línea para realizar operaciones de información. Por ejemplo, en lo que parece ser una respuesta coordinada, los grupos pro rusos comenzaron a participar en debates políticos en línea, desacreditando al líder de la oposición ucraniana e interrumpiendo la organización de protestas contra el gobierno ruso por varios medios de redes sociales. El nombre dado a estos grupos en línea pro-Kremlin fue "trolls del Kremlin" (Jaitner y Geers, 2015). Sin embargo, los trolls del Kremlin no reemplazaron los canales más tradicionales de propaganda y desinformación, sino que complementaron los medios de desinformación más tradicionales del Kremlin. Por ejemplo: los canales de televisión en Rusia y Ucrania, controlados por el gobierno ruso y los oligarcas pro rusos, como LifeNews y Ukraina 24, se utilizaron para difundir contenido favorable al gobierno ruso. Periódicos rusos y ucranianos como Komsomolskaya Pravda Ucrania, páginas web como Live Journal y la radio rusa, como Radio Majak, también formaron parte del conjunto de herramientas del gobierno ruso. A nivel operativo, la militarización de las redes sociales también implicó adoptar un enfoque de comunicación entre medios para planificar cómo el público objetivo debía experimentar el contenido multimedia y ser alentado a participar en las conversaciones, a través de la exposición a varios medios y plataformas interlineados.



Para tener éxito, el gobierno ruso tuvo que inundar los medios con la narrativa prevista y personalizarla para adaptarse a la audiencia de los medios seleccionados. Esta estrategia se vio a lo largo de la campaña de Crimea, que sirvió como una ocasión para que Rusia demostrara al mundo entero las capacidades y el potencial de la guerra de información. Por ejemplo, el malware ruso diseñado para generar ingresos a través de clickbait (en inglés: ciberanzuelo) y las cuentas de Twitter en idioma finlandés de propiedad rusa con nombres finlandeses que suenan oficiales, destinados a generar ingresos a través de clickbait, se reutilizaron en un movimiento coordinado para difundir desinformación y enlaces a la publicación RT (Russia Today). Durante la campaña de Crimea, Rusia mostró operaciones de información efectivas; esto incluyó el compromiso con áreas locales y regionales y ataques cibernéticos antes y durante el conflicto. Rusia también participó en el espionaje cibernético antes, durante y después de la anexión de Crimea y esa actividad habría proporcionado a Rusia una ventaja estratégica en cuanto a tácticas militares y una idea de cómo los medios ucranianos informarían sobre la campaña. Rusia también llevó a cabo operaciones de información contra los EE.UU., que incluyeron la negación de la presencia del ejército ruso en Ucrania y culpar a Occidente por emprender una guerra de información en contra de Rusia.

Un ejemplo del uso de múltiples canales por parte de Rusia se puede ver en lo que se conocería como la frase "Fuck the European Union" (UE). En 2014, una conversación entre Victoria Nuland, subsecretaria de Estado de EE.UU., y el embajador de EE.UU. en Ucrania, Geoffrey Pyatt, fue interceptada, grabada y dispersada a través de redes sociales. Si bien no hubo pruebas directas, Rusia fue el culpable más probable (BBC News, 2014). En la conversación, Nuland y Pyatt indican que, contrariamente a la posición anunciada de EE.UU. de que dependía del pueblo ucraniano decidir su destino con las próximas elecciones, EE.UU. había acordado cuál debería ser el resultado de la elección y estaba trabajando para lograr estos objetivos. Refiriéndose a la participación de la UE en el conflicto, Nuland lanzó la polémica frase antes mencionada. El incidente fue descrito como un episodio dañino y una vergüenza para los EE.UU., dada la facilidad del hackeo que se evidenció. Una revisión de Twitter en mayo de 2020, reveló solo 28 casos en 2014 en los que se había utilizado el hashtag #FucktheEu, lo que sugiere que, al menos en Twitter, el intento de desacreditar a EE.UU. y Nuland, no pareció funcionar.



Las conspiraciones, la propaganda y la desinformación se han convertido en armas durante mucho tiempo en Rusia y, como se demostró en 2014, hacia Ucrania, por parte del gobierno ruso, como una herramienta de guerra de información. Un ejemplo de esto es la caracterización de Occidente por parte de Rusia como un "otro" peligroso determinado a socavar los valores rusos y la forma de vida rusa.

La campaña de Rusia para anexar Crimea involucró cuatro movimientos estratégicos, de los cuales tal vez el más importante fue la campaña de guerra de información. La campaña de información de Rusia se extendió tanto a los dominios cibernéticos como a los no cibernéticos, para influir en la opinión pública, desorganizar gobiernos, confundir a los adversarios y organizar protestas. En combinación con las formas tradicionales de los medios, como la televisión y la radio, en 2014 las operaciones de información rusas fueron una fuerza formidable. Las operaciones de información demostraron mensajes repetitivos de fuentes confiables, que exhibieron una fuerte campaña de información centrada en el conflicto en Ucrania y la anexión de Crimea. Luego de una secuencia de eventos muy similar a lo aquí descrito, que deberá ser estudiada en profundidad en el futuro y cuando se disponga de la información completa, Rusia inició este año la campaña contra Ucrania, cuyo desenlace aún no se puede prever.