

Revolución tecnológica y guerra de redes.

Por: Matías Caciabue. Alai. 11/09/2018

Los golpes blandos, la manipulación informativa y la guerra jurídica (law-fare) son *instrumentos* de una estrategia militar definida como *soft-power*.

El *soft-power* es la estrategia central de la *net-war* guerra de redes, definida así por la *RAND Corporation*, una usina de ideas de las fuerzas armadas norteamericanas.

Este tipo de guerra, cuando incorpora elementos de la estrategia de *hard-power*, es decir, cuando necesita del uso de los *instrumentos* militares, de seguridad o paramilitares, se convierte en guerra de enjambre (swarming).

La guerra de redes se basa en la estructuración de unidades de combate autónomas y diseminadas que se dedican al ataque hacia un objetivo común. Esas unidades están coordinadas para golpear desde múltiples direcciones y dimensiones, con el objetivo de destrozarse la voluntad de lucha, la unidad y la cohesión del enemigo.

En la guerra de redes tienden a desaparecer las fronteras entre la guerra y la paz, y cada mente humana se convierte en un campo de batalla.

Probablemente el intento de magnicidio al presidente venezolano Nicolás Maduro sea la señal más clara del advenimiento de un momento político-militar (“en redes”) para toda la región. El ataque con drones de última generación “DJI M600”, la posterior relativización mediática del hecho, y el dejo en el olvido luego de una catarata de noticias malintencionadas, señala la aplicación más desbastadora de este nuevo tipo de guerra sobre los pueblos latinoamericanos.

Esta forma de concebir la guerra surge a partir de la consolidación de la cuarta revolución industrial, que se desata a partir de la implementación generalizada de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC’s) en todos los ámbitos de la vida social.

El materialismo histórico nos indica que los cambios en las fuerzas productivas traen aparejados cambios en las relaciones sociales de producción y, estas últimas, tienen una vinculación dialéctica con la forma de organización de la política.

Así como la sociedad de la “fábrica de gran industria” fundamenta la potencia de los grandes sindicatos y de los partidos policlasistas, la configuración en red del capitalismo contemporáneo trae emparentada una serie de modificaciones sustanciales en la organización de lo social, lo político y lo militar.

En sus cuadernos de la cárcel, Antonio Gramsci planteó una de sus tesis más relevantes, que refería al famoso *“paso de la guerra de movimiento (y del ataque frontal) a la guerra de posición también en el campo político”*.

En pleno siglo XXI, con la revolución tecnológica estructurando una nueva fase del sistema capitalista, debemos animarnos a estudiar, entonces, el paso de la guerra de posiciones a la guerra de redes, también en el campo de la política.

Podríamos afirmar que, así como el “asalto al palacio de invierno” quedó superado en la sociedad del capitalismo industrial de posguerra, la “ocupación de las posiciones y trincheras” podría estar quedando en la obsolescencia en este siglo XXI.

Es que sobre la base de la “revolución de las TIC’s” se está expandiendo una nueva superestructura social alejada de las formas verticales y jerárquicas que caracterizaban a la era industrial. Se configura, ante nuestros ojos, una sociedad organizada en red.

Esta “nueva” forma de organización social no es neutral ni pública: dentro de la concentrada y centralizada red financiera han impuesto su dominación las “*Big Five*” del sector tecnológico.

Como bien indica Florencia Paz Landeira para un artículo de la Revista argentina “MU”, *“hace diez años, la lista de las cinco empresas más grandes del mundo, según la capitalización del mercado, la integraban Microsoft, Exxon Mobil, General Electric, Citigroup y Shell Oil. De esas, solo persiste Microsoft. Las otras cuatro fueron reemplazadas por Apple, Alphabet (empresa matriz de Google), Amazon y Facebook”*. Por su parte, la cubana Rosa Miriam Elizalde señala que *“solo hay 16 países con un PIB igual o superior al valor del mercado actual de Apple”*.

La red del capital financiero transnacional empuja el desarrollo de una “democracia global de mercado”, con las grandes tecnológicas convertidas en “mega intermediarios” corporativos de una ciudadanía soñada sin causas, sin patria y sin bandera.

En las redes de internet no sólo se edifica una nueva forma de relacionamiento entre las personas, sino que, además, en estas también se prefigura el vínculo entre los individuos y la realidad que viven. En otras palabras, la “revolución de las TIC’s” está imponiendo un cambio en el “cómo piensa” y en el “qué hace” de las clases sociales subalternas.

En ese sentido, las personas son organizadas y vigiladas en el territorio virtual a partir de lo que podríamos denominar “tribus”, es decir, comunidades homogéneas de intereses.

Cataratas de información falsa –o “*fakenews*”– son arrojadas al territorio virtual, donde no importa su correlato con la realidad, sino el cómo reacciona cada una de estas tribus.

Para ello, se utiliza una estrategia de marketing llamada “storytelling” (contar historias). En esta estrategia comunicacional, ningún contenido está completo. Es un cuento que presentan de forma muy simple pero segmentado, por ejemplo “luchar contra la dictadura te hace un héroe”, y luego otro pequeño relato que afirma “Maduro es un dictador”. Se van generando múltiples mensajes, articulados sólo en los inconscientes de las personas, para imponer un “sentido común” milimétricamente construido.

La utilización del *Big Data* permite la clasificación de los perfiles de cada persona, con sus diferentes preferencias e intereses, para que la “historia contada” penetre más allá de la posición política e ideológica que cada individuo afirma sostener.

En las guerras de redes, las elites económicas (y políticas), en más de una oportunidad, conducen a los individuos desde lo virtual a lo real, poniéndolos en disposición de librar una lucha callejera (actos, movilizaciones, guarimbas).

Cuál línea de infantería, los individuos son actores de una guerra donde no sólo no conocen sus motivaciones (*casus belli*), sino que ni siquiera son capaces de reconocer a su propia oficialidad: los *think tanks* articulados dentro de la red

financiera, ubicados detrás de los gobiernos de las derechas, de las corporaciones mediáticas, y de la vigilancia y el control estratégico de las redes de internet. Sobre esto último, resultan esclarecedoras las denuncias de intervención electoral que pesan sobre “*Cambridge Analytica*”—incluida Argentina en 2015-.

Pero las calles no son sencillas de manejar. Siempre han sido el territorio donde las clases subalternas expresan sus niveles de organización, autoconciencia y homogeneidad en relación a lo que acontece. Sin esto, los pueblos no pueden proyectar la construcción de la organización social y política que permita transitar un cambio en las estructuras sociales, esas que hoy dividen entre explotadores y explotados.

Necesitamos, entonces, potenciar la red de lo popular, para conformar y potenciar una fuerza social con una iniciativa política asentada en un programa de clase. Conectar en lo virtual y desplegar en lo social, generando una mayor capacidad de influencia para intervenir con éxito en el proceso de desarrollo del conjunto de las luchas sociales y políticas de nuestro continente.

Se torna imprescindible la reflexión y el debate sobre esta “*guerra de redes*”. Los pueblos debemos romper la manipulación sobre nuestras subjetividades y seguir construyendo el destino de nuestra propia emancipación.

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ.](#)

Fotografía: Blog del Proyecto Lemu

Fecha de creación

2018/09/11