

LOS SAUDÍES, TWITTER Y EL CONTROL DE LA OPINIÓN PÚBLICA EN LA CRISIS DE LA MUERTE DEL PERIODISTA KHASHOGGI Y DEL EMBARGO SOBRE QATAR

DR. MOHAMED EL MOUDEN
Universidad de Cádiz, España

RESUMEN

Este trabajo se centrará en analizar los aspectos del activismo tecnopolítico saudí, dirigido a afrontar la crisis de la muerte del periodista Jamal Khashoggi, así como para imponer y justificar el embargo sobre Qatar. Para ello, analizaremos el fenómeno de las “moscas electrónicas”, que forman un grupo masivo de tuits dirigidos por saudíes cuyas funciones son las de influir en la opinión, cambiar las impresiones y manipular con fenómenos de *fake news* realidades a favor de los intereses saudíes. Las «moscas electrónicas», que utilizan concretamente Twitter, están dirigidas de forma secreta por actores afines al Estado saudí. Los de los resultados de este trabajo demuestran que Twitter se ha convertido en una herramienta tecnopolítica para batallas estratégicas que afronta el régimen saudí en la zona del golfo.

PALABRAS CLAVE

Arabia Saudí, Twitter, Opinión Pública, Activismo, Tecnopolítica, «Moscas Electrónicas».

1. INTRODUCCIÓN

Arabia Saudí considera que está siendo objetivo de sus adversarios estratégicos en la zona del Golfo Árabe. El primero de ellos es el régimen iraní, quien mantiene con los saudíes un conflicto ideológico. Arabia Saudí es un Estado monárquico suní y salafí ouahabi, mientras Irán es una república chiita. La naturaleza de los intereses entre los dos países de la zona del golfo profundiza más las diferencias ideológicas, ya que Riad es un aliado estratégico de Washington que es para Irán el «Satán mayor» y el enemigo estratégico. Teherán es vista por sus vecinos del Golfo, encabezados por Riad, como una fuente de exportación de la revolución iraní a través de alianzas con movimientos del Islam político.

La segunda fuente de amenaza estratégica para Arabia Saudí, según el poder en Riad, es Qatar, que posee la potente cadena de televisión *Al Jazeera*, que crea opinión pública en el mundo árabe y constituye su gran fuente de información y de conocimiento político y goza de gran capacidad de movilización (la Primavera Árabe). *Al Jazeera* apoyó de forma determinante la Primavera Árabe a la que Arabia Saudí se opuso con todas sus fuerzas. Además, Qatar apoya a los Hermanos Musulmanes y esto despierta en Riad sospechas de amenaza ideológica.

En este contexto sucede el asesinato en la Embajada de Arabia en Estambul del periodista saudí Jamal Khashoggi, conocido no solamente por su crítica a la nueva política saudí, sino también por su apoyo a los Hermanos Musulmanes.

Arabia Saudí, desde la designación de Mohamed Ben Salman como príncipe heredero, se ha visto implicada en un cambio social y cultural con una apertura polémica, y ha desarrollado un plan estratégico que chocaba con los intereses de los países de la zona, como Qatar, y con actores como el periodista asesinado. Analistas geopolíticos consideran que las reservas de gas de las que dispone Qatar y su exportación hacia mercados exteriores y no hacia países del Golfo alimentan más la crisis y el embargo sobre Doha encabezado por Arabia Saudí.

Estos son los principales ejes que condicionan las batallas estratégicas de Arabia Saudí, que el príncipe heredero Mohammad Ben Salman lidera con su plan estratégico para afrontar estos retos.

Ganar estas batallas para Riad es una cuestión cuya realización está condicionada al apoyo de la opinión pública local y regional, así como internacional. En este contexto, el logro de este objetivo pasa por apostar por las redes sociales como herramientas determinantes para movilizar la opinión pública e incitarla a acciones a favor de los intereses del Estado. En este marco, Twitter ha sido una herramienta determinante en esta estrategia tecnocomunicativa y tecnopolítica, con lo cual el poder oficial saudí y los activistas saudíes que parten de las tesis del poder invirtieron en Twitter, en su poder y en su capacidad para impactar, así como para cambiar e incluso manipular la opinión pública. Dicha opinión constituye el mayor objetivo del enfrentamiento tecnopolítico llevado a cabo a través de las redes sociales y, concretamente, a través de Twitter.

En terreno de las prácticas tecnopolíticas, Twitter se ha convertido en la zona del Golfo en la herramienta más utilizada para gestionar los distintos desafíos de esta batalla. Dentro de este activismo tecnocomunicativo ha surgido el fenómeno de las llamadas «moscas electrónicas», que constituyeron un arma tecnopolítica y tecnogeopolítica, cuya principal tarea era cumplir los objetivos estratégicos y geopolíticos de las batallas que lidera el régimen saudí en la región del Golfo y en el mundo árabe en general para controlar la opinión pública.

Twitter, que se hizo con las prácticas tecnocomunicativas, de la tecnomovilización y la tecnoinformación, así como la comunicación, extiende su poder a áreas de gestión de las distintas relaciones individuales e institucionales.

2. EL PLANTEAMIENTO DE LA CUESTIÓN

En este trabajo investigaremos las prácticas tecnocomunicativas de los saudíes con las cuales no solamente expresan una opinión o una posición política, sino que también se apoderan de ella como una herramienta potente en una de las batallas estratégicas cuyo principal objetivo es el control de la opinión pública local y regional (en Arabia Saudí y en los países del Golfo así como en el mundo árabe e islámico), es decir, apoderarse de la capacidad tecnocomunicativa para orientar la opinión pública hacia una visión interesada y provocar reacciones y

posiciones en ella. Esto también se intenta con la exposición de marcos interpretativos con una serie de datos e informaciones (incluso *fake news*) que fortalecen una lógica interpretativa de los discursos opuestos en las confrontaciones o en las polémicas provocadas por los conflictos políticos o geopolíticos (Goffman, 1974, p. 21). Tal es el caso de Arabia Saudí con sus rivales como Irán, Hermanos Musulmanes o Qatar.

La aproximación se centrará más en los tuits masivos utilizados por actores tecnocomunicativos con el objetivo de influir en una opinión generalizada o cambiar la visión de una realidad provocada por una polémica. La cultura cibernética y la infraestructura tecnológica de comunicación, así como el nivel económico de los saudíes, que les facilita acceder a dicha tecnología (móviles, tabletas, ordenadores, etc.), consolidan el activismo tecnocomunicativo y lo convierten en cultura de comunicación arraigada en la sociedad saudí. Según el relato de un saudí, sus conciudadanos «no dicen ahora “esta es la dirección de mi casa” o “este es mi lugar de trabajo por si quieres visitarme”, sino que indican la dirección de las redes sociales como Twitter o Facebook como nuevo lugar en el que habitan” (Easton, 2013). Son prácticas comunicativas que están hoy en día organizando las distintas relaciones de los saudíes entre ellos o con los otros.

Esto no era posible con los medios de comunicación tradicionales porque no permitían prácticas comunicativas interactivas ni una conectividad que superara los límites del tiempo y del espacio. Tampoco había un espacio público digital que permitiera un acceso fácil y diverso ni tampoco prácticas tecnocomunicativas ciudadanas como hoy. Estas prácticas gozan ahora de una capacidad notoria para producir nuevos tipos de implicación comunicativa entre individuos y grupos, así como para la formación de masas. Lo más destacado en este caso es el poder de estas herramientas en cuanto a su capacidad de movilización (Enjolras; Johnsen; Wollebæk , 2012).

Los escenarios de la Primavera Árabe han mostrado una nueva versión sin precedentes de prácticas comunicativas y de acción tecnopolítica en las sociedades árabes en busca de democracia y de cambio político y social. En dichos escenarios, se ha visto de primera mano cómo la

tecnología de la comunicación, por ejemplo, un móvil conectado a internet, podría cambiar regímenes políticos y crear nuevos líderes, nuevas opiniones políticas y nuevas posibilidades de estrategias para el cambio político y la democracia. Son herramientas tecnológicas pequeñas, pero potentes en su impacto (Annabelle. S-M; Ali. M., 1994, p. 67).

Por otra parte, gracias a las herramientas de la tecnología de la comunicación, según opinión de los saudíes que utilizan las redes sociales y los móviles para la interacción y el acceso a internet en general, estos sienten que están ante dos realidades:

- a. Están más cerca que nunca del acontecimiento, debido a la ausencia de obstáculos, incluso del control por parte de los poderes dominantes.
- b. Están convencidos de que las herramientas de acceso son fáciles y manejables, pero potentes a la hora de crear acontecimientos o formar opinión pública.

Lo que es digno de mencionar es que el propio Estado saudí, y no solamente los ciudadanos, ha abrazado estas prácticas tecnopolíticas para defender sus intereses en batallas estratégicas para Riad. Twitter se ha convertido en una gran arma para estas batallas que se ganan en base a la opinión pública y también en el espacio público digital. Los saudíes no se limitan al ejército físico para las batallas estratégicas por retos geopolíticos, sino que forman también un nuevo «ejército invisible», que es el ejército electrónico, con un impacto poderoso a través de los tuits.

En este contexto apareció en Arabia Saudí un fenómeno de tuiteros llamado «moscas electrónicas» en referencia a los usuarios que se encargan de cumplir con misiones definidas por el poder oficial, como movilizar la opinión pública, informar y crear contextos, suscitar polémicas, provocar crisis entre países y grupos culturales o geográficos, así como manipular y cambiar convicciones. Las llamadas «moscas electrónicas» fueron experimentadas de forma notoria en dos batallas: la que concierne al embargo liderado por Riad contra Qatar y la segunda vinculada con la crisis de la muerte del conocido periodista Jamal Khashoggi, que desapareció dentro del Consulado saudí en Estambul y fue dado por muerto.

En este trabajo, el análisis se centrará en las actividades tecnocomunicativas y tecnopolíticas de estas moscas en el contexto de estas dos batallas.

3. METODOLOGÍA

Este trabajo pretende observar las prácticas tecnocomunicativas desarrolladas en un contexto de choque geopolítico entre Arabia Saudí y sus adversarios políticos e ideológicos. El enfrentamiento entre Arabia Saudí e Irán, los dos países principales de la zona de Oriente Medio, está basado en la ideología y su principal eje es la opinión pública. El conflicto invisible entre el poder político en Riad y los Hermanos Musulmanes gravita sobre la visión política y religiosa del poder y engendra un conflicto no solamente entre Riad y Estados como Irán y Qatar o con actores del Islam político, sino incluso con instituciones (medios de comunicación como *Al Jazeera*) o con individuos que promueven valores democráticos, como el cambio político que era una de las grandes reclamaciones de la Primavera Árabe (Melián, 2017, p. 4). A este acontecimiento (Primavera Árabe) se opuso Arabia Saudí de forma determinante y se enfrentó a quienes lo promovían. El periodista Jamal Khashoggi, conocido por su oposición a la política del poder saudí y por su apoyo a los Hermanos Musulmanes, así como por sus reclamaciones democráticas a través de un medio de comunicación con un impacto internacional como es el periódico norteamericano *The Washington Post*, se vio en el punto de mira del régimen político saudí. Riad se vio implicada después en la crisis internacional que provocó su muerte en su consulado en Estambul.

Todo esto forma el marco contextual de los conflictos por intereses políticos, ideológicos e incluso geopolíticos que afronta Arabia Saudí y que gira en torno a la opinión pública. Este concepto se ha desarrollado como actor político de forma notoria en la Primavera Árabe, cuando constituyó el factor determinante para que los movimientos sociales tomaran las calles y las redes sociales y se implicaran a fin de configurar su posición y movilizarse para reclamar los cambios democráticos que lograron provocar la caída de regímenes pesados como los de Egipto, Túnez y Yemen. Además, han conseguido en una segunda oleada de la

Primavera Árabe provocar la caída de regímenes dictatoriales, como en Argelia y en Sudán.

La batalla que lidera Arabia Saudí para proteger su predominio e incluso defender su existencia como régimen político y como fuerza regional en la zona del Golfo y en Oriente Medio ante sus adversarios políticos y geopolíticos de la región, está basada en un buen aprendizaje de las lecciones de la Primavera Árabe, al darse cuenta de la fuerza de la opinión pública y de la importancia para el poder oficial de obtener su apoyo y, por lo tanto, la importancia de pensar en estrategias tecnocomunicativas en la época de la web 2.0 y de las redes sociales para controlar dicha opinión pública con medios no tradicionales y con el llamado *soft power*.

Entienden muy bien hoy las autoridades saudíes que el espacio público está libre del control tradicional y el acceso a su esfera está al alcance de cualquier individuo o grupo de cualquier ideología. Entienden también que la producción de información y de conocimiento no está condicionada por las fuentes tradicionales, controladas por los poderes oficiales o regímenes políticos, y que las herramientas para formar la opinión pública son hoy en día distintas de las tradicionales.

El Estado saudí ha percibido, a partir de su programa del desarrollo económico y social, el cambio profundo que ha trastocado en la era digital las relaciones entre las instituciones y los individuos, y de estos entre sí.

Las formas de dominación y de movilización tradicionales han caído en la ineficacia ante el cambio determinante provocado por la invasión tecnológica en nuestro sistema de información y de comunicación y, por lo tanto, han aparecido prácticas tecnocomunicativas libres de los obstáculos tradicionales, que garantizan una visibilidad exenta de las formulaciones centralizadas. El Estado como poder oficial ha perdido este predominio tradicional sobre las fuentes de producción del conocimiento y el control sobre las relaciones y modos de comunicación se está tejiendo gracias a los nuevos códigos de la tecnocomunicación desde que internet se ha convertido en un lugar abierto para los nuevos ciudadanos, que construyen en su seno sus relaciones y sus nuevas formas de comunicación. En el corazón de esta transformación de los modos de

comunicación producida por la invasión de las nuevas tecnologías, los ciudadanos o cualquier individuo poseen sus propias herramientas para clasificar las fuentes de información, con lo que se liberan de las clasificaciones políticas, culturales y axiológicas que impone el poder oficial. En este marco, las redes sociales se convirtieron en nuevos espacios para la formación de la opinión pública y para librar a veces batallas ideológicas, así como para fomentar estrategias de comunicación y de movilización para provocar el cambio social, político y religioso.

Las autoridades en Arabia Saudí se dieron cuenta, como en otros países del mundo, de que las batallas políticas con el interior o con el exterior contienen ahora mismo nuevas tradiciones y estrategias. Por lo tanto, la implicación en este cambio es una necesidad primordial para alcanzar los nuevos modos de formación de opinión pública y la capacidad de orientarla y configurar sus posiciones. El poder en el país con más reservas de petróleo en la zona del Golfo y el segundo a nivel mundial está considerando que el nuevo campo de batalla de la opinión pública son las redes sociales y que sus herramientas son las nuevas tecnologías de comunicación.

Para que podamos percibir el cambio que ha experimentado Arabia Saudí en este sentido, es decir, en el terreno de la implicación en la era de la tecnocomunicación (Chaudhry, 2014, pp. 943:961) y en las nuevas tradiciones de comunicación con sus nuevas herramientas para librar las batallas de la opinión pública y poseer capacidad tecnocomunicativa, hemos tenido que implicarnos metodológicamente en la reconstrucción del contexto de este cambio surgido en las prácticas comunicativas de los saudíes y del poder oficial saudí, y valernos concretamente de las redes sociales y de Twitter. Esto nos ha obligado a exponer los elementos de la infraestructura de telecomunicación que ha construido el Estado saudí y que ha facilitado el cambio en las prácticas comunicativas hacia prácticas tecnocomunicativas, lo que ha sido fortalecido por el empeño de los saudíes en establecer un gobierno electrónico, el primero en el mundo árabe. En este marco metodológico es necesario exponer aspectos del apoderamiento de las redes sociales y de las opciones comunicativas de los saudíes, que se convirtieron en esferas públicas que abren sus espacios a las prácticas tecnocomunicativas, a las interacciones

culturales, políticas y religiosas y para el diálogo, así como para el conflicto y la confrontación.

Dentro del marco metodológico que estructura este trabajo, era necesario indicar los aspectos de la conversión de Twitter en actor tecnocomunicativo dominante en las prácticas comunicativas de los saudíes, que se encarga de formar opiniones y orientar la opinión pública, así como de la propaganda o la manipulación, incluso para la defensa de una posición o el ataque a otra. Es una red social que se adapta a las distintas misiones tecnocomunicativas. Estos indicadores evidencian a través de cifras y estadísticas el predominio de Twitter en la acción comunicativa saudí de autoridades, instituciones y ciudadanos, más concretamente en las áreas de la política, la cultura y la religión (Chaudhry, 2014, p. 954). La construcción del contexto que documenta la transformación cultural en el campo de la comunicación entre los saudíes, así como el contexto geopolítico en el cual se sitúan Arabia Saudí y tanto sus intereses como sus retos, sirven para establecer la lógica de causas y consecuencias que ha producido el fenómeno de las «moscas electrónicas». Se trata de un conjunto de tuits y de *hashtags* que se lanzan de forma colectiva y masiva para responder y deslegitimar un comentario o una crítica dirigida al Estado de Arabia Saudí o a los hombres del poder en las redes sociales, nuevo campo de batalla político, geopolítico, o incluso una posición que amenaza sus intereses, sus símbolos culturales, políticos o religiosos. El uso de las «moscas electrónicas» está sujeto a una estrategia de efecto sobre los mensajes objetivos para deslegitimarlos y cuestionar su credibilidad, así como imponer y provocar otro contexto que desvíe el interés de la opinión pública. La aproximación a este fenómeno tecnocomunicativo se basará en el análisis de dos casos con la exposición y comentario de los modelos de dichas prácticas electrónicas en dos circunstancias que forman parte de las batallas políticas y geopolíticas de Arabia Saudí en contra de sus adversarios. El primer caso es el embargo de un cuarteto liderado por Arabia Saudí contra Qatar y el segundo es la crisis en que se ha visto inmersa Arabia Saudí después de la desaparición y muerte del periodista Jamal Khashoggi, acontecidas en el consulado saudí de la ciudad turca de Estambul. En estos dos casos se manifiestan todos los

aspectos de la conversión de Twitter en un medio y en una herramienta para librar y enfrentar las batallas geopolíticas de Arabia Saudí.

4. LA TECNOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y EL PODER

La relación entre la tecnología de la comunicación y el poder suscita y abarca dos frentes que surgen como consecuencia de dicha relación: la tecnología del poder y el poder de la tecnología. Sin embargo, en nuestro contexto se puede entender como marco conceptual y referencial que indica la relación del poder con la tecnología o las nuevas tecnologías y el poder, la capacidad de las élites para el control de la información y del conocimiento, así como para la creación de posibilidades de acción y de conciencia en la sociedad (Castells, 2013, p. 60). El aspecto más importante del poder de las nuevas tecnologías de comunicación es el reto que plantea ante el monopolio de la información o del conocimiento, que abre, a su vez, otro reto concerniente a su capacidad de cumplir con dos fines y objetivos opuestos: la dominación y la resistencia (Angus, 2001, p. 11).

No todos los modelos sociales y políticos son iguales. Los fines del uso de la tecnología en las sociedades democráticas por parte del poder oficial no son los mismos que en sociedades con escasez democrática. Los fines se mezclan y se confunden. Sus funciones son idénticas a las funciones del poder dominante, por lo tanto, la relación de la tecnología y el poder estará exclusivamente condicionada por el tipo de ejercicio de este. La tecnología tiene dos caras y dos fines según la sociedad que la utiliza: una está al servicio de la democracia y la transparencia mientras que la otra sirve para mantener el control visible y forzoso (Adesida, 2001, p.6)

Tecnología no es siempre sinónimo de democracia y transparencia, sino que también puede serlo de control y de manipulación. Eso sí, la tecnología es poder, pero con un doble fin: el de la resistencia y de la transparencia, así como el de la dominación y la opresión. Existen países en el mundo armados de tecnología hasta los dientes y, sin embargo, son menos transparentes y democráticos (Seva, 2015). La tecnología es poder, pero un poder de silicona que toma la forma de la mano que lo maneja.

4.1 TELECOMUNICACIONES Y MÓVILES EN ARABIA SAUDÍ

La inversión tecnológica del Estado de Arabia Saudí es notoria y demuestra la doctrina cultural del país en el área de las telecomunicaciones y en el de las herramientas de comunicación. La economía del petróleo ha consolidado esta doctrina y ha promovido una inversión generosa en este sector. La inversión saudí en servicios de telecomunicación y de tecnología de información alcanzó en 2018 más de 36,8 mil millones de dólares. Por ello, el mercado de telecomunicaciones y TIC saudí es el más grande de Oriente Medio en términos de valor de capital, gasto e inversión.

Por otra parte, Arabia Saudí está considerada entre los primeros países del mundo en cuanto al uso de los teléfonos inteligentes, cuya difusión está en crecimiento, ya que alcanzaron el 110% en relación con los habitantes (la segunda mayor difusión en el mundo). Los teléfonos más populares en Arabia Saudí son iPhone y Huawei. Existen en este país 180 móviles inteligentes por cada cien personas (Amna, 2019). Esta estructura sólida de comunicación y de sus herramientas encuentra su apoyo en el nivel económico del país y de sus ciudadanos.

4.2 GOBIERNO ELECTRÓNICO Y GOBERNANZA ELECTRÓNICA

El avance tecnológico en la vida social, cultural y política de los saudíes está marcado por la cantidad de iniciativas que pretenden introducir las nuevas tecnologías de la comunicación en los diferentes aspectos de la vida.

El Reino de Arabia Saudí comenzó el proceso de transformación de las transacciones de gobierno electrónico a principios de 2005 con el establecimiento del programa de gobierno electrónico *Yusr* (que significa «fácil») para aumentar la eficiencia y la productividad del sector gubernamental al proporcionar servicios electrónicos al público beneficiario, ciudadanos, residentes y empresas. El progreso del Reino Saudí en este proceso de desarrollo sostenible es supervisado por informes e indicadores internacionales relevantes, incluida la medición del gobierno electrónico de las Naciones Unidas, que muestra que el Reino está avanzando constantemente. Ocupa el lugar 36 de 193 países a nivel mundial en el

campo del gobierno electrónico, después de ocupar el puesto 41 en 2012 y el 58 en 2010 (Sharma, 2018). Esta medida refleja los esfuerzos realizados por varias agencias gubernamentales en el Reino para transformar sus servicios en servicios electrónicos accesibles que benefician a millones de ciudadanos y residentes.

Está gestionado por un equipo profesional que está capacitado para implementar los más altos estándares técnicos relacionados con los portales electrónicos. También busca implementar nuevas tecnologías que enriquezcan el portal y faciliten el acceso a todos sus contenidos, lo que aumenta el número de usuarios y visitantes de dicho portal y hace crecer el alcance de su interacción.

En Arabia Saudí, con una población de 31.000.557 habitantes, los ciudadanos utilizan distintas aplicaciones para facilitar su acceso a los servicios administrativos, comerciales y sociales. Sin embargo, la aplicación más polémica es *Abcher* («Alégrate»), la aplicación árabe-inglesa más utilizada por los saudíes con servicios vinculados con el Ministerio del Interior: tráfico, pasaportes y otros servicios administrativos. Entre las tareas polémicas de esta aplicación se encuentra la de facilitar el control de los maridos sobre sus mujeres, ya que no pueden viajar fuera sin su permiso (Harold, 2019).

5. SAUDÍES, USUARIOS DE INTERNET Y ACTIVISTAS EN REDES SOCIALES

Las redes sociales en Arabia Saudí se están convirtiendo cada vez más en una parte integrada de la vida individual de los saudíes, así como en una herramienta de interacción entre los ciudadanos y las instituciones gubernamentales saudíes. “Arabia Saudi ahora mismo tiene su cohorte de jóvenes más grande, más alfabetizada y más conectada tecnológicamente en su historia” (Alaoui, 2019). Esta implicación de las redes sociales en la vida individual y colectiva de los saudíes ha hecho que el reino más potente de los países árabes del Golfo haya dado un cambio social y cultural de gran dinamismo ya que la implicación social en las redes sociales alcanza niveles notorios como los obtenidos en 2018, que alcanzaron el 91,7% de la población total, según las últimas estadísticas del

Comité de comunicación y Tecnología de la Información (CITC) gubernamental (Sharma, 2018).

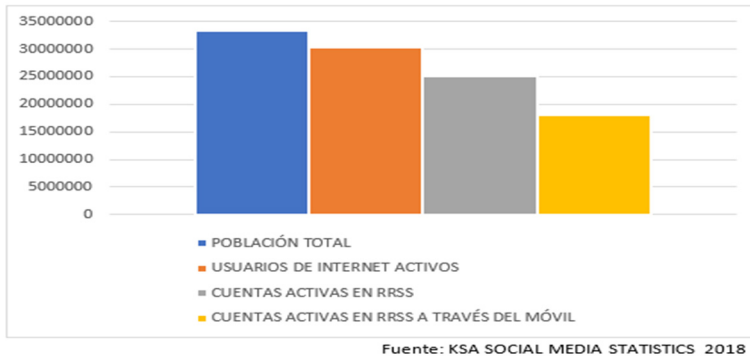


Figura 1.

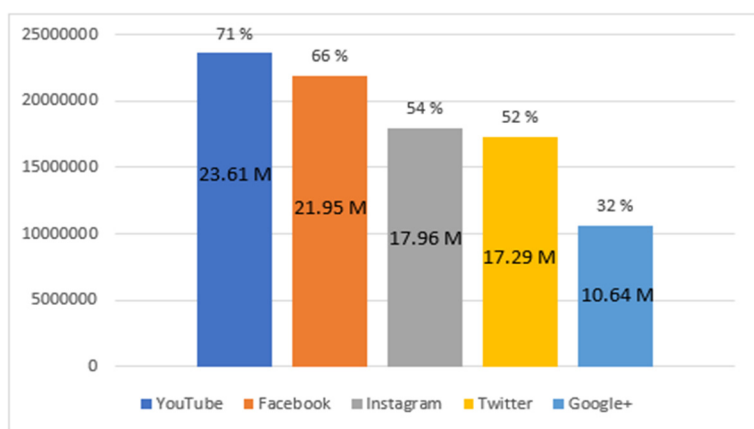
El activismo tecnocomunicativo en Arabia Saudí está sujeto a un mapa de grupos de edades. Las estadísticas del CITC señalan que los jóvenes de entre 20 y 24 años son el bloque más grande, ya que 98,7% de ellos usan las redes sociales, seguidos por el grupo de edad de 25 a 29 años con un 98,1% mientras que el alcance es del 97,4% en el grupo de edad de 30 a 40 años (Stanger; Alnaghaimshi; Pearson, 2017).

Por otra parte, el informe de CITC también recogió que el 93,2% de los hombres usaban las redes sociales en comparación con el 89,6% de las mujeres. Visto desde una perspectiva de género, indica que hay una participación activa de las mujeres saudíes en las prácticas tecnocomunicativas de su país, lo que significa que gozan de más libertad (The Economist, 2019).

5.1 LOS SAUDÍES, TWITTER Y LAS OTRAS PLATAFORMAS DE LAS REDES SOCIALES

El uso de las nuevas tecnologías de comunicación ya forma parte de las herramientas comunicativas que utilizan los saudíes para alcanzar los distintos objetivos comunicativos, así como para la organización y la creación de la opinión pública. Apostar por las nuevas tecnologías se ha convertido en una forma de cultura comunicativa y de información e incluso de diversión. En consecuencia, las nuevas tecnologías de

comunicación se apoderaron de las prácticas comunicativas de los saudíes, incluso aquellas prácticas manejadas por el Estado, como la gestión administrativa y la dominación. Esto explica bien la posición que alcanzó Arabia Saudí a nivel mundial en el uso de Twitter, ya que, según los últimos datos del *Global Twitter Users*, «Arabia Saudí se posicionó cuarta a nivel mundial después de Estados Unidos, Japón y Reino Unido con unos 9,9 millones de usuarios activos de Twitter» (Clement J., 2019). Las redes sociales se convirtieron en el terreno más habitado por los saudíes para la información y la comunicación, aunque cada herramienta de comunicación o de información responde a un tipo de objetivo comunicativo, así como a dominios distintos de prácticas comunicativas.



Fuente: KSA SOCIAL MEDIA STATISTICS 2018

Figura 2.

Este gráfico muestra el mapa de las redes sociales más utilizadas en Arabia Saudí. En el campo de nuestra aproximación, que es el impacto tecnocomunicativo en la opinión pública política y religiosa, Twitter, a pesar de que ocupa la quinta posición en comparación con otras herramientas de las redes sociales, resulta el medio más potente para la creación de opinión pública en Arabia Saudí en general, ya que las otras redes sociales, como Facebook, Instagram o YouTube, eran usadas más para la diversión, la información local, el intercambio personal, la

exposición de fotos personales, anuncios comerciales, etc. (Al Karni, 2018, p. 34).

Por otra parte, Twitter aparece como el medio entre las redes sociales más proclive para un impacto fuerte y directo en los dominios de la política, de la cultura y de la religión.

Twitter se considera una herramienta de élite. Es la red social más utilizada por las personalidades con mayor nivel de conocimiento y constituye el medio más directo e interactivo que se encarga de tareas de refutación, deslegitimación discursiva, suscitación de polémicas y cambio de ideas o convicciones con más impacto directo sobre la opinión pública. Todo esto justifica que Twitter sea el medio más utilizado por los saudíes en la comunicación política y religiosa. El recurso de los actores políticos y religiosos saudíes con más impacto en la opinión pública saudí en Twitter cristaliza la tendencia tecnocomunicativa hacia este medio para impactar en dicha opinión (Ibid, 2018, p. 34).

El predominio de Twitter está basado en el tipo de actores con un tipo determinado de protagonismo que lo utilizan, así como en la clase de objetivos determinantes por los cuales se utiliza precisamente en la comunicación política y religiosa. Todo esto ha provocado que la cadena BBC británica se pregunte en un reportaje: “Why Twitter is so big in Saudi Arabia?” (Cordelia, 2014).

En la sociedad saudita han emergido numerosos indicadores sobre el grado de implicación de Twitter en la vida de los saudíes y sobre el alcance de la transformación que ha logrado en sus prácticas comunicativas desde el punto de vista social, político y religioso, así como el índice de liberación del control que sufren los medios tradicionales, que se ha extendido en los discursos diarios.

La referencia a ejemplos que conciernen a distintas formas de uso de Twitter en la vida de los saudíes proporcionará una elocuente imagen del grado de transformación que se produjo en la vida pública de dicha sociedad árabe.

Tal imagen, nacida de dichos ejemplos, documenta dos aspectos:

La implantación de Twitter en el corazón de la vida de los saudíes como herramienta de participación social, cultural y política.

Los rasgos del cambio que se está obrando en la vida pública y privada de los ciudadanos del país más rico en petróleo en la zona del Golfo Árabe.

En este contexto, los medios de comunicación saudíes han publicado la noticia del divorcio de un ciudadano saudí de su esposa después de que se enterara de que su mujer disponía de una cuenta de Twitter con seguidores de ambos sexos. El esposo exigió que la mujer eligiera entre cerrar su cuenta de Twitter o el divorcio. La esposa eligió el divorcio (Assawsana, 2012).

El segundo ejemplo se refiere a un *hashtag* dedicado a que los adictos a Twitter contaran sus experiencias sobre dicha adicción. Así, uno de los comentarios indicaba que “cuando te levantes por la noche con un ojo abierto y otro cerrado buscando los *tuits* en tu aparato, entonces te darás cuenta de que eres adicto” (Mesat, 2013).

Los saudíes, según estudios locales, sienten una inclinación especial hacia Twitter en cuanto a las prácticas tecnocomunicativas en distintos aspectos de la vida, desde la política y la religión hasta la cultura. Twitter provocó una revolución verdadera en cuanto a su implicación como herramienta de comunicación ya que en 2013 llegaron a encabezar la lista de sociedades en el mundo que más utilizan dicha red social. La apuesta por Twitter ha continuado creciendo en 2015 y 2016. Muchos de los estudios sociológicos en Arabia Saudí se dedicaron a analizar las causas que motivan la elección por parte de los saudíes del uso de Twitter para su participación política o para la comunicación en áreas como la religión y la cultura.

Las conclusiones más destacadas de estos estudios son que según los saudíes:

- Twitter es más directo, más centrado y fácil.
- Consideran que el mensaje reducido de Twitter contiene más impacto que un largo texto de Facebook.
- Twitter es más seguro que otras redes como Facebook.

Estas conclusiones en cuanto a los motivos de la inclinación de los saudíes por Twitter encuentran su justificación en el medio masivo de acceso a las redes sociales e internet: el teléfono móvil. Estadísticas oficiales del Estado saudí señalan que los saudíes han gastado más de 2.000 millones de dólares en 2014 en adquirir terminales de móviles, y se consideran los primeros en el mundo árabe en cuanto a volumen de gasto en aparatos técnicos de información como teléfonos inteligentes y *iPads*, mientras que están considerados el décimo país a nivel mundial en cuanto al gasto en tecnología de comunicación.

Más allá de las conclusiones que aportaron los estudios sociológicos, Arabia Saudí contribuyó con el mayor porcentaje de tuits en la zona del Golfo y, según *Bisnes Insider*, ha encabezado la lista de los países del mundo árabe en cuanto al porcentaje de usuarios de la red Twitter, con un 41%. En este contexto, los saudíes llegaron a producir en un mes 150 millones de tuits, el 85% de ellos en árabe (Al-Khalifa, 2013). Y según la misma fuente, los saudíes tuitean, de forma mayoritaria, los jueves, viernes y sábados, que son los días de fin de semana en Arabia Saudí.

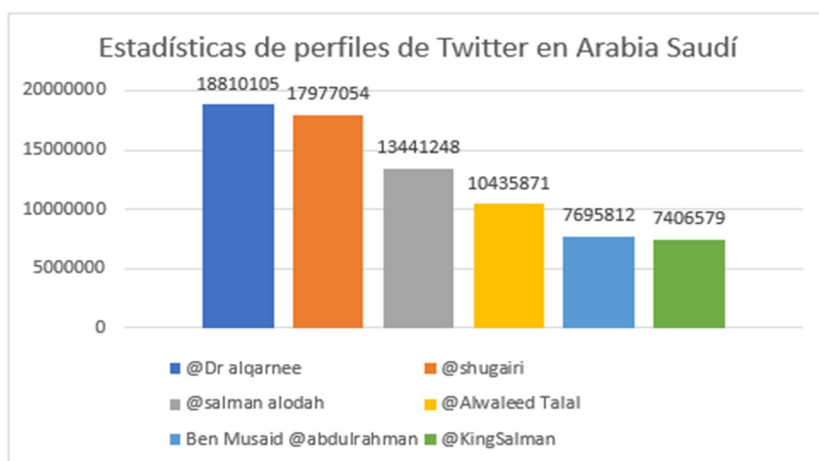
5.2 TWITTER, MOVILIZACIÓN Y CREACIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA SAUDÍ Y ÁRABE

Hoy en día Twitter se presenta como una herramienta eficaz de movilización y de creación de opinión pública en las distintas áreas, como la de la comunicación política o la de la comunicación religiosa (Priest, S. H., 2012, p. 117).

Twitter en Arabia Saudí se ha implicado de forma determinante en los procesos de formación de la opinión pública y de consolidación de posiciones políticas y religiosas, así como sociales. Los actores políticos y religiosos saudíes han apostado por Twitter como herramienta eficaz en sus prácticas tecnocomunicativas y como el medio principal para la difusión de sus posiciones políticas e ideologías. Dichos actores, y más concretamente los actores religiosos, han probado la capacidad movilizadora de Twitter a la hora de dar salida a sus discursos ante la opinión pública no solamente saudí, sino del resto del mundo árabe. Por ello,

invirtieron sus capacidades comunicativas y predicativas en dicha red como canal principal.

Acceder a las prácticas tecnopolíticas o tecnorreligiosas de los actores saudíes más influyentes no solamente en Arabia Saudí, sino también en el mundo árabe en su totalidad y observar las herramientas que utilizan para dichas prácticas puede darnos una idea determinante del poder de Twitter como herramienta principal en los distintos tipos de acciones comunicativas: movilizaciones, información, etc. Estos actores líderes en el mundo árabe en cuanto al uso de Twitter, al número de seguidores y al poder de influencia e impacto nos conducirán a considerar el papel fundamental de Twitter en la formación de la opinión pública en Arabia Saudí.



Fuente: KSA SOCIAL MEDIA STATISTICS 2018

Figura 3.

Como hemos señalado antes, la importancia y el prestigio de Twitter en las prácticas tecnocomunicativas de los saudíes no descansa solamente en la capacidad comunicativa e interactiva del medio social, sino también en los actores políticos y sociales que la utilizan.

En este contexto, el gráfico anteriormente presentado muestra el tipo de actores que apuestan por Twitter para interactuar y comunicar, así como impactar e influir en la opinión pública. Son actores religiosos y

políticos, como Dr. Ā'īḍ Quarnī, predicador y escritor islámico, que goza del mayor número de seguidores en Twitter al alcanzar los más de 18,8 millones, no solamente de Arabia Saudí, sino también del mundo islámico. Se considera uno de los predicadores con más capacidad de movilizar la opinión pública. Como segundo actor con más seguidores en Twitter figura el pensador y predicador islámico, profesor universitario y presentador de programas de televisión con contenido religioso Salman al-Ouda, que es también miembro de la Unión Internacional de Sabios Musulmanes y director de *Islam Today Group*. Fue detenido por el régimen saudí, varias veces encarcelado y fue condenado a pena de muerte. Sus seguidores en Twitter alcanzan los 17,9 millones. Estos dos actores con mayor número de seguidores son personalidades religiosas, pero sus discursos tienen dimensiones políticas. Tras ellos, figura como actor tecnocomunicativo con un número considerable de seguidores Al-Walid bin Talal bin Abdul Aziz Al Saud, conocido como el príncipe Al Waleed (7 de marzo de 1955). Es miembro de la familia real saudí, así como emprendedor e inversor internacional y ha podido reunir más de 10 millones de seguidores en Twitter.

En definitiva, el gráfico arroja las siguientes conclusiones:

- La formación de la opinión pública cuenta con las redes sociales como herramientas determinantes en la sociedad saudí.
- Twitter es el medio más potente de las redes sociales para la formación de la opinión pública y para la movilización.
- Los actores saudíes con más impacto social y político en su país utilizan Twitter para la comunicación con la opinión pública.
- Las prácticas tecnopolíticas y tecnorreligiosas con mayor impacto se llevan a cabo con Twitter.

6. LAS «MOSCAS ELECTRÓNICAS»

Las «moscas electrónicas» constituyen un fenómeno tecnocomunicativo que surgió en medio de los conflictos y las batallas que están teniendo lugar en las redes sociales, no solamente entre personas, sino incluso entre Estados, instituciones y personalidades que gozan de cierto poder. Hacen referencia a las cuentas fantasma en las redes sociales utilizadas

más como nombre y fenómeno tecnocomunicativo en los países del Golfo (Loveluckn; Al-Alwani, 2018).

Son cuentas electrónicas administradas automáticamente por programadores vinculados con aparatos del Estado y de la seguridad. En circunstancias notorias en el mundo árabe, como en la Primavera Árabe, surgió el fenómeno de las guerras de los tuits entre los dos bandos de la crisis política que estalló entre los que apoyaban el cambio político y los conservadores. También aparecieron fenómenos como «el ejército sirio electrónico», creado por el régimen sirio y utilizado de manera exitosa en su estrategia de información y gestión de guerra psicológica y de opinión pública, así como los «comités electrónicos», “que fueron utilizados por el régimen de Mubarak para enfrentarse a los activistas de la Primavera Árabe en su país, que reclaman el cambio político, y sirvió también como herramienta de propaganda política del régimen egipcio” (Walid, 2014).

La función de estos tuits masivos no solamente era saturar los espacios de comunicación electrónica con todo tipo de informaciones de interés para los regímenes y sus distintos aparatos. Los equipos de programadores y los *hackers* piratean las cuentas electrónicas, los correos electrónicos y los teléfonos (Louisa y Al-Alwani, 2018). Esto suscita polémicas que atraen a los tuiteros reales a tomar partido en dicha polémica, con lo que aumenta el nivel de participación. De esta forma, los tuits masivos se convierten en provocadores de una polémica que diluye el protagonismo de dichos tuits, dando la impresión de que las ideas que planean representan la opinión pública.

6.1 FUNCIÓN Y ESTRATEGIA DE ACCIÓN TECNOCOMUNICATIVA DE LAS «MOSCAS ELECTRÓNICAS»

La función principal de las «moscas electrónicas» es imponer una realidad a través de una estrategia de difusión masiva de *hashtag* y cuentas de Twitter que provoca una convicción de que los que apoyan esta idea, opinión o posición son una mayoría. Esta función se nutre de las características propias de la red, como la interactividad o el poder comunicativo de que goza Twitter mismo (Murthy; Dhiraj, 2013, p.22).

La función de las «moscas electrónicas» como técnica y estrategia tecnocomunicativa requiere de un gran número de cuentas electrónicas ficticias de Twitter para poder alcanzar el objetivo al editar de forma masiva una información o una opinión para que esté más visible y presente, a fin de convertir el contenido de ese *tuit* en una realidad.

Es un tipo de legitimidad que los usuarios de las «moscas electrónicas» quieren garantizar a las ideas y opiniones que aportan a través de la lógica cuantitativa.

Prácticamente lo que hacen las «moscas electrónicas», según los casos a los que nos estamos aproximando (las manejadas por los saudíes y, más concretamente, por el Estado saudí y su aparato de seguridad), es crear un *hashtag* o tuit contrario al del adversario/enemigo e implicarse de forma masiva en editar dicho tuit hasta que supere el *hashtag* o el tuit original en impresiones e interactividad. Esto por lo tanto conduce a la supresión del *hashtag* original o del tuit original y con ello se controla la opinión pública a través de estas estrategias tecnocomunicativas, cambiando sus convicciones y aceptando el tuit contrario como realidad gracias a la lógica de cantidad, aunque también el contenido tiene que gozar de cierta lógica temática que consolide una legitimidad interpretativa como interpretación alternativa de la realidad de la versión del contenido original.

«El ejército de Twitter» saudí (las «moscas electrónicas») se encarga, según *The New York Times*, de fabricar la imagen del país saudí y de quitar legitimidad a las voces de los tuiteros de la oposición dentro y fuera del país (Benner; Mazzetti; Ben Hubbard; Isaac, 2018). Este ejército electrónico está dirigido por un comité, que decide a través de sus miembros las formas de desviar el contenido publicado por la oposición y de redirigirlo hacia nuevas perspectivas y nuevos ejes temáticos que se consideren capaces desviar la atención. Después de acordar los temas por dicho comité, se decide enviarlos al resto del «ejército» a través de aplicaciones de WhatsApp para que sus miembros se encarguen de difundirlos de forma masiva entre la opinión pública (Ibíd, 2018).

7. ANÁLISIS DE CASOS

En esta parte del trabajo se presentarán modelos de prácticas tecnocomunicativas en las que figura el fenómeno de las «moscas electrónicas» como herramienta de comunicación en las redes sociales encargadas de la producción de realidades discursivas a través de una acción masiva en Twitter. El objetivo principal es dominar la opinión pública dentro de una batalla de opiniones y de posiciones opuestas y, más concretamente, como se ha expuesto al principio de este trabajo, en los combates estratégicos por el poder político de Arabia Saudí.

En este marco nos centraremos en dos casos, cada uno representante de una de las batallas que está librando el poder político en Arabia Saudí, aunque los objetivos se canalizan en el mismo horizonte estratégico y geopolítico.

La primera es aquella que libra el Estado saudí, con el nuevo poder político originado por la incorporación a su centro de decisión del heredero Mohamed Ben Selman, contra el Estado de Qatar debido al desencuentro en visiones geopolíticas entre Doha y Riad.

La segunda es el caso del periodista saudí Jamal Khashoggi instalado en los últimos años en EEUU, que se declaró muerto y desaparecido en el consulado saudí de la capital turca en 2 de octubre 2018.

7.1 CONFLICTO CON «SOLDADOS DESCONOCIDOS»

Un conflicto político de más de dos años de duración entre el pequeño y rico estado de Qatar y sus vecinos más grandes, Arabia Saudí, Emiratos Árabes Unidos, Egipto y Bahréin ha sido preparado con el nuevo arsenal de armas que es Twitter (Owen Pinnell, 2018). El objetivo era editar noticias falsas que restaran legitimidad al relato de la posición del adversario, en este caso Qatar, a través de tuits masivos y teledirigidos.

En las primeras horas del 24 de mayo de 2017, apareció una noticia en el sitio web de la agencia oficial de noticias de Qatar que informaba que el emir del país, el jeque Tamim bin Hamad al-Thani, había pronunciado un discurso sorprendente (Ibíd, 2018). Los tuits ofrecían un contenido que indicaba que el emir de Qatar estaba promoviendo a los

grupos islamistas Hamas y Hezbolá y a los Hermanos Musulmanes, así como a Irán, el rival geopolítico de Arabia Saudí. Las citas aparecieron en las cuentas de las redes sociales de la Agencia Oficial Catarí y luego desaparecieron. Las autoridades cataríes emitieron un comunicado para informar de que la página de la Agencia Oficial de noticias del país había sido hackeada.

En este tuit, una ciudadana de Qatar advierte sobre las «moscas electrónicas» y sus consecuencias negativas en las relaciones de pueblos y países de la zona.

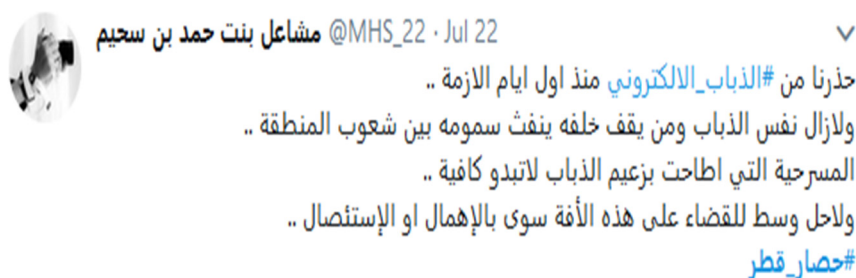


Figura 4.

Esta misma denuncia de las «moscas electrónicas» se ha visto repetida en un titular de *Al Jazeera*. La cadena catarí expone el tuit de unos de sus periodistas de *Al Jazeera English* experto en nuevas tecnologías, privacidad y derechos humanos, en el que comenta y analiza la realidad del ataque masivo a través de tuits a Qatar. En él, figura este análisis: «El bloque contra Qatar, liderado por Arabia Saudí, ha hecho que una gran cantidad de cuentas ficticias se hayan convertido en un intento de influir en la opinión pública» (Ritzen Y., 2019).

NEWS / MIDDLE EAST

The fake Twitter accounts influencing the Gulf crisis

The blockade of Qatar, led by Saudi Arabia, has seen a slew of fake accounts open up and attempt to sway public opinion.

by Yarno Ritzen



22 hours ago

Figura 5.

Estas cuentas ficticias de Twitter, que se ha convertido en un fenómeno conocido entre los ciudadanos de los países del Golfo, quienes son conscientes de sus funciones, crean *hashtag* y publican tuits con un solo objetivo: apoyar la posición de Arabia Saudí en esta cuestión y atacar a Qatar.

7.2 LOS SAUDÍES SE ENFRENTAN AL MUNDO A TRAVÉS DE TWITTER

La muerte del periodista saudí Jamal Khashoggi, columnista en el periódico estadounidense *The Washington Post*, en el consulado saudí en Estambul el 2 octubre de 2018 ha puesto a este país del Golfo ante acusaciones recibidas de parte de casi todo el mundo por la presunta responsabilidad del Estado saudí en esta muerte. Jamal Khashoggi era un columnista destacado en el medio estadounidense, desde el que criticaba al heredero Mohamed Ben Selman, y denunciaba la falta de libertad de expresión en su país. Sus artículos gozan de gran difusión y de muchas lecturas. Su último artículo publicado en *The Washington Post* se titulaba «La libertad de expresión, lo que hace falta en el mundo árabe» (Benner, Mazzetti, Ben Hubbard and Mike Isaac, *op. cit.*, 2018). Este medio le dedicó un espacio en blanco como protesta por su desaparición.

See an early look at tomorrow's @washingtonpost
 Opinions page featuring a blank column for @JKhashoggi,
 who has not been heard from since Tuesday.



Figura 6.

The Washington Post en un reportaje sobre lo que llamó «el Ejército Electrónico», conocido como «moscas electrónicas», demuestra que Khashoggi fue antes de su muerte objetivo de un ataque masivo de tuits. En el artículo titulado “Saudís’ Image Makers: A Troll Army and a Twitter Insider» (Ibíd, 2018), se afirma que “Each morning, Jamal Khashoggi would check his phone to discover what fresh hell had been unleashed while he was sleeping” (Ibíd, 2018).

La preocupación del periodista saudí reflejaba el poder de los tuits para crear opiniones y montar juicios e incluso para manipular realidades, y para privar de legitimidad a su capital principal, que es la solidez de su discurso periodístico y el efecto de su carisma.

Después de la muerte del periodista, surgió otro contexto para la invasión de las «moscas electrónicas» en las redes sociales y la provocación de una verdadera batalla de opinión pública. Los saudíes, utilizando el poder tecnocomunicativo de Twitter, empezaron a crear realidades discursivas paralelas a las provocadas por la muerte del periodista y por su

desaparición, lo que ha convertido las redes sociales, y más concretamente Twitter, en la herramienta determinante para afrontar los retos que han puesto al país en una delicada situación ante la opinión pública árabe e internacional, que han llegado incluso a cuestionar la apertura social que manifestó Riad con la incorporación de Mohamed Ben Selman al poder oficial.

Twitter entonces constituía el arma no tradicional que consolidaba el aparato defensivo de los saudíes en contra de las acusaciones a su país y de las presiones en contra de los líderes del Estado.

La invasión masiva de tuits en las redes sociales en los que hay contenidos tecnocomunicativos que plantean un cuestionamiento de la versión saudí, fue notada incluso por la plataforma de Twitter.

La cadena estadounidense *NBC News* informa que “Twitter derriba la red de robots que impulsó contenidos prosaudíes sobre el periodista desaparecido” y afirma que “Twitter se percató de algunos de los robots el jueves cuando esta cadena misma presentó a la compañía evidencia de una actividad coordinada” (Collins, B. Shoshana Wodinsky; Sh., 2018).

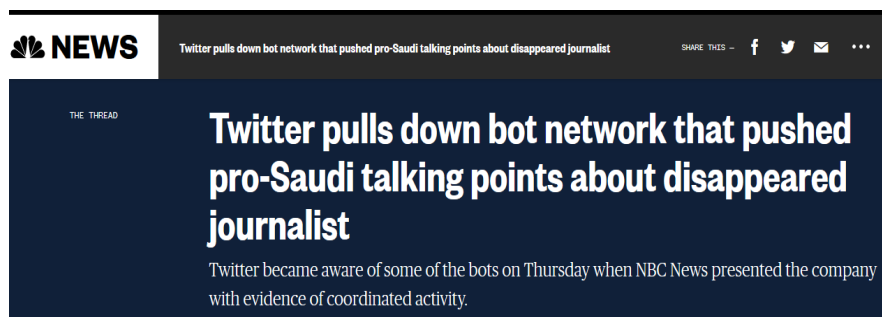


Figura 7.

7.3 ESTRATEGIAS TECNODISCURSIVAS

Todo tuit utilizado dentro de la polémica discursiva que estalló en las redes sociales entre los saudíes y otros, que pueden ser de la oposición saudí o de otros países árabes, estaba dirigido a consolidar uno de los puntos de vista que se enfrentan en esta polémica tecnocomunicativa.

La estrategia de defensa tecnopolítica de los tuits prosaudíes se basaba en un gran objetivo, quitar legitimidad al marco de las acusaciones y clasificarlo como un marco conspiratorio contra el Reino Saudí. En este contexto, nos encontramos ante tres estrategias para restar legitimidad a las acusaciones.

7.3.1 Defender la veracidad del tuit y que no es una «mosca electrónica»

En el espacio público digital árabe había una polémica que había estallado entre tensiones y enfrentamientos tecnocomunicativos a través de los *hashtags* y los tuits entre aquellos que acusaban a Riad y los que la defendían. La acusación en este contexto se centró en la naturaleza de los tuits, si estos eran «moscas electrónicas» o no. Después de un tuit que acusaba a los defensores de la oposición de Arabia Saudí, este fue respondido con un escuadrón de tuits saudíes que defendían su legitimidad.

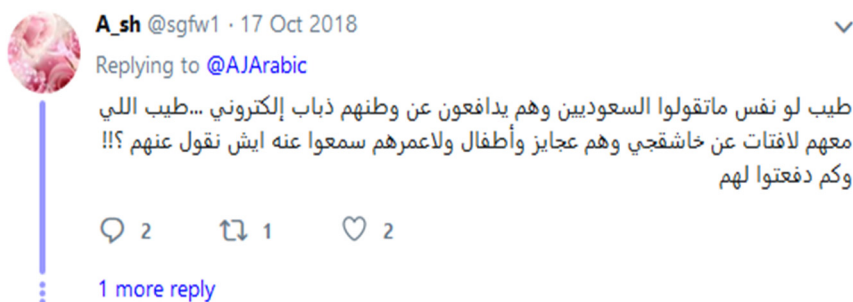


Figura 8.

En este tuit saudí se pregunta uno de los que pretenden responder a las acusaciones a los tuits saudíes: “¿Por qué consideráis las respuestas de los saudíes como «moscas electrónicas» cuando están defendiendo a su país? ¿Por qué no decís lo mismo de aquellos viejos y niños que levantan pancartas defendiendo Khashoggi y no tienen ni idea?” (Twitter @aljazeera, 2018).

7.3.2 Culpar a Qatar como origen de las acusaciones

Entre los tuits que se incorporaron a la defensa tecnocomunicativa de la posición saudí en el asunto de la muerte del periodista Khashoggi de forma masiva, figura una cantidad llamativa que tendían a vincular las acusaciones con Qatar, que está bajo el boicot de cuatro países del Golfo liderado por Arabia Saudí junto a Emiratos Árabes Unidos, Egipto y Bahrein. Esta tensión tecnocomunicativa con Qatar llega al máximo cuando *Al Jazeera* misma publica una noticia a través de su cuenta de Twitter sobre la reclamación del Estado saudí a sus ciudadanos más célebres para que se impliquen en la defensa de Arabia Saudí.



Figura 9.

En este tuit de *Al Jazeera* figura la siguiente noticia: «Ira de las «moscas electrónicas»: cuentas de Twitter oficiales y no oficiales saudíes amenazan a las celebridades de las redes sociales que permanecen calladas y les piden que se impliquen en la defensa de Arabia Saudí contra la conspiración».

Entre algunas de las respuestas masivas a la noticia tuiteada por *Al Jazeera*, figura la siguiente de una cuenta de Hamoor, que responde con

esta nota: «Las moscas son los mercenarios vagabundos que trabajan en *Al Jazeera*».

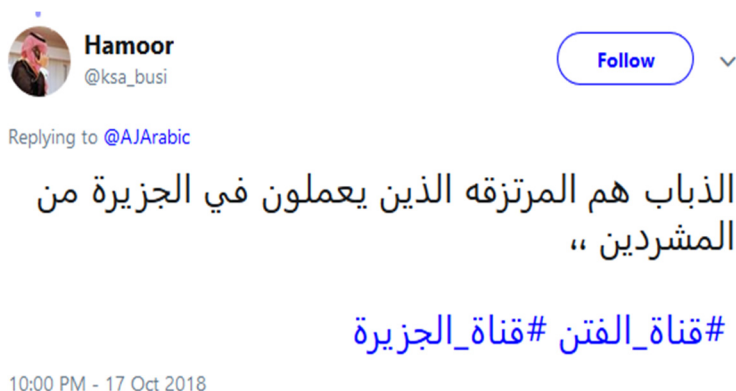


Figura 10.

Entre los tuits saudíes que respondieron a la acusación que insinúa que hay «moscas electrónicas» que defienden la posición saudí, figuran otros que tienden a consolidar la teoría de conspiración.



Figura 11.

Este tuit saudí contiene la siguiente expresión: «Esto es un reconocimiento claro por vuestra parte de que esto es una conspiración de Qatar y Turquía contra Arabia Saudí». La discursividad tecnocomunicativa a través de los tuits en esta polémica tiende a consolidar la idea de conspiración contra el país, como se recoge de los otros tuits.

7.3.4 Enfocar la acusación de conspiración hacia Irán

Entre Arabia Saudí e Irán existe conflicto y rivalidad desde la formación del estado de Arabia Saudí en el siglo pasado. Dicho conflicto, que ha desestabilizado Oriente Medio, ha conducido a enfrentamientos indirectos y ha generado incluso beligerancia no solo entre los dos países, aunque nunca se llegó a una guerra directa, sino que ha afectado a las relaciones de los países de la zona (Mabon, S., 2103, p.18).

Este contexto geopolítico ha marcado las prácticas tecnocomunicativas, ha orientado las temáticas de los tuits y ha motivado la movilización de las «moscas electrónicas». Estos tuits reflejan este conflicto geopolítico en la zona de Oriente Medio a través de la polémica y se desarrolla como argumento que hace perder legitimidad a la realidad surgida de la crisis provocada por la muerte del periodista Khashoggi.

Una de las estrategias de las «moscas electrónicas» en la batalla tecnocomunicativa sobre la opinión pública saudí, árabe e incluso internacional que estalló con la crisis de la muerte del periodista Khashoggi consistió en «implantar» contextos discursivos con fundamentos geopolíticos para desviar la atención y alejar el enfoque de Riad. Es un modo de crear unos marcos interpretativos de los acontecimientos que resten legitimidad a las acusaciones que han recibido las autoridades de Arabia por la muerte del periodista saudí.

En este contexto, introducir a Irán era una estrategia con gran impacto dentro del país saudí y también de los países del Golfo. Irán, como hemos señalado anteriormente, es un enemigo estratégico que suscita mucha preocupación a sus vecinos del Golfo Árabe. Esta visión condiciona por supuesto las relaciones con este país que tiene ambiciones geopolíticas en la zona. Su amenaza, vista por sus vecinos, alcanza incluso a los regímenes políticos. La herencia de la confrontación histórica, política y sectaria conforma una materia prima para los tuiteros y para las «moscas» a la hora de construir marcos interpretativos de los hechos que alimentan la polémica o la confrontación, y concretamente en este caso, los acontecimientos concernientes a la muerte del periodista Khashoggi.

En una de las prácticas tecnocomunicativas y tecnogeopolíticas lanzada por tuiteros prosaudíes, una imagen tuiteada en árabe, que en origen fue publicada en 1983 por la revista árabe egipcia *Ad- Dustoor*, contiene una foto del líder espiritual de la revolución iraní, Al Jumaieini, y sobre ella se ha plasmado la siguiente presunta declaración suya: «Esta es mi voluntad: cuando se termine la guerra con Iraq tenemos que empezar otra guerra. Mi sueño es que ondee nuestra bandera en Aman, Riad, Damasco y El Cairo».

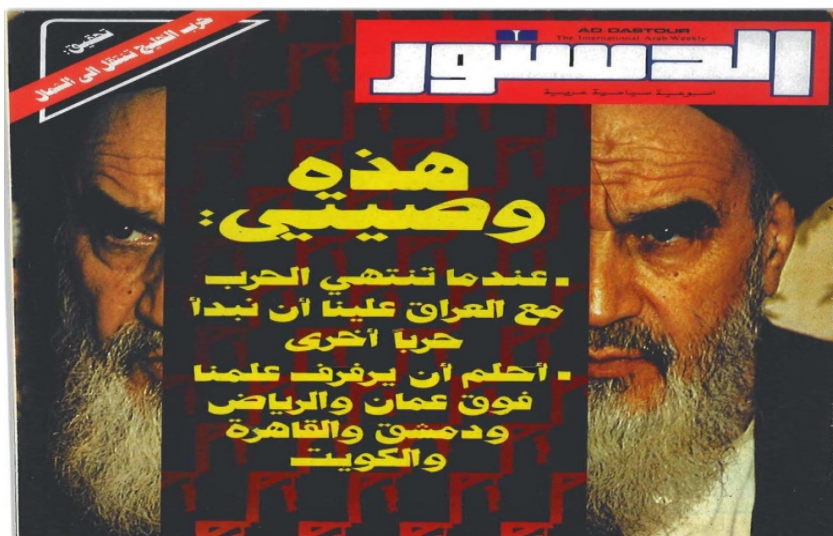


Figura 12.

El objetivo comunicativo de esta imagen tuiteada por saudíes es introducir el referente de un actor principal de la batalla por el predominio en Oriente Medio y en la zona del Golfo, que es Irán, considerado como adversario geopolítico principal de Arabia Saudí y como parte interesada en la crisis de la presunta implicación de Riad en el destino de Khashoggi. Es una estrategia discursiva que pretende desviar la atención de la opinión pública del acontecimiento real a otro que se intenta vender a través de los tuits masivos o las «moscas electrónicas» como el gran interesado en la crisis que está afrontando Arabia Saudí. Las «moscas electrónicas» y los tuits masivos se convirtieron en una herramienta de confrontación entre los dos polos de la zona del Golfo e Irán. Incluso

Irán ha sido acusada de utilizar «moscas electrónicas» para su batalla geopolítica con Arabia Saudí, según informó *The Washington Post* el 3 de abril de 2019 (*The Washington Post*, 2019).

8. CONCLUSIONES

La exposición de los ejes de este trabajo nos ha conducido a desvelar el nivel de implicación de Twitter no solamente en el activismo político, social y religioso de Arabia Saudí, país principal de la zona del Golfo, sino en su compromiso en misiones tecnopolíticas no tradicionales.

El uso de tuits en Arabia Saudí en conflictos de interés en la zona ha cambiado no solamente la dinámica de la comunicación política y religiosa, sino también el activismo político y religioso.

Twitter, que constituye el medio de las redes sociales más utilizado por los formadores de la opinión pública saudí, se ha transformado en un tecnoactor que incluso fue adoptado dentro de unas prácticas tecnopolíticas encaminadas a la tarea de ganar a la opinión pública local y mundial en batallas estratégicas y geopolíticas.

En las dos crisis de la zona del Golfo que ha enfrentado Arabia Saudí, una al liderar el embargo sobre Qatar y la otra por la muerte del periodista Khashoggi en el consulado saudí, en la cual Riad fue acusada por la opinión internacional como responsable de su destino, el país saudí, considerado uno de los países árabes e incluso del mundo con mayor uso de Twitter, ha recurrido a esta red social para ganar en el terreno de la opinión pública estas dos crisis y batallas con dimensiones geopolíticas.

Arabia Saudí, que como todos los regímenes del mundo árabe se ha concienciado durante la Primavera Árabe del poder de las redes sociales y de las prácticas tecnocomunicativas en el cambio político y social e incluso en la caída de los regímenes y de que las redes sociales no son un juego de adolescentes, ha aprendido fehacientemente esta lección y ha invertido en este actor tecnocomunicativo. Esta tendencia en las actitudes tecnocomunicativas del Estado saudí llegó a crear el fenómeno de las «moscas electrónicas», un conjunto de tuits masivos para cambiar

contextos e imponer realidades discursivas e incluso para la manipulación de los hechos.

El contexto del uso del fenómeno de las «moscas electrónicas» por parte del poder oficial saudí nos ha puesto ante unas prácticas tecnocomunicativas con dimensiones geopolíticas. Twitter en este contexto ha aportado un poder a dichas prácticas tecnogeopolíticas que lo hace aliado de las mismas.

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Assawsana. (2012). <https://bit.ly/38Uicm7> . Consultado el 26/06/2019
- Abbas Walid. (2014). Los comités electrónicos o la fabricación de la propaganda política en Egipto. (en árabe). Ver <HTTPS://N9.CL/WV7D>. CONSULTADO EL 15/07/2019
- Al Karni, Saad Abdulrahman. (2018). Twitter Response to Vision 2030: A Case Study on Current Perceptions of Normative Disorder within Saudi Social Media. (Tesis doctoral). Electronic Business Technology Faculty of Engineering University of Ottawa. Ver. <https://bit.ly/2UbQk7J> . Consultado 18/07/2019
- Alaoui Hicham. (2019). Youth, Technology, and Political Change in Saudi Arabia. Ver <https://hvr.co/2WePrYm> . Consultado el 10/03/2020
- Al-Khalifa, Hend (2013). The State of Social Media in Saudi Arabia's Higher Education. Ver <https://bit.ly/2U5coSM> . Consultado el 20/07/2019.
- Annabelle Sreberny-Mohammadi y Ali Mohammadi, (1994). Small Media Big Revolution: Communication, Culture and the Iranian Revolution. University of Minnesota Press.
- Ben Collins and Shoshana Wodinsky (2018) : Twitter pulls down bot network that pushed pro-Saudi talking points about disappeared journalist. Ver <https://nbcnews.to/39RticV> . Consultado el 20/07/2019.
- Bernard. E, Kari .S-J, Dag. W. (2012): Social media and mobilization to offline demonstrations: Transcending participatory divides? November 26, 2012 Research article .ver <https://doi.org/10.1177/1461444812462844> . Consultado el 12/07/2019.
- Castells, Manuel. (2013). Communication Power. Oxford University Press London.

- Chaudhry, Irfan, (2014). #Hashtags for Change: Can Twitter Promote Social Progress in Saudi Arabia. *International Journal of Communication* 8 (2014), 943–961. Ver file:///C:/Users/mhelm/AppData/Local/Temp/2362-11079-1-PB.pdf . Consultado el 25/06/2019.
- Chaudhry, Irfan, (2014). Can Twitter Promote Social Progress in Saudi Arabia . *International Journal of Communication*. VL . 8. .943 – 961.
- Clement, J.(2019). Leading countries based on number of Twitter users as of July 2019 (in millions). Ver <https://bit.ly/38S2qIp> . Consultado el 07/06/2019
- Easton, Nina (2013): How Twitter is driving change in Saudi Arabia. Ver <https://bit.ly/3d4BN6t> . Consultado el 15/07/2019.
- Goffman, Erving. (1974). *Frame Analysis an Essay on the Organization of Experience*. Northeastern University Press. Boston.
- Gunitsky, Seva, (2015). Social media helps dictators, not just protesters. *The Washington Post*. 30/03/2015. Ver <https://wapo.st/2IRshFV> . Consultado el 20 /07/2019.
- Harold, Grand, (2019). Une application approuvée par Google et Apple piste les femmes en Arabie Saoudite ”. *Le Figaro* 4/02/2019. Ver : <https://bit.ly/2THE7bN>. Consultado el 26/06/2019.
- Hebblethwaite, Cordelia. (2014). BBC trending: «Why Twitter is so big in Saudi Arabia?. <https://bbc.in/2wgd4vp> . Consultado el 19/07/2019
- Katie. B, Mark .M, Ben. H and Mike ,I. (2018). Saudi’s Image Makers: A Troll Army and a Twitter Insider”. *New York Times*. 20710/2018. Ver <https://nyti.ms/2WjE5c3> . Consultado el 22/07/2018
- Loveluckn, Louisa y Ghalia al-Alwani, (2018). Saudi electronic army floods Twitter with insults and mistruths after Khashoggi’s disappearance. Ver : <https://wapo.st/3aFjk9C> . Consultado el 27/06/2017
- Mabon, Simon. (2103). *Saudi Arabia and Iran: Power and Rivalery in the Middle East*. I.B.Taurise & Co Ltd.
- Melián, Luis. (2017). Primavera Árabe y cambio político en Túnez, Egipto y Jordania. Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) .

- Mesat, Fadwa. (2013). Las verdaderas causas detrás de la adicción de los saudíes a Twitter. en árabe. Ver <https://arbne.ws/3d17M7w> . Consultado el 18/06/2019.
- Murthy, Dhiraj, (2013). Twitter: Social Communication in the Twitter Age. Cambridge .Uk .
- Nigel Stanger, Noorah Alnaghaimshi, Erika Pearson. (2017). How do Saudi youth engage with social media? . *Review First Monday*. Volume 22, Number 5 - 1 May . <https://bit.ly/3d3G4Hl> . Consultado el 19/07/2019.
- Olugbenga, Adesida. (2001).Governance in Africa: The Role for Information and Communication Technologies. Ver <https://bit.ly/2UbdF9z> . Consultado el 15/06/2019.
- Owen, Pinnell.(2018). The online war between Qatar and Saudi Arabia. Ver <https://www.bbc.com/news/blogs-trending-44294826> . Consultado el 20/07/2019.
- Priest, S. H. (2012). Nanotechnology and the Public: Risk Perception and Risk Communication. CRC PRESS. New York.
- Puri-Mirza, Amna, (2019). Smartphone users in Saudi Arabia 2017-2023. Ver <https://bit.ly/33se5fV> Consultado el 25/06/2019.
- Ritzen. Y. (2019). The fake Twitter accounts influencing the Gulf crisis: The blockade of Qatar, led by Saudi Arabia, has seen a slew of fake accounts open up and attempt to sway public opinion. Ver. <https://bit.ly/2QldArYl> consultado, el 30/12/2019.
- Sharma, R S, (2018) . E-governance: The key for good governance. Ver <https://bit.ly/2UbxuNV> . Consultado el 26/06/2019.
- Stewart Angus (2001). Theories of Power and Domination: The Politics of Empowerment in Late Modernity. Sage Publication. London.
- The Economist.(2019) . Saudi Arabia weighs loosening more controls on women, ver. <https://econ.st/3bobcpd> . Consultado el 19/07/2019.
- The Washington Post (2019). Iran-linked Twitter accounts in Arabic used to spread anti-Saudi sentiments, push Tehran's political narrative, says study. Ver : <https://bit.ly/2QjF6Ng> . Consultado el 20 /07/2019.
- Twitter @aljazeera.(2018). Ver <https://bit.ly/2TT8YCu> . Consultado, el 12/09/2019.