



Las Redes Sociales como fuentes de información (OSINT)

Autora

Eva Moya

*Analista de Inteligencia en
Comunicación Online*

Octubre 2012



1. Introducción: la web 2.0 o Social Media

En otoño del 2001 tuvo lugar la primera gran crisis de Internet. En ese momento, se escuchaban voces que profetizaban el final de la Red como un producto especulativo de corto recorrido.

A pesar de la desesperanza, y después de la caída de los grandes portales de contenidos, **entre el 2002 y el 2004 se diseñó un nuevo camino: si ya no hay grandes portales de contenidos... ¿por qué no hacer que todo el mundo pueda compartir los suyos?** Sin embargo, por aquel entonces sólo los Foros ofrecían esta posibilidad y eran muy rígidos. Así pues, unos pocos visionarios comienzan a ver negocio en el desarrollo de herramientas que faciliten a los internautas la incorporación de sus propios contenidos a la web.

Como consecuencia del incremento y el éxito de estas herramientas, en 2004 Tim O'Reilly expone sus recientes hallazgos: Internet no había muerto, había evolucionado hacia lo que él acuñó con el término "Web 2.0."

La Web 2.0 representaba una etapa nueva caracterizada por el surgimiento de aplicaciones que permiten la participación directa en Internet de "la gente común", ya no sólo para expresar su opinión (como los antiguos Foros), sino también para compartir sus propios archivos de contenido (**Blogs, Wikis, Redes Sociales, programas p2p, etc.**). Es decir, **el "navegante" ya no es un individuo pasivo** que consulta información expuesta por compañías con gran capacidad tecnológica, sino que desde hace años **puede interactuar con esos contenidos, e incluso generar los suyos propios** sin demasiado esfuerzo.

Es así como poco a poco, la red comienza a volverse más social y más cercana. Hasta el punto de que hoy en día se utiliza el término "Web Social" o en inglés "Social Media".



Nuevas necesidades, nuevas aplicaciones y por lo tanto **nuevos flujos de información**.

Prueba de ello es el último informe sobre la Sociedad de la Información (2011) realizado por la Fundación Telefónica y que pone de manifiesto el incremento de la comunicación a través de las Redes Sociales por parte de los jóvenes, superando incluso ya a la comunicación móvil.

Estos nativos digitales marcan el comienzo de una tendencia que irá en aumento a medida que cumplan años, dispongan de mayor poder adquisitivo y el mercado avance tecnológicamente.

Por lo tanto intentaremos acercarnos a dar respuesta a la siguiente pregunta: **¿Cómo podemos hacer Inteligencia en la Red?**

Para ello, en este artículo, **analizaremos inicialmente los “pros” y “contras” de la obtención de información en Redes Sociales**.

2. DAFO del uso de las Redes Sociales como fuentes de información

Es fundamental conocer bien cuáles son los puntos fuertes y los puntos débiles del uso de las Redes Sociales como fuente de información (OSINT).

Haremos la valoración utilizando la herramienta de Análisis DAFO:



Uso de las Redes Sociales como fuentes de información para la Organización

DAFO	EN POSITIVO	EN NEGATIVO
Aspectos Internos	<ul style="list-style-type: none"> ○ Fortalezas <ul style="list-style-type: none"> - Fácil manejo. - Sirve cualquier ordenador conectado a Internet. - Complemento a otras fuentes de información. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Debilidades <ul style="list-style-type: none"> - Ignorar la información que fluye por ellas. - No conocer su funcionamiento. - Falta de tiempo. - Desconocimiento de las herramientas de monitorización.
Aspectos Externos	<ul style="list-style-type: none"> ○ Oportunidades <ul style="list-style-type: none"> - Monitorización de grupos peligrosos. - Fuentes Humanas. - Detección perfiles de influencia. - Mejorar imagen. - Difundir cultura de seguridad. - Colaboración ciudadana. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Amenazas <ul style="list-style-type: none"> - Información falsa. - Infoxicación. - Movilizan gente rápidamente. - Información al instante sobre acciones que se estén llevando a cabo. - Nuevos delitos. - No hay control posible de la herramienta.

Fuente: Elaboración Propia

Veamos cada uno de sus aspectos desde el punto de vista interno y externo de la organización:

a) Fortalezas

Las redes sociales y las herramientas gratuitas asociadas a ellas **no requieren de amplios conocimientos tecnológicos** para llegar a ser dominadas. Más bien se requiere un poco de **tiempo y creatividad** para sacarles el máximo partido.



Esto significa que la curva de aprendizaje es relativamente rápida lo que permite empezar a obtener algunos resultados ya desde el principio.

Por otro lado, no se requiere de un equipo informático complejo o equipado con accesorios difíciles de conseguir. **Lo verdaderamente importante y básico es disponer de conexión a Internet**, pues todo el trabajo OSINT en las Redes Sociales se realiza “online” (fase de obtención de información).

Finalmente, aunque **en las Redes Sociales no se encuentra toda la información** que se necesita, sí es cierto que puede ser una fuente muy interesante para completar conocimiento o incluso corroborar que se siguen las pistas adecuadas para la consecución de los objetivos.

Por lo tanto, **pueden ser consideradas como una base de datos más**, que aprovechada inteligentemente, puede servir de ayuda o apoyo en el desarrollo de las distintas investigaciones.

b) Debilidades

Una de las principales debilidades es ignorar la información que fluye a través de las Redes Sociales. Ya sea **por desconocimiento o por infravaloración**, el investigador puede estar cerrando la puerta a la pieza que le falta del puzzle.

Generalmente no se da el valor suficiente a las redes como fuentes de información por no saber cómo se utilizan, cómo es la comunicación, para qué sirven, etc. Por lo tanto, el primer paso requiere de la construcción de una visión global. El problema es que para conseguirlo, **se atraviesan momentos de incertidumbre que pueden llevar al abandono**.

Una de las claves para evitarlo, es el tiempo. Lamentablemente, en este caso es una debilidad porque suele faltar. El argumento es claro, la búsqueda de información en las



Redes Sociales se enmarca dentro de la fase de obtención de información del conocido Ciclo de Inteligencia y el problema es que es una de las fases que más tiempo requiere.

Por último, parte de la información se obtendrá de un análisis previo facilitado en la mayoría de las ocasiones por herramientas específicas.

c) Oportunidades

Hoy por hoy incluso algunos grupos radicales tienen presencia en las redes sociales con la intención de difundir su ideología, realizar captación de nuevos miembros, explicar su agenda, etc.

Por ejemplo, en 2008, Facebook se vio empujada a expulsar de su plataforma a varios grupos de neonazis que hacían apología de racismo. Por otro lado, a día de hoy podemos leer las actividades de Anonymous a través de su propio Twitter donde informan de sus operaciones y sus logros. Por último, incluso grupos radicales marroquíes que luchan por Ceuta y Melilla, convocan manifestaciones y acciones a través de grupos en Facebook como el de “Libertad para Ceuta y Melilla”.

Información pública que puede ser de mucha utilidad para las investigaciones de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado.

Por otro lado, la base de una Red Social son las relaciones humanas, lo que hace de este medio un campo fértil para todo lo relacionado con la HUMINT. Ya no sólo facilitando el acceso a través de perfiles adaptados a los grupos de los que se desea obtener información, sino que también redes como LinkedIN pueden ayudar al investigador a conocer la existencia de expertos en determinadas materias.

Hoy por hoy, la detección de perfiles de influencia, por ejemplo en Twitter, es fundamental para conocer quién o quienes son los promotores de determinada iniciativa, como pudiera ser el caso de incitaciones a cometer actos de violencia. Conocer estos perfiles



permite hacer un seguimiento a toda la red, adelantándose, por ejemplo a posibles actuaciones no autorizadas o situaciones de riesgo.

Ya desde el punto de la difusión, el hecho de tener presencia en las Redes Sociales permite mejorar la imagen de la organización, así como educar y sensibilizar a la ciudadanía en la cultura de seguridad a través de mensajes que recuerden que la seguridad es cosa de todos.

Por último, se pueden llevar a cabo también acciones muy novedosas como permitir a los ciudadanos que se expresen y que ayuden a las FFCC de Seguridad del Estado. Aunque de momento estas acciones están teniendo baja acogida, son una línea a tratar que requiere además de una concienciación y cambio de cultura en proceso. Sin embargo, con el tiempo, puede llegar a convertirse en una herramienta muy ágil de aviso, como sucedió por ejemplo en el terremoto de Lorca.

c) Amenazas

Dos de las principales amenazas del uso de la información de las redes sociales como fuente de investigación son la información falsa y la infoxicación.

Por la Red fluye todo tipo de información sin filtrar, que salvo en países determinados en donde se aplica censura (como China o India). Puesto que cualquiera que tenga un perfil en una red social puede empezar a difundir lo que quiera sin control, se debe tener especial cuidado en la valoración del contenido y de la fuente, pues hoy por hoy también se ejercen acciones de desinformación. Por otro lado, si no realizamos una buena valoración podríamos ser víctimas de la ignorancia y el desconocimiento de otras personas.

En cuanto a la infoxicación, debemos tener en cuenta que las Redes Sociales están plagadas de ruido. El ruido no es más que información inútil que dificulta la obtención de la información realmente relevante y que necesitamos. Para contrarrestar la infoxicación,



existen una serie de herramientas como por ejemplo la **sindicación de contenidos** y que es extensible no sólo a la Red, sino también a la Red Social.

Desde un punto de vista más operativo, las Redes Sociales pueden llegar a movilizar rápidamente a grandes cantidades de personas, con los problemas de seguridad que ello puede generar, asociados a toda concentración masiva. Es por ello por lo que conviene atender sus contenidos, con objeto finalmente de garantizar la seguridad de todos los ciudadanos.

Por otro lado, a través de las Redes, los ciudadanos se avisan con rapidez también contra acciones que puedan estar llevando a cabo las FFCC de seguridad. Esto significa que las operaciones en calle alcanzan un nuevo nivel del concepto de “públicas”. Entre ellas está el riesgo de grabaciones de vídeo que pueden ser subidas al instante a YouTube exponiendo públicamente a los operativos. Por otro lado, se han estado utilizando con frecuencia para dificultar desahucios o para impedir la identificación de inmigrantes.

Desgraciadamente, las Redes Sociales, como herramienta de comunicación también son utilizadas para cometer delitos. Por ejemplo, en distintos países empiezan a ser frecuentes los casos de robos en casas vacías derivados de que alguno de los miembros de la familia publicaba en Facebook que se iban de vacaciones. También exponen a los “navegantes” a estafas, delitos informáticos, etc.

Por último, otra de las principales amenazas es la imposibilidad de controlar la herramienta. Estas herramientas están en manos de grandes corporaciones que definen sus propios objetivos y necesidades. Obtener respuesta de estas corporaciones es muy complicado y en absoluto inmediato. Por ejemplo, Brasil está en trámites de juicio con Twitter por no borrar mensajes que avisan de dónde están los controles de tráfico.

Por lo tanto sólo se puede observar y en el mejor de los casos interactuar “como uno más” para tratar de influir, por ejemplo, educando contra ciertos riesgos.



3. Búsqueda de información en Redes Sociales

Al igual que sucede con la búsqueda de información en Internet, no es conveniente salir a recoger datos sin haber diseñado una estrategia previa, o cuando menos, sin haber reflexionado con detenimiento qué queremos, para qué lo queremos y dónde lo vamos a buscar.

Estos pilares son imprescindibles incluso para el caso de la monitorización o vigilancia de la Red, donde a pesar de que no buscamos nada en concreto, sí debemos diseñar planes que incluyan sistemas de alertas tempranas que puedan ser útiles a nuestros intereses.

Si bien es cierto que muchas veces no tenemos claros todos los objetivos, podemos realizar un acercamiento inicial que permita una “tormenta de ideas creativa” para diseñar, a continuación, una lista de objetivos finales junto a una estrategia que nos ayude a alcanzarlos.

Algunos de los objetivos de búsqueda de información en Redes Sociales pueden ser los siguientes:

1. Contactar o conocer expertos en una materia.
2. Vigilar los movimientos de grupos que atentan contra la seguridad, siempre con las consideraciones legales y éticas exigibles.
3. Conocer e interactuar con perfiles de influencia.
4. Descubrir qué se está haciendo en otros lugares.
5. Determinar posibles relaciones entre perfiles y grupos.

Respecto a los objetos de la búsqueda, pueden ser nombres de organizaciones y personas, número de seguidores y a quién siguen, quién está hablando de qué, noticias en medios de comunicación, etc. El éxito de que el objeto de búsqueda conduzca hacia el objetivo dependerá, además, de la pericia del investigador a la hora de pensar en



cuáles son las claves que le facilitarán extraer la información.

Como apoyo a las búsquedas es fundamental llevar un archivo de los flujos de información que se van encontrando por la red, pues, especialmente cuando se realizan muchas consultas, existe el riesgo de olvidar lo que habíamos encontrado o volver a buscar lo que ya tenemos.

Se puede llevar un control con fichas como ésta:

OBJETIVO				
Monitorizar actividades del grupo "X" para prevenir futuras acciones.				
CLAVES	LINKS			
	Facebok	Twitter	Youtube	Blogs
<i>Terrorismo, jihad, extremismo, radicalización,...</i>	X	@X	X	X
	Y	@Y	Y	Y
	Z	#Z	Z	Z
