

La guerra cognitiva. Cómo se induce y manipula la mente.

Por Luis Eugenio Parés Sevilla.

Introducción: una guerra que no se ve, pero se siente.

Cuando pensamos en “guerra”, imaginamos tanques, bombas, invasiones o fronteras. Pero hoy existe otra forma de conflicto que puede ser igual o más destructiva, porque no ataca edificios ni carreteras: **ataca la mente humana**.

A esto se le llama guerra cognitiva: el uso de información, emociones, datos y tecnología para influir en lo que una sociedad cree, siente y hace. Su meta no es convencerte de una idea aislada; es algo más profundo: modificar la forma en que piensas, hasta que tus decisiones y tus reacciones sean predecibles y manipulables.

El objetivo ya no es atacar “lo que la gente piensa”, sino “la forma en que piensa”, hasta el punto de que el individuo se vuelve el arma. En ese marco, la guerra cognitiva (cognitive warfare, CW) puede desentrañar y destruir el contrato social porque ataca un pilar central: la confianza (entre personas, grupos, instituciones y aliados).

¿Qué es “guerra cognitiva” en palabras simples?

La guerra cognitiva es el uso de información, emociones, datos y tecnología para influir en lo que una población cree, siente y hace, pero de un modo más profundo que la propaganda tradicional.

- La propaganda clásica decía: “cree esto”.
- La guerra cognitiva busca: “piensa de esta forma”, “confía en nadie”, “enojate”, “te deprimes”, “divide a tu comunidad”, “renuncia a participar”.

Por eso el campo de batalla se vuelve la vida cotidiana: tu teléfono, tus conversaciones, tus grupos de WhatsApp, tus redes, tu percepción de la realidad. Esta guerra no ocurre en el campo de batalla tradicional.

Ocurre en:

- tu teléfono,
- tus redes sociales,
- tus grupos de mensajería,
- tus conversaciones familiares,

- tu percepción de la realidad cotidiana.

Y su efecto más peligroso es invisible al principio: la pérdida gradual de confianza.

¿Qué se busca manipular exactamente?

La guerra cognitiva no se limita a mentir. Su intención central es controlar el “dominio humano”: la atención, la percepción, la interpretación y la conducta.

En términos simples: no basta con que la gente “piense algo”. Lo que se busca es que la gente:

- reaccione de cierta manera,
- desconfíe de todo y de todos,
- se divida,
- se canse,
- se rinda,
- o termine actuando como conviene a quien la manipula.

Por eso esta forma de conflicto no necesita declarar guerra: puede operar de forma constante, silenciosa, repetida, 24/7.

La palanca principal: es destruir la confianza.

Una idea repetida es que la confianza es el objetivo: resulta “más fácil y económico” socavarla que atacar infraestructura física. En sociedades abiertas, la confianza es una vulnerabilidad “específica” porque depende de acuerdos visibles y también de “contratos invisibles” (valores compartidos, credibilidad, hábitos de cooperación).

El objetivo principal no es la mentira: es destruir la confianza

Hay una idea central: la confianza es la base de una sociedad.

- Confianza en la familia y amigos.
- Confianza en el vecino.
- Confianza en maestros, médicos, autoridades, medios.
- Confianza en que el otro también juega con reglas básicas.

Si esa confianza se rompe, la sociedad se vuelve frágil. Y ahí entra la guerra cognitiva.

Si lo sintetizamos se insiste en una idea: si destruyes la confianza, debilitas la sociedad.

Herramientas de inducción asociadas a esa erosión:

- Mezclar información real con distorsiones, exageraciones y fabricaciones para confundir el criterio de verdad.

- Automatización con IA y “democratización” de técnicas que permiten a cualquiera distorsionar información (incluye deepfakes y avatares) y multiplicar la sospecha.
- Volver el conflicto permanente: la guerra cognitiva puede operar sin batalla militar y “no puede haber tratado de paz” en sentido clásico.

La confianza sostiene:

- la cooperación entre personas,
- la convivencia comunitaria,
- la legitimidad institucional,
- la idea misma de un “nosotros”.

Cuando la confianza se rompe, la sociedad se vuelve un conjunto de individuos y grupos aislados, que se sospechan entre sí y se atacan.

¿Cómo la destruyen? ¿Cómo destruyen la confianza?

No siempre con una gran mentira. Lo hacen con una técnica muy eficaz: mezclar verdad con distorsión.

No es solo “inventar”. Es algo más sutil:

- Te presentan un hecho real,
- lo descontextualizan,
- luego le agregan interpretación emocional venenosa,
- y siembran sospecha general: “todo es un teatro”, “nadie es confiable”, “¿ves? “Todo está podrido”.

El resultado es una sensación colectiva de confusión y desencanto, la gente ya no sabe qué creer, y cuando no puedes distinguir la verdad del engaño, la mente se cansa y se rinde.. Y eso abre la puerta a dos efectos:

1. polarización (bandos que se odian),
2. resignación (gente que se desconecta y deja de participar).

La propaganda moderna: es participativa.

De la propaganda clásica a “propaganda participativa”.

La propaganda tradicional de la guerra cognitiva (CW) da un giro clave: ahora todos participan en el procesamiento de información y en la formación de “conocimiento”, muchas veces sin darse cuenta. Ya no es solo “consumo” pasivo; es coproducción (repostear, comentar, indignarse, reforzar narrativas). Antes, la propaganda venía “desde arriba”. Ahora, la gente se vuelve parte del mecanismo

.

Esto amplifica la manipulación porque:

- convierte a la población en multiplicador del mensaje,
- acelera la difusión por cámaras de eco,
- y reduce el costo/riesgo del agresor (opera a distancia y con baja huella).

Antes, la propaganda era “un emisor” y “muchos receptores”. Hoy la diferencia crucial es que la población participa.

Porque hoy cada persona se vuelve un nodo de distribución:

- comparte,
- comenta,
- reacciona,
- se indigna,
- pelea con otros,
- difunde rumores,
- hace memes,
- amplifica y reenvía noticias e información falsa sin verificar.

Es decir: la población se vuelve el altavoz.

Muchas veces lo hace creyendo que “defiende la verdad”. Pero si el contenido fue diseñado para incendiar, entonces la persona se vuelve parte del mecanismo.

Y aquí está lo más delicado: muchas veces no lo hace por maldad, sino por emoción (miedo, coraje, tristeza, orgullo, necesidad de pertenecer).

La “ingeniería social” como método de penetración.

La inducción empieza por conocer el objetivo: la ingeniería social “siempre comienza con una inmersión profunda en el entorno humano” para detectar centros de gravedad y vulnerabilidades (culturales, identitarias, políticas, sociales).

Y describe el principio operacional (sin entrar en “recetas” técnicas): comprender la psicología del objetivo → anticipar reacciones → generar empatía → construir confianza → lograr resultados deseados.

Explotar vulnerabilidades cognitivas (sesgos más sobrecarga).

La manipulación funciona porque explota límites estructurales de la mente:

- La desinformación se apoya en ansiedades y creencias preexistentes que predisponen a aceptar falsedades.
- Los sesgos cognitivos llevan a “ver lo que se quiere ver” y a descartar evidencia contraria.
- Sesgo de confirmación (el más común). Tendemos a creer lo que confirma lo que ya pensamos. Ejemplo: Si estás enojado con “X”, cualquier cosa que ataque a “X” te parece creíble.
- La sobrecarga informativa y la velocidad del flujo digital rebasan la capacidad humana de procesar y verificar.

En esa lógica, la propaganda moderna no busca “programar” mentes como robots, sino influir actitudes y conductas, incluso induciendo inacción (que la gente “deje de hacer” algo).

¿Por qué funciona? Porque explota límites humanos.

La guerra cognitiva funciona porque no necesita un cerebro perfecto: necesita un cerebro humano, con emociones, cansancio y atajos.

Sesgo de confirmación.

Tendemos a creer con facilidad lo que confirma lo que ya pensábamos. Si algo coincide con tu enojo o tu sospecha previa, te parece más “real”.

Sobrecarga informativa.

Recibimos demasiados contenidos. El cerebro no puede verificarlo todo.

Entonces elige por instinto:

- “lo que me impacta”,
- “lo que me confirma”,
- “lo que mi grupo repite”.

Recibimos más información de la que podemos procesar. Cuando te bombardean con noticias y “escándalos” diarios, el cerebro entra en modo:

- “ya no sé”
- “todos son iguales”
- “no vale la pena”
- “mejor me desconecto”

Y eso también es una victoria para quien manipula: si te desconectas, dejas de participar.

La emoción como atajo.

La emoción es el camino más rápido al comportamiento, es un atajo a la conducta:

- el miedo te paraliza,
- el odio provoca enojo te vuelve agresivo, te acelera,
- la indignación te hace compartir sin pensar,
- la burla te deshumaniza al otro.

No se necesita que “entiendas”. Se necesita que reacciones.

La guerra cognitiva aprende a presionar y utilizar estos botones.

“Economía del comportamiento”: datos, predicción y micro dirigido.

La manipulación se industrializa gracias a la captura masiva de datos conductuales: se construyen mercados y sistemas para anticipar y moldear comportamiento (publicidad dirigida, perfiles psicométricos, aprendizaje automático).

El caso Cambridge Analytica aparece como demostración de cómo combinar datos personales más el aprendizaje automático o aprendizaje de máquinas (machine learning ML) para perfilar votantes y dirigir mensajes personalizados, “una ventana a la mente” de las personas.

La batalla por la atención: tu mente como mercado.

Emociones y “batalla por la atención” (captología, adicción, polarización). La atención como campo de batalla global y continuo (24 horas al día, 7 días a la semana, notificaciones, competencia por captar tiempo mental).

Si alguien controla:

- lo que ves,
- cuánto tiempo lo ves,
- con qué emoción lo ves,

puede influir tu percepción del mundo.

La reacción rápida es enemiga del pensamiento.

Dos claves de inducción emocional:

- Las plataformas están diseñadas para ser adictivas y provocar “estallidos emocionales”, atrapando al cerebro en ciclos de publicación.
- La velocidad, intensidad y cámara de eco favorecen reacciones más extremas y empeoran la polarización; la emoción se vuelve insumo para segmentar, persuadir y movilizar.

Hoy, la atención es un recurso comercial y político.

Por eso abundan contenidos diseñados para retenerte:

- escándalo,
- alarma,
- polémica,
- conflicto permanente,
- sensación de urgencia,
- provocación,
- división,
- hacerte reaccionar con rapidez.

La urgencia mata el pensamiento. Y cuando el pensamiento cae, el comportamiento se vuelve fácil de empujar.

El salto industrial: datos e Inteligencia Artificial para influir “a tu medida.”

Escalón futuro: neurociencia y neurotecnología como “armas”.

Una expansión hacia lo neuro: desde técnicas indirectas (clasificar/detectar estados cognitivos y emocionales) hasta interfaces humano–cerebro–máquina y el uso de herramientas neurocientíficas para aumentar o degradar funciones nerviosas (percepción, juicio, moral, resistencia, sueño), integrándolo a operaciones psicológicas (psychological operations PSYOPS) y escenarios de guerra. Esto puede avanzar hacia tecnologías que detecten o influyan estados mentales (estrés, reacción emocional, atención). No es ciencia ficción completa: parte ya existe en formas indirectas (medición de conducta, biometría, patrones de consumo).

La preocupación es que el dominio humano se convierta en un campo donde se compita por intervenir la mente con herramientas cada vez más sofisticadas.

Hoy se puede influir con precisión porque se recopilan datos de tu conducta. Qué miras, cuánto te quedas, qué te enoja, con quién hablas, qué compras, dónde estás, qué temas sigues.

Con esto se construyen perfiles y se pueden lanzar mensajes “a tu medida”: No es un mensaje para todos: es “el mensaje ideal” para cada tipo de mente.

Una parte clave es que hoy la manipulación se vuelve más precisa gracias a:

- datos masivos sobre conducta,
- perfiles psicológicos,
- segmentación,
- automatización con Inteligencia Artificial.

Así, el mensaje no es el mismo para todos:

- a unos les mandan miedo,
- a otros orgullo,
- a otros odio,
- a otros desesperanza.
- a otros enojo,

Cada quien recibe “la llave” que abre su propia puerta emocional.

La guerra cognitiva (CW) no es solo no es solo una noticia falsa que se replica miles de veces en cuestión de segundos (fake news). Es un ecosistema de inducción que combina: **confianza (objetivo)** más **participación involuntaria (multiplicador)** más **sesgos y sobrecarga (vulnerabilidad)** más **datos/IA (precisión y escala)** más **emociones/atención (potencia)** más **neurotecnología (profundidad)**.

¿Qué produce esto en la sociedad?

Cuando se vuelve constante, aparecen efectos graves:

Polarización: dos bandos que ya no dialogan.

Deshumanización: el otro deja de ser persona y se vuelve “enemigo”.

Cansancio cívico: “para qué participar si todo es mentira”. La gente ya no cree en nada ni participa.

Confusión permanente: ya no importa la verdad, importa “quién gana la narrativa”, importa “quién grita más”.

Ruptura del contrato social: cada quien a lo suyo, todos contra todos, cada quien se salva solo.

Una sociedad dividida y agotada es vulnerable.

Y cuando una sociedad llega a eso, se vuelve manipulable desde fuera o desde dentro.

Tres defensas simples (sin paranoia).

La defensa no es “no creas nada”. Eso también destruye la mente. La defensa real es recuperar el control de tu mente.

Tres reglas simples.

Pausa emocional: si algo te enciende, detente. La emoción es la puerta de entrada.

Separa hecho de interpretación: ¿qué ocurrió? o ¿qué pasó? versus ¿qué quieren que concluya? o ¿qué opinan que pasó?

Verificación mínima: busca dos fuentes distintas, y si no hay, no lo difundas.

Tres hábitos comunitarios.

- Hablar con gente fuera de tu burbuja sin insultar.
- Fortalecer redes locales (familia, barrio, escuela) porque la confianza real se construye en lo cercano.
- Exigir transparencia, pero sin caer en “todo es mentira”: eso es rendirse.

Ejemplo del proceso de pensamiento de Feynman (para entenderlo de verdad).

Ahora, para que esto no se quede en conceptos, usemos el método de Feynman como ejemplo práctico. Feynman decía: si no puedes explicarlo con palabras simples, no lo entiendes bien.

Paso 1: explícalo como a un niño.

“La guerra cognitiva es cuando alguien trata de ganarte sin golpearte, haciendo que tú te enojes, desconfíes y pelees con los demás, hasta que termines haciendo lo que a él le conviene.”

Guerra cognitiva es cuando alguien intenta ganar sin pelear físicamente, haciendo que tú mismo tomes decisiones que le convienen. En vez de romper cosas (puentes, edificios), rompe algo más poderoso:

- tu confianza,
- tu claridad mental,
- tu unidad con otros.

Es como si te metieran un “virus” en la cabeza, pero no con medicina: con información, emoción y repetición.

Paso 2: “¿Cómo funciona? (mecanismo, no palabras bonitas)”

Para entenderlo de verdad, hay que verlo como una máquina de 4 piezas:

Pieza A: Encuentran tu punto débil.

Primero estudian:

- qué te preocupa,
- qué te enoja,
- qué te da miedo,
- qué deseas,
- a qué grupo perteneces.

Eso les permite saber qué botón emocional presionar.

Si saben qué te activa, pueden predecir cómo reaccionas.

Pieza B: Te avientan información diseñada para activar emoción.

No necesariamente es mentira total.

La fórmula más común es:

1. un poco de verdad,
2. una exageración,
3. una sospecha venenosa,
4. una conclusión dirigida.

¿Para qué? Porque cuando te enojas o asustas:

- piensas menos,
- compartes más,
- atacas al “enemigo” que te señalaron.

Pieza C: Te vuelven parte del sistema.

Antes era “televisión te dice”.

Ahora es “tú lo compartes”.

Y aquí está el truco:

- tú crees que estás “informando”,
- pero en realidad estás multiplicando un mensaje diseñado.

Eso lo hace más fuerte porque llega “de un amigo”, no “de un gobierno”.

Pieza D: Objetivo final: cambiar comportamiento.

El objetivo no es que “pienses X”.

Es que hagas algo:

- que desconfíes,
- que te dividas,
- que te canses,
- que no participes,
- que odies a quien te dijeron,
- que apoyes una decisión sin analizar.

Cuando una población se pelea entre sí, el agresor ya ganó mucho.

En síntesis:

- Primero te estudian: qué te duele, qué te indigna, qué temes.
- Luego te mandan contenido diseñado para activarte.
- Tú lo compartes y peleas: te vuelves multiplicador.
- El resultado es que cambias tu conducta: te divides, te rindes, dejas de participar.

Paso 3: “¿Por qué funciona en casi todos?”

Aquí Feynman diría: no basta describirlo, hay que explicar por qué se pega.

Razón 1: el cerebro ama lo que confirma lo que ya cree.

Si yo ya creo que “todos son corruptos”, cualquier mensaje que diga eso me parece verdad.

Ese atajo mental se llama sesgo de confirmación (pero no necesitas la palabra técnica; necesitas el concepto).

Razón 2: estamos sobrecargados.

Nos llega demasiada información.

Entonces el cerebro hace esto:

- “no puedo revisar todo”
- “me quedo con lo que siento”
- “me quedo con lo que me repiten”
- “me quedo con lo que mi grupo cree”

La emoción se vuelve el filtro.

Razón 3: la emoción es el volante del comportamiento.

Si te controlo el miedo o el enojo, puedo:

- acelerarte (que compartas),
- frenarte (que te paralices),
- desviarte (que odies al rival en vez de ver el problema real).

Y así se explica por qué funciona en casi todos.

Porque todos tenemos:

- emociones,
- cansancio,
- necesidad de pertenecer,
- poco tiempo para verificar.

Paso 4: “Usa un ejemplo cotidiano”

Ejemplo simple:

1. Sale una noticia real: “hubo un problema”.
2. Se le agrega: “esto demuestra que todo está perdido”.
3. Se le suma: “la culpa es de este grupo”.
4. Se cierra: “si estás en contra eres cómplice”.

Efecto:

- la gente discute,

- se divide,
- se odia,
- deja de escuchar,
- pierde confianza.

Y en ese caos, las decisiones importantes se toman sin vigilancia social.

Un ejemplo cotidiano.

Sale un hecho real.

Luego alguien lo convierte en “prueba” de que todo está podrido.

Luego señala a un “enemigo”.

Luego te empuja a reaccionar: “si no estás conmigo eres cómplice”.

Y listo: la sociedad se divide. Nadie escucha. Todos gritan.

Paso 5: “Detecta los huecos: ¿qué no entiendo aún?”

Para que no quede vago, hay que responder dos preguntas clave:

¿Cuál es el “punto de quiebre” que buscan?

Este escrito lo pone claro: la confianza.

Porque si destruyes la confianza:

- nadie cree en nadie,
- nadie coopera,
- nadie se organiza,
- todo se vuelve conflicto interno.

Una sociedad sin confianza es fácil de mover como rebaño: por miedo, por rabia o por resignación.

¿Qué hace diferente a esto de “la propaganda de antes”?

Que ahora hay:

- datos (saben cómo eres),
- micro-mensajes (te mandan lo que te pega a ti),
- automatización (bots/IA),
- participación de la gente (tú lo propagas),
- y un flujo 24 horas/7 días que no permite descanso mental.

Esto reduce todo a reglas claras.

- Si te prende fuego por dentro, pausa.
- Separa hecho e interpretación.
- No compartas sin verificar.

Si puedes repetir esto con claridad, ya entendiste el fenómeno.

Paso 6: “Simplifica a reglas prácticas”

Si lo entendiste, lo puedes convertir en 3 reglas:

Regla 1: Si algo te enciende, pausa

La emoción es la puerta.

Regla 2: Distingue “hecho” de “interpretación”

- Hecho: lo que ocurrió.
- Interpretación: lo que alguien quiere que pienses.

Regla 3: No compartas sin verificar.

Porque compartir sin verificar te vuelve parte del arma.

Conclusión.

La guerra cognitiva es usar información y emoción para romper la confianza y cambiar tu comportamiento, hasta que tú mismo hagas el trabajo del manipulador: difundir, pelear, desconfiar y rendirte.

Recuperar la mente es recuperar la libertad.

La guerra cognitiva no empieza cuando te mienten.

Empieza cuando logran que tu emoción mande y tu razón se calle.

No te derrotan cuando te convencen.

Te derrotan cuando te vuelven incapaz de pensar con calma, escuchar al otro y sostener la confianza mínima para convivir.

Una sociedad no se derrumba solo por pobreza o violencia: se derrumba cuando deja de creerse a sí misma, cuando todo es sospecha y todos son enemigos.

Y aquí está la salida, simple pero poderosa: Tu libertad comienza en el segundo que te detienes a entender. En el instante en que haces una pausa antes de compartir. En el momento en que preguntas:

“¿Esto es un hecho o una emoción dirigida?”

“¿Quién gana si yo me enojo?”

“¿Quién gana si yo odio?”

“¿Quién gana si yo me rindo?”

Pensar no es un lujo: es una defensa.

Y una comunidad que vuelve a conversar sin insultarse, sin quemarse, sin obedecer al miedo, se vuelve algo que ninguna manipulación soporta: **una sociedad difícil de dominar.**

La guerra cognitiva no se basa solo en mentiras. Se basa en hacer que tú mismo pierdas el centro: tu calma, tu criterio, tu capacidad de escuchar, tu fuerza para organizarte.

**Cuando una persona recupera tres cosas:
tiempo, serenidad y pensamiento crítico
se vuelve más difícil manipularla.**

**Y cuando una comunidad recupera
confianza y conversación,
se vuelve todavía más difícil dividirla.**