

Un informe de S2 Grupo advierte de que "las fake news son sólo la punta del iceberg"

La empresa de ciberseguridad y ciberinteligencia S2 Grupo ha publicado un informe exhaustivo sobre las campañas de desinformación y su impacto en la opinión pública global. El estudio, titulado Informe sobre Campañas de Desinformación e Influencia en el ámbito político, revela las estrategias de manipulación empleadas, los objetivos de estos ataques y las víctimas que suelen ser escogidas

En este sentido, el estudio indica que "las fake news son solo la punta del iceberg en las campañas de desinformación".

El CEO de S2 Grupo, José Rosell, ha destacado que se trata de operaciones "perfectamente entretejidas" cuyo fin es manipular a la opinión pública, ya sea para desacreditar a figuras públicas o influir en elecciones. "El propósito es generar confusión, incertidumbre, distorsionar acontecimientos e, incluso, confundir la realidad para dividir a la sociedad y manipularla", ha explicado Rosell, advirtiendo sobre los efectos nocivos de estas campañas.

Entre las operaciones detalladas en el informe destacan casos recientes como Doppelgänger, impulsada desde Rusia para difundir propaganda favorable al Kremlin, y Secondary Infektion, otra campaña con respaldo estatal ruso. También se han analizado Pinball, destinada a promover el reconocimiento de movimientos independentistas en Abjasia y Osetia del Sur, y Empire Dragon, relacionada con el gobierno chino. Campañas como Recent Reliable News, vinculada a la guerra Rusia-Ucrania, y Copycop, que involucra la creación de medios fraudulentos en EE.UU., Reino Unido y Francia, son ejemplos de la amplia gama de operaciones descritas.

El informe también ha examinado campañas de desinformación relacionadas con eventos internacionales recientes de 2024, incluyendo los Juegos Olímpicos, las elecciones en Estados Unidos, Francia, Reino Unido y las elecciones europeas, así como la Cumbre del G7 en Italia. Según el equipo de Lab52, estas campañas buscan influir en la percepción pública de manera sutil pero efectiva, apoyándose en estrategias complejas y multicanal.

Las técnicas empleadas para estas campañas abarcan desde la suplantación de identidad de medios de comunicación y agencias gubernamentales, hasta la creación de "burner personas" o identidades ficticias en redes sociales. Otras tácticas incluyen la fabricación de encuestas falsas, la difusión de noticias fraudulentas, la producción de cartas y entrevistas falsificadas y el uso de dominios que imitan a los de medios legítimos para engañar a los usuarios. Una práctica destacada en el informe es el "blanqueo de información", donde mensajes falsos son replicados en múltiples webs de un continente para que lleguen a ser considerados noticias en otro.

Lab52 ha advertido además sobre el uso de la "ofuscación multilingüe", una técnica que mezcla idiomas en un mismo mensaje para dificultar la detección de desinformación por parte de sistemas

automáticos y confundir a la audiencia. También se han identificado casos de documentos falsos introducidos en organismos oficiales para influir en las relaciones entre funcionarios y entidades políticas.

Ante este panorama, S2 Grupo ha ofrecido seis recomendaciones para protegerse de la desinformación: verificar siempre las fuentes para asegurarse de su fiabilidad; evitar compartir información sin confirmar su veracidad; contrastar el contenido en múltiples medios para detectar posibles inconsistencias; analizar los mensajes en busca de lenguaje sensacionalista o errores gramaticales; emplear herramientas de verificación como Elections24Check o Voces Protegidas del FBI; y apostar por un periodismo de calidad que actúe como contrapeso a la manipulación informativa.

Datos de contacto:

Luis Núñez
S2 Grupo
667574131

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Internacional](#) [Nacional](#) [Comunicación](#) [Ciberseguridad](#) [Innovación Tecnológica](#) [Actualidad Empresarial](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>