

El octavo frente: la cúpula de hierro digital y la batalla por el relato de Israel

MOHAMAD HASAN SWEIDAN :: 27/10/2025

Mientras su ejército bombardea Gaza, a pesar del alto el fuego, Tel Aviv lanza una ofensiva digital paralela destinada a silenciar las narrativas de resistencia y manipular las percepciones globales

Se busca rediseñar la memoria digital de sus crímenes de guerra.

El primer ministro del régimen israelí, Benjamín Netanyahu, ha descrito el «octavo frente» de su guerra como la batalla por la verdad. «*Siete frentes contra Irán y sus aliados. El octavo: la batalla por la verdad*», declaró durante una ceremonia organizada por la cadena estadounidense Newsmax en el hotel Waldorf Astoria de Jerusalén.

Su objetivo es refutar las acusaciones verídicas de genocidio y hambruna intencional vinculadas a la guerra israelí contra la Franja durante dos años, siendo los programas de inteligencia artificial (IA) y las redes sociales los campos de batalla más importantes en este frente.

Cúpula de hierro digital

Tras la Operación Tormenta de Al-Aqsa del 7 de octubre de 2023, la llamada «Cúpula de Hierro Digital» de Israel se activó para interceptar contenido digital, al igual que su cúpula militar intenta sin mayor éxito interceptar misiles. Los objetivos no son la metralla, sino las ideas (publicaciones, imágenes, vídeos) que exponen las atrocidades de Israel en el enclave asediado. Esta cúpula digital opera a dos niveles o capas.

El primer nivel es un sistema de denuncias impulsado por voluntarios: una campaña nacional financia que los usuarios inunden las redes sociales con quejas masivas contra contenido considerado desfavorable para Israel. Un sistema híbrido de IA y revisores humanos que clasifica rápidamente las publicaciones marcadas y luego envía solicitudes de eliminación a plataformas como Meta, TikTok y X. El objetivo es la velocidad, y acallar la narrativa contra Israel mucho antes de que se propague.

Solo TikTok [eliminó](#) 3,1 millones de vídeos y suspendió 140.000 transmisiones en directo durante los primeros seis meses del genocidio israelí en Gaza. La Unidad Cibernética de la Fiscalía General de Israel presentó cerca de 9.500 solicitudes de eliminación durante el mismo período, y Meta supuestamente las atendió en [el 94 %](#) de los casos.

La segunda capa es la guerra algorítmica: los sistemas de IA escanean más de 200.000 sitios web para identificar narrativas disidentes y luego bombardean a los usuarios expuestos con contenido pagado proisraelí en tiempo real. Mediante campañas publicitarias que imitan la apariencia y el ritmo de las publicaciones orgánicas, Israel inunda las cronologías con una contra narrativa fabricada.

Esta doble estrategia busca abrumar y eliminar. La primera suprime la difusión de las voces de resistencia. La segunda las reemplaza con mentiras aprobadas y controladas por el Estado.

Utilizar las redes sociales como arma de guerra

Todos somos el blanco de estas guerras. Somos quienes, con sus clics, deciden qué bando gana. (Peter Singer, coautor de [LikeWar: La militarización de las redes sociales](#))

El 26 de septiembre de 2025, Netanyahu [se reunió](#) con 18 'influencers' de redes sociales residentes en EEUU. La orden era inundar TikTok, X, YouTube y pódcast con mensajes proisraelíes. Una semana después, Tel Aviv destinó [145 millones de dólares](#) a su mayor campaña de propaganda digital hasta la fecha, denominada «Proyecto 545». La campaña se dirige a la opinión pública estadounidense, especialmente a la juventud, con [contenido asistido por IA](#) adaptado para TikTok e Instagram.

Documentos de la Ley de Registro de Agentes Extranjeros de EEUU (FARA) revelan que el Ministerio de Asuntos Exteriores del régimen israelí contrató a [Clock Tower](#), una firma dirigida por Brad Parscale, exjefe de campaña de Trump. El objetivo es influir tanto en el discurso público como en las respuestas generadas por plataformas de IA como ChatGPT, Grok y Gemini.

Paralelamente se lanzó el «[Proyecto Esther](#)» para financiar a *influencers* estadounidenses, cuyos contratos, según informes, alcanzan los 900.000 dólares por persona, para que publiquen entre 25 y 30 post al mes, y crear un flujo constante de contenido proisraelí. Entre junio y noviembre de 2024, se distribuyeron al menos 9.000.000 de dólares en pagos de campaña a entre 14 y 18 *influencers*, con un promedio de 6.100 y 7.300 dólares por publicación.

Bridge Partners, una empresa contratada por el Ministerio de Asuntos Exteriores de Israel, facturó al grupo internacional de medios "Havas Media Group" en Alemania, por los costos de la campaña de "influencers" pro-Israel que trabaja para Israel.

Show Faith by Works, una nueva empresa fundada en julio de 2025, recibió 325.000 dólares en tan solo dos meses para promover la propaganda israelí entre [las comunidades cristianas](#) de EEUU y Occidente. Con planes de invertir hasta 4,1 millones de dólares en la campaña, se ha promocionado como la mayor campaña de *geofencing* en iglesias cristianas de la historia de EEUU. Mientras tanto, el Ministerio de Asuntos Exteriores israelí invirtió 137 millones de dólares adicionales en campañas globales para influir en la percepción de la audiencia, además de los programas habituales de mejora de imagen.

Estas iniciativas forman parte de una estrategia más amplia, a menudo denominada 'hasbará', término hebreo que designa la propaganda del colonialismo sionista. En la era digital la *hasbará* ha evolucionado desde las narrativas mediáticas convencionales hasta sofisticadas operaciones de influencia asistidas por IA, diseñadas para dominar y distorsionar el discurso de los medios.

Un informe de la cadena pública española RTVE, que cita una investigación de Eurovision

News Spotlight, reveló que el régimen israelí asignó aproximadamente 50 millones de dólares en gastos publicitarios entre Google, X y las redes publicitarias franco-israelíes Outbrain y Teads.

El objetivo, según la investigación, era contrarrestar la cobertura internacional sobre la hambruna en Gaza presentando una fachada de normalidad. De enero a principios de septiembre de 2025, Tel Aviv publicó más de 4.000 anuncios digitales, la mitad de ellos dirigidos a audiencias internacionales. Estos anuncios presentaban una Gaza limpia y sana, libre de escombros y hambruna.

Blanqueo digital de crímenes de guerra

La guerra mediática no se limita a las plataformas públicas. En mayo de 2024 OpenAI reveló que había desmantelado cinco operaciones de espionaje que explotaban sus herramientas, una de las cuales estaba a cargo de la empresa israelí STOIC. La firma utilizó grandes modelos de lenguaje para generar contenido proisraelí y mensajes anti-HAMAS adaptados al público estadounidense, y luego los difundió a través de cuentas falsas en Facebook, X e Instagram.

El *New York Times* informó sobre una operación paralela del régimen de Netanyahu que utilizó casi 600 cuentas falsas para inundar las cuentas de 128 legisladores estadounidenses, con más de 2000 comentarios seleccionados por semana. Estos mensajes defendían las acciones israelíes y difamaban a las instituciones palestinas y al principal proveedor de ayuda humanitaria en Gaza, la agencia de la ONU de atención a los y las refugiadas, la UNWRA.

El año pasado, la portavoz de UNRWA, Juliette Touma, dijo: Estos anuncios son destructivos para la gente. Deberían parar, y los responsables de este sabotaje deberían rendir cuentas. Debería haber un seguimiento exhaustivo con empresas como Google una vez que la guerra termine. Hay mucho que responder.

Mediante estos métodos, Tel Aviv busca anticiparse y sobrescribir las narrativas de la oposición en el mismo instante en que aparecen. El resultado es un espacio digital saturado de propaganda estatal: una cronología diseñada para el olvido.

Exportar represión

El peligro global reside en que este modelo siente un precedente. Cuando una potencia militar colonial, ante acusaciones creíbles de genocidio, puede usar herramientas digitales para reescribir el historial en tiempo real, envía una clara señal de que cualquiera con el dinero y la tecnología necesarios puede hacer lo mismo.

El sistema sionista es simple pero devastadoramente efectivo: informes masivos para silenciar el disenso, anuncios dirigidos para manipular la percepción, contratos con *influencers* para fabricar consentimiento y uso de herramientas de inteligencia artificial para distorsionar la verdad.

Si este modelo se extiende, las voces de la resistencia en todo el mundo -desde estudiantes

hasta periodistas y movimientos indígenas- verán sus verdades enterradas bajo una avalancha pagada de propaganda estatal.

Tel Aviv puede haber sido pionero en esta ocupación digital de la verdad. Pero no será el último en usarla contra quienes luchan por la justicia.

thecradle.co. Traducido del inglés por Marwan Pérez para Rebelión.

<https://www.lahaine.org/mundo.php/el-octavo-frente-la-cupula-de-hierro>