

## “REDES SOCIALES Y GESTIÓN DE CRISIS, EN ENTORNOS DE CIBERSEGURIDAD Y CIBERDEFENSA”

### SOCIAL NETWORKS AND CRISIS MANAGEMENT, IN CYBERSECURITY AND CYBERDEFENSE ENVIRONMENTS

RECIBIDO: 12 / 09 / 2019

APROBADO: 31 / 10 / 2019



Licenciada  
**Ceinett Sánchez Quintero**  
República Dominicana

La autora es Periodista y Máster Gestión Seguridad, Crisis y Emergencias, por el Instituto Global de Altos Estudios (IGLOBAL) Instituto Ortega y Gasset, en Madrid, España (2014). Licda. Comunicación Social Mención “Periodismo, Universidad Bicentenario de Aragua, Edo. Aragua, Venezuela, 1.997-2.002. Gerencia de la Seguridad, William J. Perry Centro de Estudios Hemisférico de Defensa, Washington Agosto 2014. Conferencista de diversas instituciones. Directora Revista Guarnición del Ejército de República Dominicana. Asesora en Comunicaciones Estratégicas del Ministerio de Defensa (J5), la Escuela de Graduados de Altos Estudios Estratégicos (Docente en talleres de comunicación estratégica y encargada de Redes Sociales). Autora de los libros “Comunicación, Emergencias y Desastres” y “#SoyPreventivo: Redes sociales, seguridad y emergencias”; también dirige revistas especializadas en Defensa y Seguridad. Coordinadora académica de capacitaciones en “Comunicación Estratégica para la Defensa y Seguridad nacional”. Fue reportera y editora de CDN Canal 37 y desde el año 2010 imparte conferencias locales e internacionales sobre comunicación en emergencias y desastres. Ponente en diversos talleres, seminarios y Congresos. [ceinett@yahoo.com](mailto:ceinett@yahoo.com)



## RESUMEN

Estudiar las dinámicas de cómo se teje la opinión pública y se gestionan las crisis mediáticas desde las redes sociales, en entornos de ciberseguridad y ciberdefensa en República Dominicana, resulta fascinante y despierta la curiosidad, sobre todo en estos tiempos donde el poder fáctico de estos medios de comunicación digital, marcan pautas y viralizan en cuestión de segundos, informaciones sensibles y de alto interés para las sociedades, en momentos determinados.

**Palabras clave:**

Comunicación estratégica, redes sociales, opinión pública, ciberseguridad, ciberdefensa.

## ABSTRACT

Studying the dynamics of how public opinion is weaved and media crises are managed from social networks, in cybersecurity and cyberdefense environments in the Dominican Republic, is fascinating and arouses curiosity, especially in these times where the factual power of these digital media, set guidelines and viralize in a matter of seconds, sensitive information and high interest to societies, at certain times.

**Keywords:**

Strategic communication, social networks, public opinion, cybersecurity, cyberdefense.



## INTRODUCCIÓN

Es evidente que en los últimos años, las Fuerzas Armadas dominicanas así como las instituciones que velan por la seguridad del Estado dominicano, han cambiado radicalmente la manera que comunican su gestión pública y gestionan las crisis, en especial desde las redes sociales y sobre todo, desde los entornos donde ahora se libran las guerras mediáticas en los ciberespacios. Pensar y actuar para garantizar la ciberseguridad y ciberdefensa, ha obligado tomar mucho más en cuenta la planificación estratégica y hasta la estética de los contenidos informativos, al momento de colarlos y exponerlos frente a la opinión pública.

Con esto, no sólo demuestran sus muy meritorias capacidades militares y el desarrollo que sobreviene de la interpretación de la intención del mando político, sino que además, exponen frente al escrutinio y corren las cortinas de sus instituciones castrenses y de seguridad, para sumergirse y salir a flote magistralmente por ejemplo, ante las turbulencias y amenazas de los fakenews (o falsas noticias), abrirse y atreverse al diálogo constante a través de las redes sociales y mostrarse como entes flexibles, transparentes pero sin dejar de actuar acorde a lo que establecen las leyes, cuando así lo amerita la ocasión.

Por tanto, la comunicación estratégica digital, ha sido considerada en tiempos recientes como una herramienta de planificación e integración de las capacidades de información que en el caso de las Fuerzas Armadas dominicanas y de sus instituciones, contribuye significativamente en el alcance de sus objetivos militares, acorde con las políticas públicas de defensa y seguridad establecidas en el país que incluyen por supuesto con el Decreto Presidencial número 230-18, de la Estrategia Nacional de Ciberseguridad de República Dominicana, el cual hace alusión al Programa República Digital, creado mediante Decreto número 258-16 del 16 de septiembre de 2016, y concebido como el conjunto de políticas y acciones que promueven la inclusión de las tecnologías de información y comunicación en los procesos educativos, gubernamentales y servicios ciudadanos.

## LAS REDES SOCIALES Y LA GESTIÓN POR CRISIS MEDIÁTICAS

Tal y como se ha introducido el presente artículo, el Decreto Presidencial número 230-18, de la Estrategia Nacional de Ciberseguridad de República Dominicana, marca la pauta de los entornos virtuales no sólo para Fuerzas Armadas dominicanas, sino también para las demás instituciones públicas del Estado dominicano. Este hace alusión al Programa República Digital, creado mediante Decreto número 258-16 del 16 de septiembre de 2016, y concebido como el conjunto de políticas y acciones que promueven la inclusión de las tecnologías de información y comunicación en los procesos educativos, gubernamentales y los servicios ciudadanos.

Adicionalmente, el marco legal nacional que direcciona las acciones de las fuerzas castrenses y los cuerpos especializados de seguridad en el país, tales como la Constitución dominicana vigente, la Ley 1-12 Estrategia Nacional de Desarrollo 2030 y la misión de las FF.AA., aluden a la defensa de la integridad territorial, la soberanía, el mantenimiento de la paz y el orden público, en aras de crear un clima de máxima seguridad.

Al revisar los seis objetivos estratégicos de FF.AA., en apoyo a los objetivos nacionales que deben alcanzarse antes del 2030, se determina el interés por lograr: 1) Unas FF.AA., que garanticen la Seguridad y Defensa Nacional; 2) Que promuevan el bienestar de sus miembros con igualdad de derechos; 3) Que contribuyan con su accionar al desarrollo nacional; 4) Que garanticen la protección de la población, medio ambiente, recursos naturales y promuevan con eficiencia la gestión del riesgo y la adaptación al cambio climático; 5) Que protejan eficientemente las infraestructuras vitales y las instituciones públicas nacionales, y 6) Que promuevan el bienestar de sus miembros a través del mejoramiento de la educación, capacitación, entrenamiento, desarrollo integral, profesional, deporte y cultural.

Así que, en la práctica es evidente entre las instituciones del Estado dominicano lideradas por la Presidencia de República Dominicana, -entre las cuales se encuentran las fuerzas castrenses-, que existe una marcada tendencia a dinamizar y a modernizar las estrategias comunicacionales cuidando la imagen, reputación, percepción y conocimiento público de sus iniciativas, para construir no sólo una opinión pública favorable, sino que esta pueda



acompañarse de sanas e interactivas relaciones con las audiencias dentro del marco legal establecido.

Esto ha llevado de alguna manera, a la inclusión progresiva de jóvenes civiles y militares, que con sus talentos aportan a las Direcciones de Asuntos Cívico-Militares y de Relaciones Públicas (como se conocen dentro de la guardia), capaces de elaborar, narrativas y contenidos en formatos atractivos, modernos y de fuerte carga audiovisual, que son difundidos con inmediatez y alta frecuencia en las redes sociales y sus portales.

La inclusión de estos equipos multidisciplinarios, felizmente ha permitido que al margen de las publicaciones institucionales referidas a sus actividades rutinarias y cotidianas, también en situaciones de crisis, las decisiones sobre qué, cómo y cuándo reaccionar ante lo inesperado, facilite la entrega sin tantas burocracias de contenidos oportunos, dinámicos y con un lenguaje digital sencillo, digerible y amigable (o “friendly” como les llaman los “millenniums”), sin apartarse de la formalidad y el respeto a lo que establecen las leyes en temas tan delicados como la defensa y la seguridad nacional.



*Comunicar y reaccionar a tiempo, ante eventos que se viralizan en las redes sociales, facilitan las aclaratorias y la defensa de la institucionalidad, antes de que se armen incendios ante la opinión pública, se trata de decisiones que evidencian un buen manejo de la comunicación estratégica.*

Es así como dentro del amplio campo de investigación de la “Comunicación Estratégica”, un término ante el cual aún no existe una definición consensuada dentro de la comunidad científica, existe el interés por demostrar que su empleo como herramienta de planificación e integración de las capacidades de información de las Fuerzas Armadas dominicanas, contribuye significativamente

en el alcance de sus objetivos militares, acorde con las políticas públicas de defensa y seguridad de República Dominicana.

Hoy en día, es necesario entender que los escenarios donde se están librando las “batallas mediáticas”, son sumamente complejos, cambiantes y volátiles. Se debe tener en cuenta los hábitos de conducta de los individuos, sus formas de comunicarse entre ellos, cambian constantemente así como muta el uso de las herramientas tecnológicas y de información en un espacio virtual hiperconectado.

No basta con establecer un escalón de propaganda al máximo nivel con la introducción de narrativas que emerjan desde las autoridades al inicio de las actividades de las instituciones estatales que representan incluyendo a las FF.AA., porque ahora hay que vincularlas rápidamente con la difusión de contenidos atractivos, multimedia, que sean breves, bien pensados, con una alta dosis de persuasión, para lograr que en el mejor de los casos, los mismos ciudadanos y medios de comunicación decidan contribuir de forma instintiva y los distribuyan en tiempo real como relatos propios.



Hoy se conmemora el día nacional del retirado de las #FFAA, celebramos el sacrificio que cada miembro...



Hoy se conmemora el día nacional del retirado de las #FFAA, celebramos el sacrificio que cada miembro...

*El uso de videos e historias en Instagram, conmueven y hacen llegar mensajes de una manera más atractiva y directa, con lo cual se logra un mejor y mayor acercamiento con los públicos, en especial de la clase civil.*



Expuesto esto, cabe preguntar primero si existen estructuras formales de direcciones o departamentos de “Comunicación Estratégica” y si no existen, evaluar cómo se está planificando la creación y difusión de informaciones desde el máximo nivel de las organizaciones militares; verificar si están utilizando los códigos de los potenciales difusores para dirigir los mensajes a un público, de manera que se mantengan en el tiempo mensajes potentes, integrados con las acciones en el plano militar y que al mismo tiempo, puedan ir mitigando por ejemplo, opiniones desfavorables en contra de los esfuerzos que se realizan para combatir las principales amenazas a la seguridad nacional como las migraciones ilegales, el narcotráfico, el contrabando y los daños al medio ambiente.

En este caso, habría que revisar si la concepción tradicional de direcciones de prensa y relaciones públicas, están evolucionando en su estructura operativa y evaluación de desempeño de sus integrantes, para garantizar el manejo de la información para la gestión de crisis dentro de las Fuerzas Armadas y con cuáles criterios se hace.

En el caso de los Departamentos Socialmedia dentro de las instituciones militares, dedicadas exclusivamente a la creación de contenidos creativos y mutlimedia, sería interesante indagar hasta qué punto han logrado el acercamiento entre las instituciones militares y los públicos, creando una sinergia de crecimiento y desarrollo o contribuyendo cuando hay que apagar incendios de opinión pública.

También sería interesante determinar, el alcance de los mensajes que se generen desde estas estructuras dedicadas a la comunicación de las instituciones castrenses, están actuando en favor del trabajo de prevención de la población frente a emergencias causadas por la dinámica propia de la naturaleza (terremotos, huracanes, inundaciones, etc.) o de origen antropogénico (incendios provocados, explosiones, derrames químicos).

Estas interrogantes se plantean así, ya que es una realidad que las redes sociales y la conexión permanente de los usuarios al internet, son los elementos que más han modificado los parámetros de la comunicación en los últimos tiempos. Como el modo en que recibimos la información ha cambiado radicalmente, la introducción del receptor como posible emisor de la misma información que la fuerza castrense genera, sería oportuno también averiguar

hasta qué punto desde la opinión pública “los fans” o “seguidores”, se encargan de generar matrices de opinión pública favorables a los intereses de las FF.AA., en medio de campañas mediáticas organizadas o a través de iniciativas como concursos periodísticos y la realización de programas de formación dirigida a comunicadores sociales o “influencers”.

Una vez realizadas todas estas pesquisas sustentadas en teorías de la comunicación, la opinión pública, estudios similares previos y utilizadas las técnicas de investigación más oportunas, será posible proponer nuevas formas que puedan justificar la importancia de la comunicación estratégica como ancla vital de planificación y herramienta integradora de capacidades en el máximo nivel de unas Fuerzas Armadas que ciertamente por lo que ordena la Constitución y su Ley Orgánica no deliberan, pero que sin dudas, sí saben comunicar y que hoy día más que nunca, tienen todas las herramientas disponibles a su favor y cada vez que lo requieran.



*El pasado 12 de septiembre del 2019, un “fakenews” se convirtió en tendencia en las redes sociales y gracias a un desmentido oportuno y consensuado entre las instituciones castrenses involucradas, fue posible que el descrédito no se apoderara de la buena imagen y reputación de las FF.AA., así como del trabajo que realizan.*

## COMUNICACIÓN ACERTADA: PIEDRA ANGULAR EN LA GESTIÓN DE CRISIS

Sin dudas, se encuentra en un sitio de importancia en la escala de valores de cada individuo por razones de supervivencia, desde que existe sobre la faz de la tierra. Así como la comunicación y la inteligencia van unidas, como van unidas al pensamiento, hoy día como elemento fundamental de desarrollo humano, social y obviamente en el plano político, militar, diplomático y empresarial, cada vez adquiere mayor importancia como vehículo imprescindible de posicionamiento, reputación, influencia, venta y transmisión de valores.



Ahora bien, el término estrategia procede del griego *strategós*, que significa “General de un Ejército”, de modo que el empleo del concepto “comunicación estratégica” en sí mismo, aunque no cuenta con un significado consensuado y es objeto de múltiples interpretaciones, obedece sin dudas al espíritu de pensamiento previo, planificación y elaboración de herramientas óptimas para librar y ganar batallas en las llamadas “guerras mediáticas”. Así que no dista en lo absoluto de la naturaleza y la razón que justifica la creación y existencia de las propias Fuerzas Armadas.

Múltiples teorías e investigaciones en el campo de la “Comunicación Estratégica” (CE) avalan su facultad integradora por encima incluso de su capacidad de coordinación, y en el ámbito militar cobra mucha más importancia porque en terrenos de operaciones, abarca la búsqueda de influencia sobre la población local o sobre el enemigo que realiza acciones como operaciones psicológicas, cooperaciones y acciones cívico-militares, servicios de inteligencia, etc.

Tomando en cuenta algunas referencias, podría considerarse que la CE es el proceso mediante el cual, se trazan las líneas sobre las cuales debe transcurrir la comunicación del día a día acorde con la filosofía de la empresa u organización; debe nacer del máximo nivel y desde el comienzo de la toma de decisiones de una organización para ser parte del proceso que consiga alcanzar los objetivos marcados por la autoridad.

Al mismo tiempo, ha de ejercer una función integradora y de coordinación de los diferentes elementos que intervienen en la comunicación y de las herramientas a través de las cuales se llevarán a cabo, con especial interés en las redes sociales; debiendo ser capaz de afrontar los nuevos retos, especialmente la medición del impacto real de su ejercicio y su posicionamiento definitivo en las organizaciones como elemento de capital importancia y acorde al interés del mando.



*El uso de infografías y elementos gráficos atractivos, permiten a través de las redes sociales, presentar informaciones formales por medio de un lenguaje más digerible, lo cual se ha convertido en una tendencia de la comunicación estratégica en el mundo.*

De acuerdo a algunos expertos, el nivel donde se ubica la unidad responsable de la comunicación es de suma importancia. Donde tiene que tener acceso directo al nivel de decisión, tomando parte del mismo y con posibilidad real mediante el asesoramiento al Comandante General o al mando militar de lugar, de condicionar su proceso. Por tanto, es necesario que antes de la acción, haya un planeamiento de comunicación, un paso previo que convierta la acción en una comunicación en sí misma y la comunicación esté presente antes, durante y después para intentar evitar la distorsión del mensaje, donde el emisor en origen quiere trasladar al receptor y no se pierda en el camino.

Es así como los responsables de gestionar las comunicaciones institucionales, deben de coordinar e integrar como responsabilidad principal, la facilitación de las interacciones entre las fuerzas militares y los actores que generan opinión pública, asegurando la coherencia con la estrategia previamente marcada, en el escalón superior y su integración en el planeamiento y conducción de las operaciones.

La comunicación debe estar implicada en el más alto nivel, en la fase de decisión de cara no solo a responder fielmente a su carácter de estratégica, en sintonía con las líneas marcadas desde el nivel político o empresarial más alto, sino también de cara a prevenir



crisis posteriores. Por tanto, aquí cobra mayor fuerza el “más vale prevenir que lamentar” y donde la planificación previa, evita muchas veces tener que hacer una comunicación reactiva.



*Durante el año 2019, el Ejército de República Dominicana organizó un Concurso de Periodismo donde participaron más de 80 periodistas, que cursaron en FFAA., a través del INSUDE y la EGAE, talleres de Comunicación Estratégica enfocada en temas de defensa y seguridad fronteriza, lo que permitió un acercamiento con las instituciones castrenses dominicanas y con ello, un cambio en la opinión pública sobre estos temas.*

Al revisar un sin número de publicaciones referidas al tema, se logra determinar que el término de CE nace con la Organización de los Países del Atlántico Norte (OTAN) y que por razones de seguridad y algunas políticas de gobierno que se detallarán más adelante, fue el Departamento de Estado de los Estados Unidos que decidió colocarlo en desuso. Sin embargo, en el tiempo ha quedado demostrado que lo que no se cuenta no existe y que siendo la comunicación una necesidad de primer orden también para las organizaciones militares, su aplicación y buen manejo es necesario para evitar incluso desastres militares o de tipo político que puedan ser irreparables.

En el caso de República Dominicana, la ya referida Ley 1-12 Estrategia Nacional de Desarrollo 2030 como doctrina del Estado dominicano en el largo plazo, en su cuarto eje estratégico contempla: “la intención de alcanzar para sus habitantes los resultados de una eficaz gestión de riesgos y minimizar pérdidas humanas, económicas y ambientales a partir de la activa participación de las comunidades y gobiernos locales, la reducción al máximo posible de los daños y la posibilidad de recuperación rápida y sostenible de las áreas o poblaciones afectadas”.

Esta visión estratégica necesariamente hay que asociarla con la realidad que hay en la región del Caribe durante cada temporada ciclónica; las coordinaciones logísticas y operativas en momentos críticos, requieren de la información inmediata para salvar vidas y salvaguardar bienes materiales. Es por eso que los mensajes de anticipación y soluciones, se convierten en una gran ayuda, especialmente donde las catástrofes tienen un carácter cíclico y pueden preverse por medios científicos y de comunicación digitales.

Cuando la situación de crisis es inminente o ya se ha desencadenado por la evolución de huracanes o cualquier otro evento, las estrategias de seguridad de los estados se sustentan en mensajes de alerta y pre alerta, así como de las recomendaciones que los acompañan. Esto es, para que la información llegue a los ciudadanos y se reduzcan lo máximo posible los riesgos ante el probable impacto de los acontecimientos y se maneje oportunamente la percepción de seguridad ante la opinión pública.

En este mismo orden, la llamada Teoría de “Los seis grados de separación” de Stanley Miller (1953), a través de la cual explica en términos sencillos el cómo operan las redes sociales para conectar a conocidos y desconocidos en el planeta, se sustenta en la hipótesis que intenta probar que “cualquiera en la tierra puede estar conectado a cualquier otra persona del planeta a través de una cadena de conocidos que no tiene más de cinco intermedios (conectando a ambas personas con sólo seis enlaces)”.

El concepto está basado en la idea de que “el número de conocidos crece exponencialmente con el número de enlaces en la cadena, y sólo un pequeño número de enlaces son necesarios para que el conjunto de conocidos se convierta en la población humana entera”. Esta teoría también está contenida en el libro “Six Degrees: The Science of a Connected Age” del sociólogo Duncan Watts (2003) y que asegura que “es posible acceder a cualquier persona del planeta en tan sólo seis “saltos”, a través de una suerte de efecto contagioso que se activa cuando somos conscientes del poder de las redes y se entiende cómo podemos influir en el otro”.

Ahora bien, en el caso de la Teoría de la Complejidad y Organizaciones, también llamada Estrategia de la Complejidad u Organización Compleja Adaptativa, es el uso de la teoría de la complejidad en el campo de la gestión estratégica y los estudios organizacionales. Las áreas de aplicación incluyen la comprensión



de cómo las organizaciones o empresas se adaptan a su entorno y cómo hacen frente a situaciones de incertidumbre. La estructura es compleja, debido a que son redes dinámicas de interacciones, y sus relaciones no son resultado de la agregación de las entidades estáticas individuales. Son adaptativos, porque los comportamientos individuales y colectivos mutan y se auto organizan en respuesta a los cambios iniciales de los micro eventos o el conjunto total de eventos.

Así que tomando en cuenta que la Comunicación Estratégica puede ser la ventana por la que instituciones, ejércitos y gobiernos se muestran al mundo y que podría definirse como el empleo planificado e integrado de todas las capacidades y medios de comunicación que tiene a su disposición el emisor en apoyo de sus objetivos estratégicos, sean estos políticos, diplomáticos, económicos o militares y en la búsqueda de una mejora de imagen, reputación, percepción o conocimiento por parte del receptor, la suscrita propone entre otras cosas:

1. La formalización dentro de FF.AA., de estructuras orgánicas de Comunicación Estratégica, que les permita a los encargados de departamentos de relaciones públicas dirigidas por oficiales militares y equipos multidisciplinarios, planificar, ejecutar y evaluar sus tácticas de prensa, relaciones públicas, comunicaciones digitales y gestionar crisis ante la opinión pública.
2. Sacar un mayor provecho a sus recursos informativos y medios de comunicación institucionales, planificando sus contenidos de manera estratégica y constituyendo equipos con roles bien definidos para las áreas de prensa, relaciones públicas, socialmedia y gestión de crisis.
3. Prestar una mayor importancia al monitoreo y a la evaluación de los niveles de alcance, influencia y exposición de los mensajes, así como al desarrollo constante de capacitaciones a periodistas y profesionales de la comunicación en distintas áreas, en temas de defensa y seguridad, también en ciberdefensa y ciberseguridad, de manera que faciliten la multiplicación de los esfuerzos que desde FF.AA., se realizan.

## CONCLUSIÓN

Demostrar que el empleo de la Comunicación Estratégica como herramienta de planificación e integración de las capacidades de información de las Fuerzas Armadas dominicanas, contribuye significativamente en el alcance de sus objetivos militares, acorde con las políticas públicas de Defensa y Seguridad de República Dominicana, sigue siendo un reto para el cual se está trabajando.

En el tiempo, se han venido dando de manera paulatina, algunos pasos para estructurar y dar formalidad a la conformación de equipos que se dedican en la práctica, exclusivamente a las Comunicaciones Estratégicas dentro de Fuerzas Armadas dominicanas, con ciertas capacidades de planificar y elaborar contenidos que les permiten mostrarse ante la opinión pública, ante las situaciones más adversas.

El uso continuo de recursos informativos y medios de comunicación institucionales de manera planificada, para la consecución de los objetivos estratégicos institucionales de las Fuerzas Armadas dominicanas, les ha permitido un sitio de importancia frente a la percepción de la sociedad dominicana sobre el gran trabajo que desarrollan sus autoridades y los miembros que las conforman, no obstante, sería interesante determinar si FF.AA., está midiendo el alcance de sus campañas educativas y de sus estrategias comunicacionales, de tal modo que les permita reinventar sus tácticas informativas.

Sería interesante del mismo modo, seguir promoviendo programas de formación dirigidos a profesionales de la comunicación e influencers de manera continua, a través de sus academias y escuelas de graduados, fuerzas castrenses, policial y cuerpos especializados de seguridad, con el norte de desarrollar habilidades y obtener resultados tangibles en favor de la imagen organizacional ante la opinión pública y del alcance de sus objetivos estratégicos y militares.



## REFERENCIAS

- Constitución de la República Dominicana*. (2015). Santo Domingo: Asamblea Nacional de República Dominicana.
- Decreto No. 230-18. (2018). *Estrategia Nacional de Ciberseguridad la República Dominicana*. *Gaceta Oficial*. Santo Domingo, República Dominicana, 19 de junio del 2018, núm. 10912.
- Decreto No. 361-01. (2001). *Creación Comisión Nacional de Emergencias*. *Gaceta Oficial*. Santo Domingo, República Dominicana. 14 de marzo del 2001, núm. 10076.
- Fowler J. y Espert, R. (2013). El poder de las redes sociales. *Entrevista a James Fowler Universidad de California*. Recuperado de [http://www.dailymotion.com/video/xhyz4y\\_el-poder-de-las-redes-sociales-james-fowler\\_school](http://www.dailymotion.com/video/xhyz4y_el-poder-de-las-redes-sociales-james-fowler_school).
- Ley No. 139-13. (2013). *Ley Orgánica de las Fuerzas Armadas de República Dominicana*. *Gaceta Oficial*. Santo Domingo, República Dominicana, 13 de septiembre del 2013, núm. 10728.
- Ley No. 147-02. (2002). *Ley sobre gestión de riesgos y su reglamento de aplicación*. *Gaceta Oficial*. Santo Domingo, República Dominicana. 22 de septiembre del 2002, núm. 10172. 45-69.
- Mc Luhan, M. (1989). *La aldea global*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Nicolás, M. y Grandío, M. (2012). *Estrategias de comunicación en redes sociales: Usuarios, aplicaciones y contenidos*. España: Gedisa.
- Pacheco, J. (2011). *La facultad predictiva del lenguaje: De la comunicación celular a la comunicación digital*. Santa fé de Bogotá, Colombia: Editorial Uniautónoma.
- Pintado, R. (2013). Las redes sociales y la defensa. Un análisis DAFO. *Instituto Español de Estudios Estratégicos*. Recuperado de [http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs\\_opinion/2013/DIEEO119-2013\\_redesSociales\\_CesarPintado.pdf](http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_opinion/2013/DIEEO119-2013_redesSociales_CesarPintado.pdf)
- Sánchez, C. (2012). *Comunicación, emergencias y desastres: Periodismo ciudadano digital*. Santo Domingo, República Dominicana: Ediciones UNICARIBE.
- Sánchez, C. (2013). *Proyecto para la creación de una coordinación social media que articule las estrategias de comunicación digital preventivas*. Santo Domingo, República Dominicana. Comisión Nacional de Emergencias/Defensa Civil Dominicana.
- Sánchez, C. (2014). *#SoyPreventivo: Redes sociales, seguridad y emergencias*. Santo Domingo, República Dominicana: Ediciones UNICARIBE.
- Watts, D. (2004). *Six Degrees: The science of a connected age*. New York, Estados Unidos: W. W. Norton & Company.

